



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Carrera de Contabilidad y Auditoría

**Plan de costos y financiamiento del proyecto “HUACAY –
MANN” en la Fundación para el Desarrollo de la
Creatividad Artística y Cultural de las Sociedades
“LLUCHUPAMBA”**

Tesis previa a la obtención del Título
de Contador Público Auditor

AUTORES:

Jonnathan Oswaldo Campos Pacurucu

Yessenia del Cisne Jaramillo Alvarado

DIRECTOR:

Ing. Boris Andrés Ñauta Tapia

Cuenca – Ecuador

2015



RESUMEN

El presente trabajo de tesis nos muestra la implementación de tres métodos para el cálculo de los costos, aplicando todos nuestros conocimientos en una Fundación sin fines de lucro, con enfoque social y trabajando para la colectividad en general.

La comunidad Lluchupamba, buscando siempre el progreso de los pueblos, pone a su disposición alternativas de música nacional, para deleite de un público variado, impulsando talentos y por su puesto enseñando y educando con propuestas nuevas en pedagogía musical y artística.

Se realiza la aplicación de tres de los métodos más conocidos para el cálculo de los costos; una vez implementados se comparan los resultados y se obtienen los costos finales.

Con el resultado obtenido se resuelve cual es el método que se aplicará posteriormente para el cálculo de los costos de los productos, siendo conveniente y apropiado para la fundación; este método servirá también para la toma de decisiones y para un mejor control de los costos incurridos en la producción.

Cabe recalcar que la fundación pondrá en marcha el sistema de costeo luego de obtener resultados favorables, pero con el tiempo se recomienda la elaboración de un nuevo estudio para que los resultados obtenidos estén acordes y den soluciones a las necesidades que se presenten.

Y para finalizar, en base al resultado del Costeo se realiza un Plan de Financiamiento, presupuestando los ingresos y costos que se incurren. La evaluación financiera y económica del proyecto es fundamental para posteriores inversiones en el corto y largo plazo.

PALABRAS CLAVES

Costos, Contabilidad, Fundación, Financiamiento, Inversiones.



ABSTRACT

The present thesis shows us the implementation of three methods for the calculation of the costs, applying all our knowledge in a nonprofit Foundation, with social approach and working for the community in general.

The community Lluchupamba always looks for the progress of people, offers alternatives of national music, for delight of a varied public, impelling talents and for its position teaching and educating with new proposals in musical and artistic pedagogic.

There is the application of three of the most known methods for the calculation of the costs; once implemented the results are compared, and the final costs are obtained.

With the obtained result we realize which one is the method that will be applied later for the calculation of the product costs, being suitable and adapted for the foundation; this method will serve also for the decision making and for a better control of the costs incurred the production.

It is necessary to point out that the foundation will start the cost calculation system after obtaining favorable results, but over time the development of a new study is recommended so that the obtained results are consistent and give solutions to the needs that appear.

Finally, based on the result of the Cost calculation a Financing Plan is realized, budgeting for the income and costs that they incur. The financial and economic evaluation of the project is fundamental for later investments in the short one and long term.

KEYWORDS

Costs, Accounting Foundation, Financing, Investments.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

ÍNDICE

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

RESUMEN

ABSTRAC

INTRODUCCION **14**

CAPITULO I **10**

DESCRIPCION DEL PROYECTO "HUACAY-MANN" **10**

1.1. DESCRIPCION DE LA ORGANIZACIÓN. **10**

1.1.1. UBICACIÓN 10

1.1.2. DURACIÓN DE LA FUNDACIÓN. 11

1.1.3. OBJETO SOCIAL. 11

1.1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS. 11

1.1.5. ACTIVIDADES. 12

1.1.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. 12

1.1.7. FUENTES DE INGRESOS. 13

1.1.8. DEBERES Y DERECHOS DE LOS SOCIOS 13

1.2. ASPECTOS CONCEPTUALES. **14**

1.2.1. MÚSICA AUTÓCTONA. 15

1.2.2. MÚSICA IDENTITARIA. 15

1.3. EXPOSICIÓN DEL PROYECTO. **15**

1.3.1. VISIÓN Y MISIÓN. 15

1.3.2. OBJETIVOS. 16

1.3.3. ACTIVIDAD (MODELO DE NEGOCIO). 19

1.3.4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA EN EL MEDIO CULTURAL Y PATRIMONIAL. 20

1.3.5. ORGANIGRAMA FUNCIONAL. 22

1.3.6. ANÁLISIS FODA EN EL MARCO DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. 22

1.3.7. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN BASE AL ANÁLISIS FODA. 24

1.4. MERCADO. **26**

1.4.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA PARA EL BIEN O SERVICIO CULTURAL EN EL MARCO DEL SECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. 26

1.4.2. VENTAJAS COMPETITIVAS. 27

1.4.3. PRECIO 29

1.4.4. DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN DENTRO DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. 30

1.4.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DENTRO DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS. 31

1.5. OPERACIONES **32**

1.5.1. PRODUCTO 32

1.5.2. PROCESO PRODUCTIVO 35

1.5.3. EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS 43

1.5.4. REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA 43

JONATHAN OSWALDO CAMPOS PACURUCU
YESENIA DEL CISNE JARAMILLO ALVARADO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

1.5.5.	REQUERIMIENTOS DE INSUMOS PRODUCTIVOS	44
1.5.6.	SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MEDIO AMBIENTE	45
CAPITULO II		46
ANÁLISIS Y CONCEPTUALIZACION DE LOS METODOS DE COSTEO MÁS UTILIZADOS.		46
2.1.	COSTEO POR A.B.C.	46
2.1.1.	ORIGEN	46
2.1.2.	COSTO DE LA CADENA DE VALOR	46
2.1.3.	CONCEPTOS BÁSICOS:	48
2.1.4.	OBJETOS DE COSTO:	49
2.1.5.	INDUCTORES (DRIVERS):	49
2.1.6.	ACTIVIDAD	49
2.2.	CONTABILIDAD DEL TRUPUT	51
2.2.1.	PRINCIPIO DE TOC	51
2.2.2.	IMPORTANCIA DE LAS RESTRICCIONES	52
2.2.3.	RECONOCIMIENTO DE LAS RESTRICCIONES	52
2.2.4.	TIPOS DE RESTRICCIONES	54
2.2.5.	MEDIDORES DE DESEMPEÑO	55
2.2.6.	RECURSOS RESTRICTIVOS DE LA CAPACIDAD (RRC)	57
2.2.7.	BENEFICIOS DEL TRUPUT:	58
2.3.	COSTEO ESTÁNDAR	58
2.3.1.	DEFINICIÓN	58
2.3.2.	CLASIFICACIÓN	59
2.3.3.	OBJETIVOS	59
2.3.4.	PROCESO PARA LA DETERMINACIÓN DEL COSTO ESTÁNDAR	60
2.3.5.	VENTAJAS DE LA APLICACIÓN DE LOS COSTOS ESTÁNDAR	60
2.3.6.	DESVENTAJAS DE LA APLICACIÓN DE LOS COSTOS ESTÁNDAR	61
CAPITULO III		62
APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE COSTEO A.B.C., CONTABILIDAD DEL TRÚPUT Y COSTEO ESTANDAR		62
3.1.	METODO ABC	62
3.1.1.	APLICACIÓN	62
3.1.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	74
3.2.	CONTABILIDAD DEL TRUPUT	74
3.2.1.	APLICACION	74
3.2.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	78
3.3.	METODO ESTANDAR	79
3.3.1.	APLICACIÓN	79
3.3.1.	ANALISIS DE RESULTADOS	90
3.4.	COMPARACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS ENTRE TODOS LOS MÉTODOS APLICADOS	91
3.5.	RESULTADOS OBTENIDOS EN LOS MÉTODOS APLICADOS:	91
CAPITULO IV		93
EVALUAR FINANCIERA Y ECONÓMICAMENTE EL PROYECTO HUACAY-MANN		93



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

3.6. SISTEMA DE COBROS Y PAGOS	93
3.6.1. COBROS	93
3.6.2. PAGOS	94
3.7. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS	96
3.7.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS.	96
3.7.2. PRESUPUESTO DE COSTOS	98
3.7.3. ESTADO PROFORMA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	100
3.8. PLAN DE FINANCIAMIENTO	100
3.8.1. PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN	101
3.8.2. ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN	102
CONCLUSIONES	103
RECOMENDACIONES	105
ANEXOS	106
BIBLIOGRAFÍA	113
DISEÑO DE TESIS	122



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. OBJETIVOS DEL PROYECTO HUACAY-MANN.	19
TABLA 2. ANÁLISIS FODA.	24
TABLA 3. ESTRATEGIAS DEL DESARROLLO.	26
TABLA 4. ESTIMACIÓN DE PRECIOS	30
TABLA 5. PRODUCCIÓN APROXIMADA	42
TABLA 6. INVERSIÓN ESTIMADA.	43
TABLA 7. MANO DE OBRA PROYECTADA.	44
TABLA 8. COSTOS FIJOS Y VARIABLES DE LA PRODUCCIÓN.	45
TABLA 9. COMPARACIÓN ENTRE COSTO TRADICIONAL Y A.B.C.	47
TABLA 10. DRIVERS ABC (INDICADORES DE MEDICIÓN).	51
TABLA 11. EFECTOS DE LOS RECURSOS RESTRICTIVOS DE CAPACIDAD (RRC)	58
TABLA 12. COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA Y MANO DE OBRA.	62
TABLA 13. COSTOS TOTALES.	64
TABLA 14. DEPRECIACIÓN DE PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO.	65
TABLA 15. GASTOS SERVICIOS BÁSICOS.	67
TABLA 16. GASTO DE ARRIENDO	56
TABLA 17. GASTOS DE REPARACIÓN Y	68
TABLA 18. RESUMEN DE VALORES CIF PARA CADA ACTIVIDAD.	68
TABLA 19. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE CIF ASIGNADO PARA CADA ACTIVIDAD	69
TABLA 20. DISTRIBUCIÓN DE CIF PARA CADA ACTIVIDAD.	69
TABLA 21. DISTRIBUCIÓN DE CANTIDADES PARA CADA PRODUCTO.	70
TABLA 22. BASE PARA LA APLICACIÓN DE CIF.	71
TABLA 23. CÁLCULO DE CIF EN ACTIVIDAD PREPARACIÓN DE LA MÁQUINA	71
TABLA 24. CÁLCULO DE CIF EN ACTIVIDAD DE USO DE LA MÁQUINA.	72
TABLA 25. CÁLCULO DE CIF EN ACTIVIDAD DISEÑO DE INGENIERÍA.	72
TABLA 26. CÁLCULO DE CIF EN ACTIVIDAD ENTREGA/RECEPCIÓN.	73
TABLA 27. CIF ASIGNADO POR ACTIVIDADES.	73
TABLA 28. COSTOS FIJOS SEMANALES.	75
TABLA 29. DATOS DEL PROCESO PRODUCTIVO.	76
TABLA 30. HOJA DE DATOS.	76
TABLA 31. IDENTIFICACIÓN DEL TRÚPUT UNITARIO.	76
TABLA 32. JERARQUIA DEL PRODUCTO MÁS RENTABLE	77
TABLA 33. CAPACIDAD DE TRÚPUT MÁXIMA.	77
TABLA 34. VALOR NETO SEMANAL.	78
TABLA 35. DATOS DE MATERIA PRIMA ESTÁNDAR.	79
TABLA 36. DATOS DE MANO DE OBRA ESTÁNDAR.	79
TABLA 37. DATOS DE CIF ESTÁNDAR.	80



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

TABLA 38. COSTO PRIMO UNITARIO ESTÁNDAR.	80
TABLA 39. COSTO PRIMO TOTAL.	80
TABLA 40. CIF TOTAL SEGÚN COSTO PRIMO.	81
TABLA 41. CALCULO CIF UNITARIO.	81
TABLA 42. RESULTADO DE COSTOS MÉTODO ESTÁNDAR.	81
TABLA 43. DATOS DE COSTO PARA VARIACIONES.	83
TABLA 44. RESULTADOS DE VARIACIÓN	90
TABLA 45. RESUMEN DE RESULTADOS DE COSTOS.	91
TABLA 46. POLÍTICAS DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS.	96
TABLA 47. PRESUPUESTO DE INGRESOS.	98
TABLA 48. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.	99
TABLA 49. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.	100



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO 1: ORGANIGRAMA FUNCIONAL.	22
GRAFICO 2 PROCESO PRODUCTIVO	40
GRAFICO 3 ELEMENTOS DEL SISTEMA DE COSTOS ABC.	48
GRAFICO 4. PROCESO DEL ABC.	50

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. MÚSICO	115
ILUSTRACIÓN 2. PRESENTACIÓN MUSICAL.	115
ILUSTRACIÓN 3. ENSAYO PREVIO A PRESENTACIÓN.	108
ILUSTRACIÓN 4. GRABACIÓN DE VIDEO MUSICAL.	108
ILUSTRACIÓN 5. PROYECTO MELISSA	109
ILUSTRACIÓN 6. CANTAUTOR.	109
ILUSTRACIÓN 7. RECOPIACIÓN PRODUCTORA EN EL 2014	110
ILUSTRACIÓN 8. TEMA DISCO ENTENADOS DEL ZIC - ZAL	110
ILUSTRACIÓN 9. PRESENTACIÓN ENTENADOS DEL ZIC – ZAL EN TEATRO CASA DE LA CULTURA	112
ILUSTRACIÓN 10. PRESENTACIÓN ENTENADOS DEL ZIC – ZAL EN TEATRO CASA DE LA CULTURA	112



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

YESSENIA DEL CISNE JARAMILLO ALVARADO, autor de la tesis **PLAN DE COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO “HUACAY – MANN” EN LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD ARTÍSTICA Y CULTURAL DE LAS SOCIEDADES LLUCHUPAMBA**, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de **Contador Público Auditor**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 26 de Junio de 2015.

YESSENIA DEL CISNE JARAMILLO ALVARADO
C.I. 0705746253



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

YESSENIA DEL CISNE JARAMILLO ALVARADO, autor de la tesis **“PLAN DE COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO “HUACAY – MANN” EN LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD ARTÍSTICA Y CULTURAL DE LAS SOCIEDADES LLUCHUPAMBA”**, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 26 de Junio de 2015.

YESSENIA DEL CISNE JARAMILLO ALVARADO

C.I. 0705746253



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

JONATHAN OSWALDO CAMPOS PACURUCU, autor de la tesis **PLAN DE COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO “HUACAY – MANN” EN LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD ARTÍSTICA Y CULTURAL DE LAS SOCIEDADES LLUCHUPAMBA**, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de **Contador Público Auditor**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 26 de Junio de 2015.

JONATHAN OSWALDO CAMPOS PACURUCU
C.I. 0103904017



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

JONATHAN OSWALDO CAMPOS PACURUCU, autor de la tesis “**PLAN DE COSTOS Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO “HUACAY – MANN” EN LA FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD ARTÍSTICA Y CULTURAL DE LAS SOCIEDADES LLUCHUPAMBA**”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 26 de Junio de 2015.

JONATHAN OSWALDO CAMPOS PACURUCU

C.I. 0103904017



AGRADECIMIENTO

Al terminar esta etapa en mi vida, extiendo mi más sincero agradecimiento a Dios por darme las fuerzas para seguir hasta el final, a todos los profesores de la facultad por guiarnos con sus enseñanzas y de manera especial al Ing. Boris Ñauta por su tiempo y dedicación en el desarrollo de esta tesis.

Yessenia Jaramillo A.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo va dirigido con una expresión de gratitud para mis Maestros y de manera especial al Ing. Boris Ñauta, que con nobleza y entusiasmo me brindaron su conocimiento,

Jonnathan Campos P



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Wilson y Piedad que gracias a su esfuerzo he llegado a la culminación de mis estudios, también a mis hermanas Diana, Ma. Fernanda y Gabriela por su apoyo, a toda mi familia y amigos que estuvieron pendientes y a mi novio Gino J. que siempre me brindo una mano amiga y sus palabras de aliento para seguir.

Yessenia Jaramillo A.

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis a mis Padres Oswaldo y Alicia, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo. A todos mis amigos y demás familiares quienes me apoyaron para escribir y concluir esta tesis. A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos.

Jonnathan Campos P.



INTRODUCCIÓN

Con el presente trabajo, se buscar dar soluciones a los problemas que tienen los miembros de la fundación Huacay-Mann con respecto a la estimación de costos de los productos a comercializarse. Razón por la cual se emplean tres de los métodos más utilizados, con los cuales se va a realizar una comparación en cuanto a los resultados obtenidos para la toma de decisiones.

El primer capítulo corresponde al marco teórico, conoceremos a fondo la Fundación Huacay-Mann y sus objetivos en el mediano y largo plazo; con todos estos datos proporcionados por la entidad se plantea los problemas contables a los que se darán solución en los capítulos posteriores.

El segundo capítulo corresponde a la parte teórica de los métodos a utilizarse, cuenta con una recopilación de conceptos de los diferente métodos de costeo, que darán una pauta sobre cuál es el de mejor implementación de acuerdo a la entidad y actividad económica que realiza.

En el tercer capítulo se encuentran aplicados los métodos a cada uno de los productos a ser comercializados, se van calculando los costos de acuerdo a la producción estimada y buscando el mejor para un resultado óptimo. Se comparan los resultados obtenidos luego de la aplicación y se determina cual sería el mejor método que cubra todas las necesidades y de soluciones rápidas a la problemática de los costos.

Y por último, en el cuarto capítulo tenemos la Evaluación Financiera del proyecto, que resume la forma de financiamiento, como se llevara el sistema de cobros y pagos, y los presupuestos con los que se va a contar para una buena ejecución del proyecto.

De tal modo se da conclusión a la tesis con los resultados y las recomendaciones respectivas para la Fundación.



CAPITULO I

DESCRIPCION DEL PROYECTO “HUACAY-MANN”

Para iniciar la investigación se debe conocer el objeto de estudio y hacia donde se va a proyectar en los demás capítulos, por ello en el presente capítulo daremos a conocer acerca de LA FUNDACIÓN “LLUCHUPAMBA”, la actividad que realiza y todo en cuanto a su desarrollo dentro de la sociedad, sobre todo adentrarnos en el proyecto de índole social al que vamos a aplicar los conocimientos obtenidos en Contabilidad de Costo.

1.1. DESCRIPCION DE LA ORGANIZACIÓN.

La **Fundación “LLUCHUPAMBA”** es una persona jurídica de derecho privado sin ánimo de lucro y con finalidad social, la misma que está en plena capacidad de ejercer derechos y contraer obligaciones.

Es regulada por el Código Civil vigente, la Ley y demás normas concordantes y por su Estatuto. Se constituye como una entidad de carácter permanente, independiente y autónomo y de utilidad común. LA FUNDACIÓN no intervendrá en asuntos de carácter político, racial, sindical, ni religioso, ni directa, ni indirectamente, ni dirigirá peticiones a nombre del pueblo.

Nace de la idea de sus fundadores, los cuales buscan impulsar la música nacional dando todo el apoyo técnico, económico y humano para hacer realidad el sueño de los pequeños músicos de nuestro medio que por falta de oportunidad o dinero no tienen acceso a la producción y comercialización de su música.

1.1.1. UBICACIÓN

LA FUNDACIÓN “LLUCHUPAMBA” está domiciliada en la Ciudad de Cuenca, provincia del Azuay, República del Ecuador, pero podrá, establecer sedes, oficinas o sucursales en uno o varios lugares del



territorio ecuatoriano, así mismo podrá realizar actividades en otras ciudades y/o provincias del país o exterior.

1.1.2. DURACIÓN DE LA FUNDACIÓN.

LA FUNDACION, como la llamaremos desde ahora, tiene duración indefinida pero podrá disolverse anticipadamente por las causas que contempla la ley.

1.1.3. OBJETO SOCIAL.

LA FUNDACIÓN persigue fines de interés social o utilidad común de carácter artístico, cultural, pedagógico, recreativo, cultural y de servicio social, favorece la construcción de nuevos sentidos y formas de coexistencia social, desarrollando la creatividad artística y cultural de las plurisociedades existentes.

1.1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Analizar la problemática social, artística y cultural de la sociedad, para enfocar las actividades a los sectores con mayor necesidad en el país.
- Producir, financiar, apoyar, desarrollar, ejecutar, promover, gestionar y supervisar el proyecto que contribuye al desarrollo de la creatividad artística y cultural en la sociedad.
- Documentar, sintetizar y analizar los procesos y resultados de las actividades de LA FUNDACIÓN “LLUCHUPAMBA” para así poder auto-desarrollar nuestra labor, lograr una difusión de manera profesional y desarrollar una nueva alternativa conceptual-educativa que a futuro permita el acceso mayoritario de las sociedades a proyectos del desarrollo creativo y cultural.
- Fomentar la participación de las plurisociedades en la práctica y producción de creaciones artísticas y culturales a través de la realización de conciertos festivos, foros, talleres y toda actividad que permita la difusión y práctica de la re-creación artística y cultural.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- Crear proyectos de largo y corto alcance que faciliten los procesos de enseñanza–aprendizaje en los ámbitos artísticos y culturales.
- Estimular el desarrollo perceptivo y recreativo de los niños, niñas y adolescentes, partiendo de una nueva óptica pedagógica y artística.
- Forjar alianzas con instituciones e individuos para trabajar en un ambiente de respeto mutuo a fin de potenciar el desarrollo creativo, cultural y artístico de la sociedad.

1.1.5. ACTIVIDADES.

- Organizar las condiciones para desarrollar las actividades, celebrar contratos o convenios y asociarse con otras entidades sin ánimo de lucro, de carácter nacional o internaciones, con cualquier persona natural o jurídica que tenga el mismo objetivo.
- Desarrollar, patrocinar, organizar, producir y/o financiar toda clase de eventos y proyectos en el país o en el exterior, llegando a cumplir el objetivo principal de LA FUNDACION.
- Apoyar, patrocinar y/o facilitar la ejecución de ideas presentadas por personas o grupos, que sigan el mismo ideal de LA FUNDACIÓN.
- Diseñar y desarrollar mecanismos de financiación y cofinanciación, inversiones a nivel nacional e internacional que son necesarios para el financiamiento y sostenimiento.
- Efectuar actividades y operaciones económicas relacionadas desde o directamente con el objetivo para el desarrollo del mismo, el bienestar de los socios y la adquisición de bienes, muebles e inmuebles.
- Podrá asociarse, fusionarse, participar en uniones temporales, consorcios, asociaciones y elaborar convenios con otras personas naturales o jurídicas que desarrollen el mismo o similar objeto.

1.1.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La directiva registrada e inscrita oficialmente, en la Secretaria de Estado correspondiente, queda conformada de la siguiente manera:

JONATHAN OSWALDO CAMPOS PACURUCU
YESSENIA DEL CISNE JARAMILLO ALVARADO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

PRESIDENTE: JOSE LUIS LUNA MATAILO

SECRETARIA: MARIA CRUZ MATALIO

TESORERA: SABRINA HOFFMANN

FISCAL: JULIO CESAR PEÑAHERRERA PALACIOS

Dicha directiva fue elegida en Asamblea General, para el periodo de cuatro años. Según nuestra perspectiva es una **Estructura en Comité**, ya que la autoridad y la responsabilidad es compartida conjuntamente por la directiva. Se reúnen para la toma de decisiones sobre todo las actividades que van a realizar, el aporte de cada uno de los socios fundadores es el pilar fundamental para continuar.

1.1.7. FUENTES DE INGRESOS.

Para el cumplimiento del objetivo y fines LA FUNDACIÓN contará con el aporte de sus miembros y los recursos que llegase a ganar lícitamente, pudiendo realizar toda clases de actividades, actos, convenios o contratos permitidos por la ley ecuatoriana; además podrá mantener relaciones de cooperación con organismos gubernamentales o privados, nacionales o extranjeros que tengan finalidades de similar naturaleza.

1.1.8. DEBERES Y DERECHOS DE LOS SOCIOS

1.1.8.1. DEBERES:

- Contribuir con los aportes y cuotas ordinarias y extraordinarias resueltas legalmente en la Asamblea General según su categoría de integrantes.
- Comprometerse a participar en las actividades y desempeñar a cabalidad los cargos a los cuales sean elegidos.
- Velar por la buena imagen de LA FUNDACIÓN y actuar de acuerdo a sus fines específicos, principios y fundamentos.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- Obrar en sus relaciones con la FUNDACIÓN y la comunidad con ética y lealtad.
- Velar por el buen manejo del patrimonio y bienes.

1.1.8.2. DERECHOS:

- Participar en las actividades conforme a las condiciones que para ellos se establezcan, por lo tanto, los socios fundadores y activos tendrán voz y voto en la Asamblea General.
- Promover programa y proyectos para el logro de los objetivos.
- Recibir autoría y derechos por los trabajos ejecutados como integrante activo.
- Solicitar permisos y licencias especificando su tipo y periodo de duración de las mismas.

1.2. ASPECTOS CONCEPTUALES.

La Fundación Lluchupamba -para el desarrollo de la creatividad artística y cultural de las sociedades- con acuerdo ministerial número DM-2012-012, persigue fines de interés social o utilidad común de carácter artístico, cultural, pedagógico, re-creativo y de servicio social, favorece la construcción de nuevos sentidos y formas de coexistencia social, desarrollando la creatividad artística y cultural de las plurisociedades existentes. Los socios-fundadores son: José Luis Luna Matailo, Sabrina Hoffmann y María Cruz Matailo.

Huacay-Mann es un proyecto promovido por la Fundación Lluchupamba, está dentro de los ejes programáticos de la misma y promueve su objetivo principal.

Propuesta de valor

Producción musical identitaria como una alternativa para el mercado musical nacional e internacional. El mercado potencial está



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

comprendido entre personas de 15 años en adelante que sienten identificación con la nueva creación musical del país.

1.2.1. MÚSICA AUTÓCTONA.

Por simple definición podemos decir que la música autóctona es la música que se produce en nuestro medio y pertenece a la sociedad que nos rodea.

1.2.2. MÚSICA IDENTITARIA.

Las adscripciones, afiliaciones y adopciones de estilos de música concretos, por parte de colectivos e individuos, forman parte del proceso de construcción de las identidades: la demarcación mutua de similitudes y diferencias mediante fronteras y límites en base a los que se incluyen o se excluyen artefactos socio-culturales (Barth, 1994)

1.3. EXPOSICIÓN DEL PROYECTO.

1.3.1. VISIÓN Y MISIÓN.

- Huacay-Mann pretende convertirse en el principal referente para la nueva producción musical ecuatoriana. Una marca sonora capaz de llevar la industria cultural del Ecuador al ámbito del mercado internacional. Una empresa con un alto profesionalismo, excelencia y cuidado ambiental que permiten la confianza económica y social. La producción musical está basada en estándares de calidad internacional.
- Huacay-Mann es una productora musical al servicio del desarrollo de la tradición musical ecuatoriana. Revalorizamos la diversidad musical del país mediante la investigación, producción, difusión, comercialización y desarrollo del patrimonio musical. Buscamos la diversidad cultural y musical del Ecuador como medio para el desarrollo social e identitario de la sociedad dentro de parámetros de no-violencia, no-racismo, no-sexismo, ni otros medios que rompan con el accionar del Buen Vivir, todo



esto con una alta calidad y excelencia humana en el desarrollo de nuestra cadena productiva.

1.3.2. OBJETIVOS.

Tipo de objetivo	Objetivo	Indicador	Meta
Corto plazo (1-2 años)	Resolución de necesidades en maquinaria, materiales, monetarias, logísticas, físicas, humanas y legales.	Inventario, contabilidad, contratos, convenios, acuerdos, legalidad (propiedad intelectual)	Implementación de un lugar físico; Diseño y construcción de las instalaciones de Huacay-Mann; Contar con el capital necesario; legalizar el trabajo de la productora; establecer de manera clara y oportuna la relación laboral de nuestro personal; convenir una red de apoyo con Empresas del accionar empresarial y cultural.
	Generación de contactos laborales, empresariales, institucionales, musicales etc.	Agenda, directorio, contactos.	Red de proveedores materiales, musicales e institucionales.
	Generación de una red de distribución y publicitación local (Azuay)	Convenios con tiendas musicales, culturales, turísticas.	Red de 12 locales de distribución



	Generación de un dominio web para la sociabilización y comercialización de los productos nacional e internacional.	Sitio web	Red de comunicación y comercialización virtual. Radio On-line, compra y venta On-line.
	Capacitaciones a nivel educativo, técnico y humano del personal laboral interno.	Número de capacitaciones Número de empleados capacitados	5 empleados capacitados en su área de trabajo en 2 meses
	Desarrollo e implementación de la primera etapa investigativa de la productora – Proyecto piloto en Azuay-	Informes, evaluaciones, documentación audio-visual.	Establecer el estado actual de la tradición musical en el Azuay.
	Desarrollo e implementación de la primera etapa de producción musical	Registro musical, evaluación, informes, producción de material sonoro.	Producir 21 materiales musicales de Huacay-Mann y 16 producciones de índole comercial
	Primera etapa de distribución y comercialización de la producción fonográfica de Huacay-Mann – conciertos, eventos, red de distribución-	Discos vendidos, eventos realizados, evaluaciones, informes, documentación.	Venta de 21.000 discos materiales; 19.350 materiales virtuales; 16.800



<p>Largo plazo (+5 años)</p>	<p>Establecer una producción fonográfica continua basados en la red investigativa y productiva nacional</p>	<p>Número de discos producidos por año.</p>	<p>Línea continua de producción.</p>
	<p>Fortalecer la marca sonora nacional y configurar una imagen internacional como productora del patrimonio musical ecuatoriano</p>	<p>% de personas en Ecuador que conocen la marca; número de países en que vendemos; número de ventas en los países</p>	<p>Acceder al mercado musical internacional e independiente.</p>
	<p>Implementar el proyecto de productora ambulante, tomando como base el concepto productivo y social de Huacay-Mann</p>	<p>Número de comunidades visitadas Número de producciones musicales comunitarias</p>	<p>Producir en 10 comunidades y sectores estratégicos sociales</p>
	<p>Implementar nuevos espacios de difusión masiva propios – plataformas, TV, radio, internet-</p>	<p>Número de espacios propios de difusión</p>	<p>Permitir una amplia red de difusión virtual y material –radio, tv, internet-</p>
	<p>Ampliar la red distributiva</p>	<p>Número de ciudades en que vendemos Número de lugares de venta aliados Número de tiendas</p>	<p>Red de 15 ciudades 40 aliados de distribución y comercialización 3 tiendas propias</p>



		<p>propias</p> <p>Monitoreo, seguimiento técnico, evaluaciones.</p>	
	<p>Consolidar y desarrollar una industria musical ecuatoriana profesional, social, incluyente, identitaria y diversa</p>	<p>Reconocimientos internacionales, participación en festivales, premios obtenidos</p>	<p>Posicionar a Huacay-Mann dentro de la esfera profesional musical</p>
	<p>Trabajar de manera conjunta en el ámbito educativo musical ecuatoriano a fin de facilitar material investigativo, referentes sonoros y conceptuales</p>	<p>Nuevos preceptos estéticos y conceptuales de la tradición musical ecuatoriana.</p> <p>Numero de instituciones abordadas – conservatorios, universidades etc.-</p>	<p>Desarrollar y profesionalizar los componentes de la tradición musical ecuatoriana</p>
	<p>Re-educación musical ecuatoriana</p>	<p>Número de alumnos en proceso educativo; practicas pre-profesionales</p>	<p>60 alumnos; 25% de producción total</p>

Tabla 1. Objetivos del Proyecto Huacay-Mann.

1.3.3. ACTIVIDAD (MODELO DE NEGOCIO).

Huacay-Mann ofrece la producción, difusión y comercialización del patrimonio musical ecuatoriano, partiendo de las etapas: investigativa,



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

productiva –grabación, masterización, impresión, diseño gráfico, video-arte- y comercial –difusión, representación, conciertos, canales virtuales, venta-.

Huacay-Mann es un proyecto de emprendimiento dinámico patrimonial, que emerge de la necesidad nacional por una industria musical cultural. Su importancia radica en el realce histórico, social, creativo, antropológico y artístico, que ofrece a la comunidad ecuatoriana. Dedicar su quehacer a la protección y desarrollo del patrimonio cultural material e inmaterial en su ámbito sonoro-musical. Busca hibridar el emprendimiento monetario con el desarrollo social, cultural e identitario de las sociedades.

El proyecto Huacay-Mann propone la revalorización de la tradición musical ecuatoriana, su investigación y desarrollo. Resguarda la identidad sonora de nuestros pueblos como un medio para la independencia socio-cultural y el desarrollo artístico-creativo. Finalmente la producción, difusión y comercialización del patrimonio musical ecuatoriano permitirá el conocimiento y su puesta en valor en distintas geografías y culturas.

Los clientes potenciales son todos aquellos que gusten de la música. Con ello podemos enfocar a partir de los 15 años en adelante.

El lugar geográfico escogido para implementar la productora es la Ciudad de Cuenca, Provincia de Azuay, esto debido a varias características culturales y sociales: 1. Cuenca es Ciudad patrimonio cultural de la humanidad; 2. Dotación de escuelas de música y conservatorio; 3. Gran capacidad turística e infraestructura para el desarrollo industrial.

1.3.4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO DETECTADA EN EL MEDIO CULTURAL Y PATRIMONIAL.

La oportunidad de negocio que vislumbra Huacay-Mann se basa en los siguientes puntos:



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

1. La identidad sonora ecuatoriana como un medio irreplicable de comercialización musical;
2. La escasa industria fonográfica en el Ecuador;
3. Las dificultades actuales para la producción profesional del músico ecuatoriano.

Las necesidades que cubre el proyecto Huacay-Mann son principalmente de carácter socio-cultural y creativo-musical. Proponemos una economía solidaria en la cual los creativos musicales de nuestro país puedan acceder a la transmisión masiva de su música, así como a una fuente de ingreso que permita su sostenimiento.

Su expresión creativa es un medio de identificación sonora y cultural, abriendo de esta manera una nueva perspectiva para la valorización, desarrollo y difusión del patrimonio musical ecuatoriano. El mundo actual prioriza las nuevas expresiones creativas y desde esta perspectiva Huacay-Mann cubre la necesidad actual de las sociedades, llevando una producción musical rica en innovaciones, hibridaciones e identidad.

1.3.5. ORGANIGRAMA FUNCIONAL.

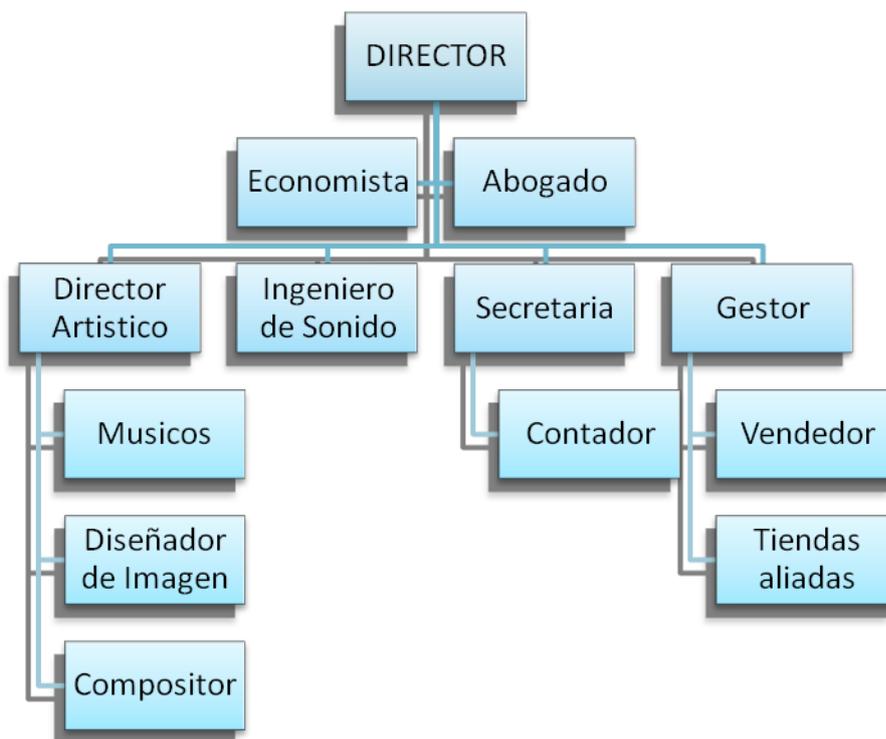


Grafico 1: Organigrama Funcional.

1.3.6. ANÁLISIS FODA EN EL MARCO DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS.

Ambiente interno	Ambiente externo
<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca nacional e identitaria <p>Producción musical basada en la transformación y desarrollo de la tradición e identidad musical ecuatoriana.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesionalismo <p>La propuesta convoca a profesionales en las áreas de investigación, producción y</p>	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercado IN-ACTIVO <p>Existe una escasa y limitada industria musical multicultural, independiente y tradicional en el Ecuador.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comercio Virtual <p>Ponemos a nuestro servicio la más alta tecnología en canales y plataformas virtuales para la difusión</p>



<p>comercialización musical. El Director General del proyecto cuenta con una larga trayectoria dentro de la producción musical independiente, así como en el ámbito pedagógico-investigativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producto de uso masivo Las ventas anuales del mercado musical alertan la importancia que tiene esta rama del arte en el diario vivir social. Una necesidad humana vital. • Recursos técnicos únicos en el país Maquinaria extranjera de primera tecnología en sonido –Alemania- 	<p>y comercialización de nuestros productos. Ahorro de costos en la distribución virtual. Amplitud de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multiculturalidad Ecuador, un país lleno de manifestaciones culturales, es el espacio óptimo para el desarrollo de una industria musical basada en el patrimonio e identidad sonora de las sociedades. • Planificación de nueva presentación del producto Idea innovadora que permita un mercado musical alternativo.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevo mercado Las condiciones actuales de la industria musical en nuestro país no permiten un modelo antecesor en el cual basarnos. La implementación de un mercado nuevo conlleva riesgos insospechados. La red distributiva es otro desafío para el proyecto. • Producción asequible La comercialización de nueva tecnología sonora de reproducción y grabación, posibilitan producciones caseras que frenan el desarrollo industrial de la 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Piratería Las posibilidades de copiado y distribución de música nos enfrenta a una problemática mundial, que atenta la proyección económica de la industria musical. • Transnacionales El mercado actual de la música está prácticamente secuestrado por los poderes económicos de las transnacionales mundiales –SONY, BMG, EMI, etc. Con tales perspectivas Huacay-Mann enfrenta dificultades de distribución mediática así como la imitación de nuestras



música. <ul style="list-style-type: none">• Falta de recursos económicos propios.	tecnologías desarrolladas.
--	----------------------------

Tabla 2. Análisis FODA.

1.3.7. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO EN BASE AL ANÁLISIS FODA.

Dentro de las principales estrategias para el desarrollo del negocio están las siguientes:

<p>Reforzar puntos fuertes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Desarrollar la identidad sonora nacional para convertirlo en un sello sonoro que permita un reconocimiento y la comercialización de la producción musical del Ecuador.• Promover la educación técnico-musical continua.• Incrementar el profesionalismo con capacitaciones e intercambios profesionales con otros países del mundo.• Concretar productos complementarios como fuentes de ingreso para la productora. Ejemplo: reproducción de discos, impresiones, producción comercial, etc.• Desarrollar estándares de calidad para la producción sonora.• Reforzar las líneas creativas de producción con el fin de abarcar los distintos públicos o mercados planteados.• Re-conceptualizar el uso musical dentro de nuestras sociedades.
<p>Evitar puntos débiles:</p> <ul style="list-style-type: none">• Evaluar y adaptar nuestras estrategias regularmente para reaccionar rápido a nuevos conocimientos sobre el mercado.• Desarrollar una estrategia económica basada en donaciones y convenios que nos permite financiar el proyecto.• Organización y planificación distributiva.• Desarrollar maneras creativas para la distribución, difusión y comercialización. Parte de la diferenciación con la competencia es



por los estándares de calidad.

- Generación de un sello sonoro que permita la atracción de sponsors.
- Generar vínculos nacionales e internacionales con empresas pioneras en el mercado musical.
- Generar la identidad sonora como un vínculo económico solidario.

Estrategia frente a amenazas:

- Usar la idea del AIKIDO frente a las amenazas. De esta manera se pretende sacar ventaja de la red pirata de música como un medio para la vinculación del producto, sin dejar de lado la constante investigación para superar las expectativas.
- Debido a que las transnacionales son un cuerpo inmenso de acciones, se prevé de sacar ventaja de la movilidad y rapidez de accionar. Así mismo se pretende sacar lo mejor de la identidad sonora como un medio para contrarrestar la producción y despolarizar el monopolio artístico de las transnacionales musicales.
- Empoderamiento social de la marca sonora Huacay-Mann como un bien de desarrollo e identificación socio-cultural y musical.
- Aprovechar la piratería usándola como un medio de hacer conocer los productos de la productora y su marca.

Aprovechar oportunidades:

- Creación de Huacay-Mann como el primer sello sonoro nacional que pretende una industria musical multicultural e independiente del Ecuador.
- Establecer un adelanto ante una posible competencia. Cronograma de productos, nueva tecnología, desarrollo estético.
- Crear una plataforma virtual en diferentes idiomas para socializar, distribuir y comercializar la producción musical.
- Investigar minuciosa y permanentemente el ámbito multicultural del Ecuador para descubrir y producir las varias manifestaciones



musicales del país. Buscar talentos (compositores, intérpretes, investigadores, etc.)

- Estrategia comercial que apunte a la implementación del nuevo dispositivo comercializador.

Tabla 3. Estrategias del Desarrollo.

1.4. MERCADO.

1.4.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA PARA EL BIEN O SERVICIO CULTURAL EN EL MARCO DEL SECTOR DE INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS.

1.4.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA COMPETENCIA (COMPETIDORES CLAVES).

La competencia directa: Los principales competidores son las productoras independientes de música popular ecuatoriana y las productoras transnacionales como SONY, BMG, UNIVERSAL, estas últimas compiten directamente con nosotros en el ámbito de la comercialización musical. La competencia se centra básicamente en Ecuador y el mercado hispano hablante.

Al hablar de competencia con grandes firmas musicales, se refieren netamente al ámbito de los derechos de autor.

La competencia indirecta: los estudios de grabación caseros ya que son una fuente fácil, relativamente económico y accesible de producción musical; RTU vende una imagen de la música ecuatoriana que puede



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

llegar a competir con nuestra difusión y promoción del desarrollo de la tradición musical.

Productos sustitutos: Como productos sustitutos podemos mencionar la música virtual, que circula en las diferentes plataformas en el internet. Hay indicios de que se pueda convertir en un competidor.

1.4.2. VENTAJAS COMPETITIVAS.

A continuación se detallan las ventajas competitivas de Huacay-Mann:

- Música identitaria del Ecuador; permite un acercamiento al sentido de identidad del ecuatoriano.
- Multiculturalidad musical del país; permite proveernos de muchas posibilidades creativas.
- Reivindicación del orgullo creativo nacional; permite el desarrollo de nuestro primer mercado.
- Valor social agregado; permite una accesibilidad y reconocimiento social tanto en el músico como en el público.
- Ser los pioneros en la industria musical ecuatoriana; permite estar un paso delante de la competencia y la confianza social.
- Relación cercana músico-público; permite un grado alto de contacto e interés por parte de las dos ámbitos.
- Nueva Ley de comunicación; permite la accesibilidad a los medios de comunicación masivos del Ecuador.
- Fundación Lluchupamba como promotora; permite la posibilidad de obtener recursos para el fortalecimiento de Huacay-Mann como un bien de desarrollo social; así mismo la persona jurídica sin fines de lucro permite obtener beneficios en los planos económico, jurídico y social.
- Acceso al mercado alemán; permite estar a la vanguardia en tecnología de sonido; así también existe la posibilidad de llegar a un



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

acuerdo académico de voluntarios entre los dos países para profesionalización nacional.

- Pedagogía de la nueva música; permite un espacio idóneo para preparar y madurar los nuevos talentos musicales del Ecuador; así mismo nos provee de profesionales en los ámbitos que abarca la producción musical.
- Inversión musical; permite la democratización de la participación cultural de sectores sociales históricamente excluidos.
- Re-distribución equitativa; permite la confianza y acercamiento al proceso productivo de Huacay-Mann por parte de proveedores musical y el público.
- Recursos técnicos; permite estar en una posición competitiva y acorde con los estándares de calidad internacionales.
- Sello sonoro nacional; permite enfrentar el mercado desde una posición unificada; así también atraemos la confianza de la inversión pública y privada con una producción profesional y de calidad.

1.4.2.1. BARRERAS DE ENTRADA.

- Desvalorización de productos ecuatorianos; provoca el riesgo de no llegar a nuestro primer mercado.
- Monopolio mediático; provoca serias dificultades en la socialización y accesibilidad pública de nuestra producción.
- Mercado internacional pre-establecido; provoca mayores dificultades al proponer alternativas de producción, inversión y comercialización musical.
- Alta inversión en maquinaria; provoca el no acceso a estándares de calidad internacional.
- Tiempos en sociabilización, difusión y comercialización; provoca altos costos económicos y riesgo de fracaso.
- Altos costos de producción discográfica; provoca la inaccesibilidad pública en torno a su precio.



- Carencia de una estructura industrial musical en el Ecuador; provoca no tener referentes en donde basar el accionar.

1.4.3. PRECIO¹

1.4.3.1. VARIABLES PARA LA FIJACIÓN DEL PRECIO.

Usuarios

- Disposición a pagar

Para el conocimiento del precio, la Fundación realizó un estudio de mercado con anticipación sobre cuál sería un precio adecuado para este tipo de material musical que actualmente se produce:

- CD de música:
 - En promedio el precio adecuado que un usuario pagaría por un CD de música es de \$8
 - El precio promedio máximo que pagaría \$15.
 - El precio promedio máximo que no pagaría es de \$25.
 - El precio más bajo en promedio que pagaría es de \$5.

- Música virtual:

En cuanto a las descargas musicales el precio promedio adecuado que pagaría es de \$4.35 por un CD musical.

- El precio máximo promedio que pagaría por la descarga sería de \$7
- El precio máximo promedio que no pagaría es de \$14
- El precio mínimo que pagaría por la descarga es de \$2.

Músicos

¹ Información tomada de estudio de mercado del Proyecto Huacay-Mann.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- Disposición a cobrar.

Para la remuneración adecuada de un músico se preguntó los valores en promedio que cobraría de lo que se pudo obtener:

- El 100% de los músicos cobra en promedio de \$20 a \$100 por presentación.
- 80% tiene una remuneración mensual de \$500 a \$1000.
- 40% cobra \$50 para grabar en estudio, 20% cobra \$60, 20% cobra \$100 y 20% no cobra ningún valor
- 12% de los entrevistados cobra por distribuir su música y el valor que cobra es de \$10.

1.4.3.2. DETERMINACIÓN DEL PRECIO.

Luego del análisis realizado anteriormente se determinó los siguientes precios en los 7 productos:

PRODUCTOS	PRECIOS
Discos	8,00
Derechos de Autor	325,00
Conciertos y Eventos	650,00
Canciones Virtuales	7,00

Tabla 4. Estimación de Precios

1.4.4. DISTRIBUCIÓN Y LOCALIZACIÓN DENTRO DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS.



Usuarios

Con la tecnología en su pleno auge para el usuario es más fácil enterarse de lo que ocurre en el ámbito musical por medio de las redes sociales y el internet. Siendo este el mejor medio para publicar la música que la audiencia quiere escuchar. Sin dejar de promover su evolución en las radio, televisión, programas musicales y conciertos.

Músicos

La distribución de la música por parte de los artistas se la realiza en 66% a través de las redes sociales o canales de música de internet. Tan sólo el 34% lo realiza a través de presentaciones en bares.

38% de los músicos realizan de 18 a 20 conciertos por año, de los cuales el 38% lo realiza en centros de arte.

40% de los artistas han sonado en la radio Antena Uno, 20% en Espectáculo, 20% no tiene ninguna radio a su haber, y 20% lo ha hecho por RSN.

83% de los entrevistados mencionó que no ha tenido que pagar para que su música suene en algún medio de comunicación.

1.4.5. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DENTRO DEL SECTOR DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS.

1.4.5.1. CLIENTES CLAVES

Al ser un proyecto compartido los clientes claves son los usuarios, o los fans de los artistas nacionales, y así mismo como productora nacional del otro lado de la cadena tenemos como cliente clave a los artistas nacionales e internacionales que quieran producir con el equipo de trabajo.



1.4.5.2. ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN DE CLIENTES.

La promoción de la empresa se enfoca en dar a conocer a los clientes potenciales la existencia de una marca discográfica que les permita incursionar en el mercado nacional como internacional, alcanzar los estándares que les permitan ser reconocidos como artistas de talla internacional.

Se buscará potenciar a la empresa como una promotora del talento nacional:

- Convenio con cadenas de radio y televisión

Ofertar a las empresas radiales y televisivas la nueva industria musical al país.

- Publicar reportajes en diversos medios nacionales

Mantener buenas relaciones con los medios de comunicación buscando la publicación de reportajes y notas de prensa acerca de la empresa.

- Publicidad en redes sociales

Mantener cuentas de Facebook, Twitter y otras redes sociales que den a conocer la manera música nacional.

1.5. OPERACIONES

1.5.1. PRODUCTO

1.5.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO BASADO EN CONTENIDOS TANGIBLES E INTANGIBLES DE CARÁCTER PATRIMONIAL

Producimos música y audio-visuales basados en el patrimonio musical del país, que se socializará y comercializará por medio de CD's,



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

venta virtual, nuevos formatos de registro y reproducción sonora, organización de eventos, conciertos y festivales.

Trabajamos con la identidad sonora del Ecuador sabiendo que es un bien intangible y patrimonial de la cultura de los suyos.

1.5.1.2. DISEÑO DEL PRODUCTO ENFOCADO EN CONTENIDOS CULTURALES PATRIMONIAL Y CULTURAL

Las presentaciones en que se dispondrán nuestros productos serán:

El diseño sonoro de la producción musical que pretende llevar Huacay-Mann está basado desde un punto de vista estético y conceptual en la tradición musical ecuatoriana

La venta de nuestra producción musical se podrá hacer en CD's: empaque de cartón reciclado / imagen gráfica conceptual e individual / embalaje de cartón en grandes pedidos / usamos cartón reciclado ya que hacemos consciencia en el cuidado del medio ambiente, además del costo bajo, posibilidad de fabricarlo, variable en el diseño y la manera de trabajarlo.

El logotipo está basado en un proceso de acercamiento a la tradición gráfica de los pueblos andinos y se relaciona con el aspecto musical ya que escogemos una imagen universal del espectro sonoro como un eje conceptual que evidencia el deseo de Huacay-Mann por incursionar en la tecnología e investigación de los procesos musicales históricos y contemporáneos.

1.5.1.3. ASPECTOS DIFERENCIALES CON BASE EN EL ASPECTO PATRIMONIAL

Producto:



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- ✓ Ofrece una calidad sonora que se basa en estándares de calidad internacional.
- ✓ Tiene una identidad sonora que permite un vínculo cercano entre el producto y nuestro mercado.
- ✓ Su diseño busca satisfacer las necesidades actuales en cuanto a comercialización musical.

Servicio:

- ✓ Diferentes facilidades de pago.
- ✓ Shop virtual.
- ✓ Nos adaptamos a la realidad tecnológica ofreciendo alternativas actuales para la comercialización musical.
- ✓ Apoyamos el desarrollo de la tradición musical ecuatoriana.
- ✓ Establemos una marca sonora nacional.
- ✓ Nuestro proceso de producción musical se basa en el profesionalismo humano y los estándares de calidad internacionales.

Otras estrategias:

- ✓ Huacay-Mann es la primera industria musical ecuatoriana
- ✓ Inversión en el talento creativo y musical de los ecuatorianos

1.5.1.4. PROCESO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO CONSIDERANDO LA PUESTA EN VALOR O USO DEL PATRIMONIO

Huacay-Mann se encuentra en su etapa de desarrollo investigativo. La información recabada abarca las áreas económica, logística, productiva, distributiva y comercial.

El proceso de pruebas de fiabilidad comenzará junto con la campaña de socialización del proyecto. De esta manera la red de músicos



que abarca Huacay-Mann es quien nos permitirá tener un primer acercamiento de calidad musical hacia la sociedad.

Así mismo los procesos que requiere la concreción de nuestra proyección estarán sujetos a estrictas pruebas de calidad lo cual permitirá establecer un producto y servicio competitivo. Por ello las etapas de estudio y diseño acústico-arquitectónico permitirán tener un control de calidad productiva que garantice nuestro óptimo desempeño e imagen empresarial.

1.5.2. PROCESO PRODUCTIVO

1.5.2.1. PROCESO DE ELABORACIÓN DEL BIEN O SERVICIO CONSIDERANDO LA CAPACIDAD DE CARGA DEL PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL O INMATERIAL QUE SE QUIERE PONER EN VALOR.

El primer objetivo es articular una red de músicos y bandas quienes serán nuestros proveedores principales. La investigación y las convocatorias públicas serán nuestros vínculos primordiales. Se convocará a todos los creativos musicales que dispongan de producción musical propia y que se interesen por producir. Se realizará una investigación rural para buscar intérpretes, compositores y grupos de música, los cuales tendrán un espacio particular dentro de la producción de Huacay-Mann ya que se pretende tener un sello que produzca la música que se desarrolla en los sectores rurales del país.

De entre todos los convocados se procede a una selección que permitirá saber el estado de cada músico o banda que dispone la red. Dicha selección dividirá la red en tres secciones:

- a) **Fase I:** son todos aquellos músicos o bandas que poseen un nivel profesional alto y que por consiguiente pueden entrar en la fase de



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

diseño sonoro-conceptual de su producción. Es importante reconocer que en el Ecuador se carece de un profesionalismo musical competitivo.

- b) Fase II:** son aquellos músicos que disponiendo de material musical propio aún debe entrar en una fase de asesoría musical para alcanzar un nivel interpretativo o compositivo de calidad.
- c) Fase III:** en esta sección de la red están todos los músicos amateur que tiene una gran potencial tanto interpretativo como compositivo. Desde esta sección se trabaja una nueva conceptualización y práctica creativa musical. Se permite la profesionalización musical mediante una educación y asesoría profesional así como una práctica continua.

La asesoría profesional permite que las necesidades musicales sean acompañadas por un consejo profesional que permita salvaguardar todos los aspectos de calidad musical. La asesoría brindada apela a la innovación y la toma de riesgos como un hecho que permita el desarrollo de la tradición musical en el Ecuador. El objetivo principal de la asesoría que brindan los fundadores de este proyecto es poder optimizar todos los recursos ya que a partir de esta fase entramos en etapa de pre-producción. El Director artístico es quien realiza: investigación, convocatorias y selección. En la asesoría estará acompañado de profesionales en la producción musical.

La pre-producción da comienzo con el Diseño y Conceptualización sonoro-musical. Ingeniero de sonido y músicos son quienes desarrollan el diseño y concepto sonoro que deberá tener la producción. Esta actividad requiere de un prolijo trabajo de investigación musical si se quiere obtener los mejores resultados en cuanto a conceptualización y tratamiento del sonido. Ya que la infraestructura de Huacay-Mann está diseñada para abarcar un sistema interno de cámaras que graban en HD, esta etapa abarca el diseño y conceptualización audio-visual de la producción musical. Este plus nos permitirá obtener una optimización de recursos



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

considerable ya que se produce la música y video oficial simultáneamente.

Dentro del área audio-visual contamos con una alianza estratégica entre la Productora audio-visual Clan Visual y la Fundación Lluchupamba. Esta alianza permitirá al proyecto contar con la asesoría profesional del Director Julio Cesar Peñaherrera y su cuerpo de profesionales en lo que refiere al diseño y concepto audio-visual de la producción musical de Huacay-Mann.

La siguiente etapa que interviene en el proceso de elaboración es la captación sonora o grabación. En dicha actividad se establecerán los cronogramas de trabajo correspondientes, a fin de extraer del músico su mejor desempeño. Los recursos humanos y la infraestructura también son incluidos dentro de la programación temporal de trabajo, esto para obtener de ellos una producción óptima. En la captación de sonido existirán varias opciones de producirla, por ello:

- Se puede hacer una grabación en vivo que también incluya un video oficial de todos sus temas. Esta grabación involucra una optimización del tiempo de trabajo y una profunda preparación musical. En este proceso de grabación están involucrados: Director artístico, Ingeniero de Sonido, Director audio-visual, asistentes, operarios, músicos, etc.
- Se puede también realizar una grabación por cortes de edición lo cual implica el trabajo del Director artístico, Ingeniero de Sonido, Asistentes y Músicos. A esto se le puede sumar la realización de la sección audio-visual por separado. Con lo cual se obtiene el mismo resultado pero en variadas acciones.
- Se puede grabar materiales musicales sencillos o unitarios, así como un disco entero. Dentro de la línea creativa y de producción se establece denominar disco a la producción musical que contenga como mínimo cuatro temas y máximo siete. Creemos que de esta manera se puede optimizar la producción musical de los



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

creativos convocados, a más de tener la capacidad de obtener nuevos materiales de producción.

La siguiente etapa se refiere a la mezcla la misma que es un proceso utilizado tanto en la grabación y la edición de sonido. Esto para balancear y equilibrar el volumen relativo y la ecualización de las fuentes de sonido que se encuentran presentes en un evento sonoro. De igual forma se manejan parámetros de volumen y ubicación para lograr darle una especialidad al evento sonoro. Principalmente consiste en remover frecuencias innecesarias así como ruidos indeseados para dar un espacio a cada elemento dentro de la mezcla.

El proceso de mezcla, aunque en sí implica una cantidad de aspectos técnicos importantes, puede considerarse como un proceso altamente creativo. Por esa razón el determinar si una mezcla es buena o mala depende de muchos factores totalmente subjetivos (MEDINA, 2008). La tarea de mezcla está dirigida por nuestro ingeniero de sonido.

A continuación viene el proceso de masterización del cual podemos decir que es el último proceso musical de una producción, que se lleva a cabo después de la mezcla y antes de la fabricación de las copias destinadas a la venta. La primera tarea que realiza un técnico de masterización es comprobar que el material de audio esté en buen estado. Para el caso de Huacay-Mann se prevé que esta tarea recaiga en un principio sobre el Ingeniero de sonido pero augurando que en un mediano o largo plazo se pueda contar con un solo profesional para esta tarea. Entre los objetivos de la masterización están: Solucionar posibles problemas de la mezcla; Homogeneizar el sonido general de las canciones de un disco; Controlar el volumen de las canciones de forma que el disco se pueda escuchar de forma continua sin necesidad de cambiar el nivel de reproducción; Controlar el volumen general del disco para que se pueda escuchar antes o después de otros discos sin necesidad de cambiar el nivel de reproducción.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

La producción audio-visual es la etapa donde se prepara todo lo referente a la construcción de un video clip, un acústico y otros tipos de registro audio-visual que permita al trabajo musical su difusión y socialización por medios audio-visuales y virtuales. En esta sección laboran en conjunto: Director artístico, Director audio-visual, asistentes, operarios, músicos.

La etapa de diseño de imagen gráfica es en la cual Huacay-Mann, mediante su diseñador gráfico, asesora y materializa las ideas gráficas de los músicos o bandas. Este desarrollo laboral entre diseñador, músicos y director artístico debe establecerse mediante un dialogo continuo y respetando el criterio de todas las partes. El diseño de la imagen gráfica también debe abarcar al producto como tal –discos–, esto en cuanto a su presentación, empaque e imagen virtual.

La producción de discos es la etapa en donde se materializa la producción musical que saldrá a la venta. En esta etapa se debe delimitar la producción de discos y la producción.

Los pasos que se requieren para la producción de disco pasa por las siguientes actividades: compra de materia prima –disco, papel, cartón-duplicación, impresión, impresión de cajas, corte de caja, doblado, embalaje.

Sin embargo en la primera etapa se prevé utilizar la venta virtual de discos, como métodos de comercialización, ya que su costo y manufactura son de mejor asequibilidad

El proceso de socialización tratará de poner de manifiesto el producto musical de Huacay-Mann ante la sociedad ecuatoriana. Prevemos que al contar con las herramientas de redes sociales la primera y más grande campaña de socialización debe ser de carácter virtual. Esta campaña podemos realizarla por medio de nuestros propios canales virtuales. La otra parte de este proceso se la realizará atreves de los medios tradicionales de difusión –radio, tv, medios escritos, etc.-. Además



de todo esto queremos por medio de nuestros conciertos y eventos acaparar un público joven que distinga nuestro trabajo y sea un medio de difusión oral para futuros públicos.

Finalmente el proceso de comercialización se lo quiere realizar por medio de: venta virtual, venta de discos, conciertos, eventos, redes de distribución y tiendas propias. Se pretende hacer de la calidad de Huacay-Mann su mejor vínculo con el profesionalismo y producción musical en Ecuador. Además se utilizará la identidad sonora como un medio de acercamiento a nuestro mercado nacional. El carácter social que posee Huacay-Mann es otro factor importante a la hora de su comercialización, ya que nos permite llegar ante la sociedad como un bien común y no como un negocio privado.

1.5.2.2. CAPACIDAD INSTALADA O TAMAÑO

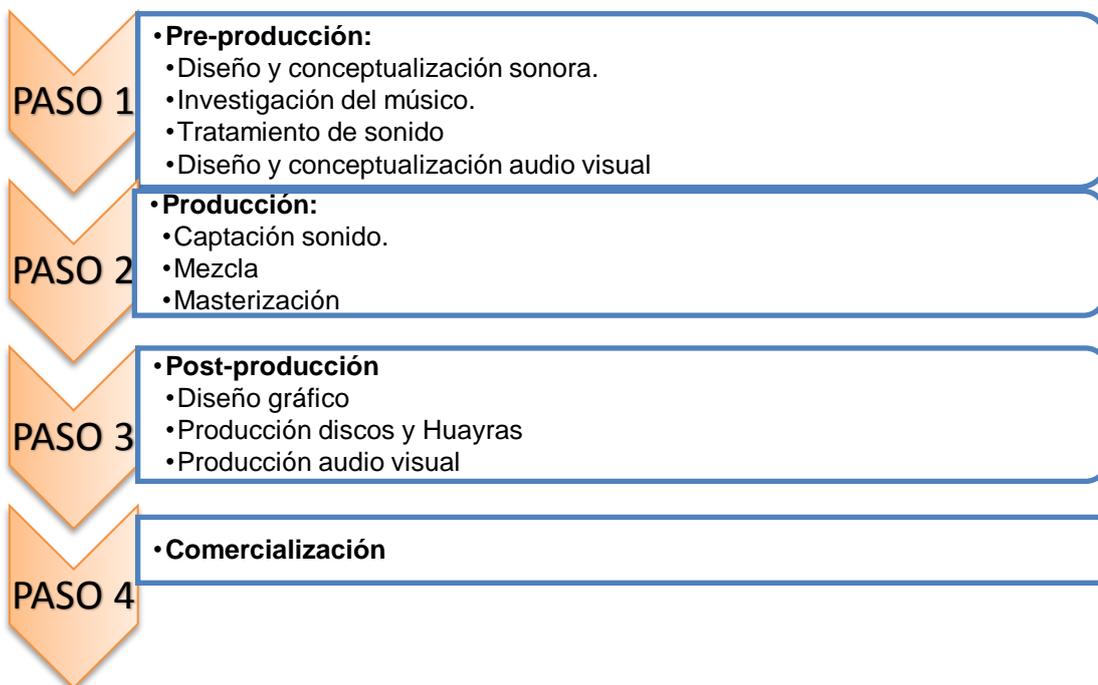


Grafico 2 Proceso Productivo



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Las instalaciones de Huacay-Mann permiten una producción musical profesional y de calidad. Se calcula que se harán producciones de 10 músicos o bandas en su primer año. En lo concerniente a producción de músicos o bandas se estaría utilizando un 67% de su capacidad instalada. El volumen de producción de discos se aproximará a los 10.000 discos por año, 4 conciertos anuales. En base a la capacidad de la máquina de discos se estaría utilizando en el primer año el 65%.

Se producirá y comercializará canciones y discos EP (Extended Play).

Estas dos alternativas nos permiten prever una venta de 9.000 canciones anuales vía virtual. En producción de canciones y discos se estaría utilizando un 60% de su capacidad.

A futuro (cinco años) se pronostica la venta de 2.928 discos por año, una producción de 15 músicos o bandas por año. Los conciertos a 12 por año y la venta de canciones subirán a 13.776, donde se mantendrá y fortalecerá la venta virtual alcanzando un acercamiento al mercado musical internacional.

1.5.2.3. TECNOLOGÍAS NECESARIAS PARA LA PRODUCCIÓN DEL BIEN O SERVICIO

Para la realización de todo el proceso de la productora musical se necesitará maquinarias de estudio, cabina de control, así como también maquinaria audio-visual.

Para la producción será necesario adquirir software para la captación, mezcla y masterización. Los equipos que son parte importante para la productora son computadoras, monitores, amplificadores, pedestales, micrófonos, instrumentos musicales, máquina duplicadora e impresora de discos.



1.5.2.4. CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN

A continuación se detalla el cronograma anual de producción de todos los productos:

PRODUCTOS	1	2	3	4	5
Discos	2.000	2.200	2.420	2.662	2.928
Derechos de Autor	100	110	121	133	146
Conciertos y Eventos	25	28	30	33	37
Canciones Virtuales	1.200	1.320	1.452	1.597	1.757

Tabla 5. Producción Aproximada²

1.5.2.5. CONTROL DE CALIDAD

El control de calidad tiene como fundamento principal la asesoría profesional en cuanto a: construcción de instalaciones de producción musical –estudio, cabina de control, cuarto de ensayos- diseño acústico que asegura estándares de calidad internacional, maquinaria de sonido.

Además de ello nuestra calidad se propondrá establecer un nivel profesional musical en el Ecuador tanto en composición musical, interpretación, producción, masterización, investigación sonora.

Pretendemos establecer una marcada diferencia con la competencia ya que nuestro objetivo es articular la creatividad musical ecuatoriana dentro de un concepto sólido y profesional que le permita un desarrollo amplio y competitivo.

Nuestro sistema de comunicación virtual pretende estar en la vanguardia en cuanto a: difusión social, compra virtual, comunicación banda-público, etc. Ofreciendo de esta manera una calidad óptima en cuanto a niveles de socialización, aceptación y empoderamiento social del proyecto.

² Cuadro estimado y proyectado por operaciones ya realizadas en el ámbito social y cultural donde se encuentra el proyecto.



1.5.3. EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA NECESARIOS

A continuación se detallan los equipos e infraestructura necesarios para iniciar el negocio de Huacay-Mann:

INVERSION	USD
Activos Corrientes	4.500,00
Activos Fijos	23.200,00
Pasivos Corrientes	6.000,00
Intereses	456,00
Capital	4.804,00
Inversión Total	16.440,00
Por Financiar	16.440,00

Tabla 6. Inversión Estimada.

1.5.4. REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA

Considerando las provisiones de ley (décimo tercero, cuarto, vacaciones, fondos de reserva) a continuación se detallan los requerimientos de mano de obra.

MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	SUELDO SALARIO
Ingeniero de sonido	350,00
Director Artístico	350,00
Compositor 1	250,00
Compositor 2	250,00
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA	1.200,00

PERSONAL ADMINISTRATIVO



DETALLE	SUELDO SALARIO
Secretaria	250,00
TOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO	250,00

PERSONAL DE VENTAS

DETALLE	SUELDO SALARIO
Vendedor 1	300,00
Vendedor 2	300,00
TOTAL MANO DE OBRA DE VENTAS	600,00

Tabla 7. Mano de Obra Proyectada.

**1.5.5. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS
PRODUCTIVOS**

COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN	TIPO DE COSTO (FIJO/VARIABLE)
Sueldos de empleados	Fijo
Aportes Patronal al IESS y Beneficios Sociales	Variable
Material de empaque	Variable
Costos indirectos de producción	
Utensilios	Fijo
Servicios básicos	Variable
Suministros de limpieza	Fijo
Mantenimiento de equipos	Fijo
Gastos de administración	
Suministros de oficina	Fijo
Permisos y tasas de funcionamiento	Variable



Gastos de ventas	
Publicidad	Variable
Página web	Variable

Tabla 8. Costos Fijos y Variables de la producción.

1.5.6. SEGURIDAD INDUSTRIAL Y MEDIO AMBIENTE

1.5.6.1. NORMATIVA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS

La productora contará con la cantidad de extintores necesarios para el área y sistema anti incendios. Su estructura tendrá puertas de salida de emergencia de evacuación en caso de desastres naturales o incendios.

1.5.6.2. NORMATIVA AMBIENTAL

La edificación de la productora cumplirá con todas las disposiciones legal-ambientales. Se va a prevenir el uso de tóxicos o efectos contaminantes al momento de la construcción.

La productora dispondrá de aislantes de sonidos que evitará el impacto de ruido en la comunidad.



CAPITULO II

ANÁLISIS Y CONCEPTUALIZACIÓN DE LOS MÉTODOS DE COSTEO MÁS UTILIZADOS.

2.1. COSTEO POR A.B.C.

ABC (siglas en ingles de “Activity Based Costing”) ***COSTO BASADO EN ACTIVIDADES***

2.1.1. ORIGEN

Surge en los años 60 pero mayor énfasis se da en los 80. Sus promotores son Robin Cooper y Robert Kaplan; quienes determinaron que para elaborar productos o servicios se requiere realizar actividades las cuales consumen recursos por lo que primero se costean las actividades y luego el costo de las actividades es asignado a los diferentes objetos de costo. Es decir que las actividades son las que consumen los recursos y las que originan los costos, no los productos.³

2.1.2. COSTO DE LA CADENA DE VALOR

En el cual la toma de decisiones no solo debe tener en cuenta el proceso de transformación sino también la estructura organizativa de la empresa.

La competitividad del mercado hace que, el sistema tradicional en donde se determinan los costos al cual se añade el margen de beneficio deseado y llegan al precio; se cambie por el cálculo de los costos dirigidos por el precio

El costeo normalizado (promedios) genera distorsiones en los costos.

³ (Autores, 2014)



COSTO TRADICIONAL	COSTO A.B.C.
Los productos consumen los costos.	Las actividades consumen los costos, los productos consumen actividades.
Asigna los costos indirectos de fabricación usando como base una medida de volumen.	Asigna los costos indirectos de fabricación en función de los recursos consumidos por las actividades.
Horas hombre.	Se preocupa de valorizar todas las áreas de la organización.
Se preocupa de valorizar principalmente los procesos productivos.	Valorización de tipo transversal y mejoramiento de los procesos.
Valorización de tipo funcional.	

Tabla 9. Comparación entre Costo Tradicional y A.B.C.

De esta manera el Sistema de Costos ABC:

- ✓ Es un modelo gerencial y no un modelo contable.
- ✓ Los recursos son consumidos por las actividades y estas a su vez son consumidas por los objeto de costos.
- ✓ Considera todos los costos y gastos como recursos.
- ✓ La empresa se muestra como un conjunto de actividades y/o procesos, y no como una jerarquía departamental.
- ✓ Es una metodología que asigna costos a los productos o servicios con base en el consumo de actividades.



Esquema Fundamental del Costeo

Elaboración de un Sistema de Costeo

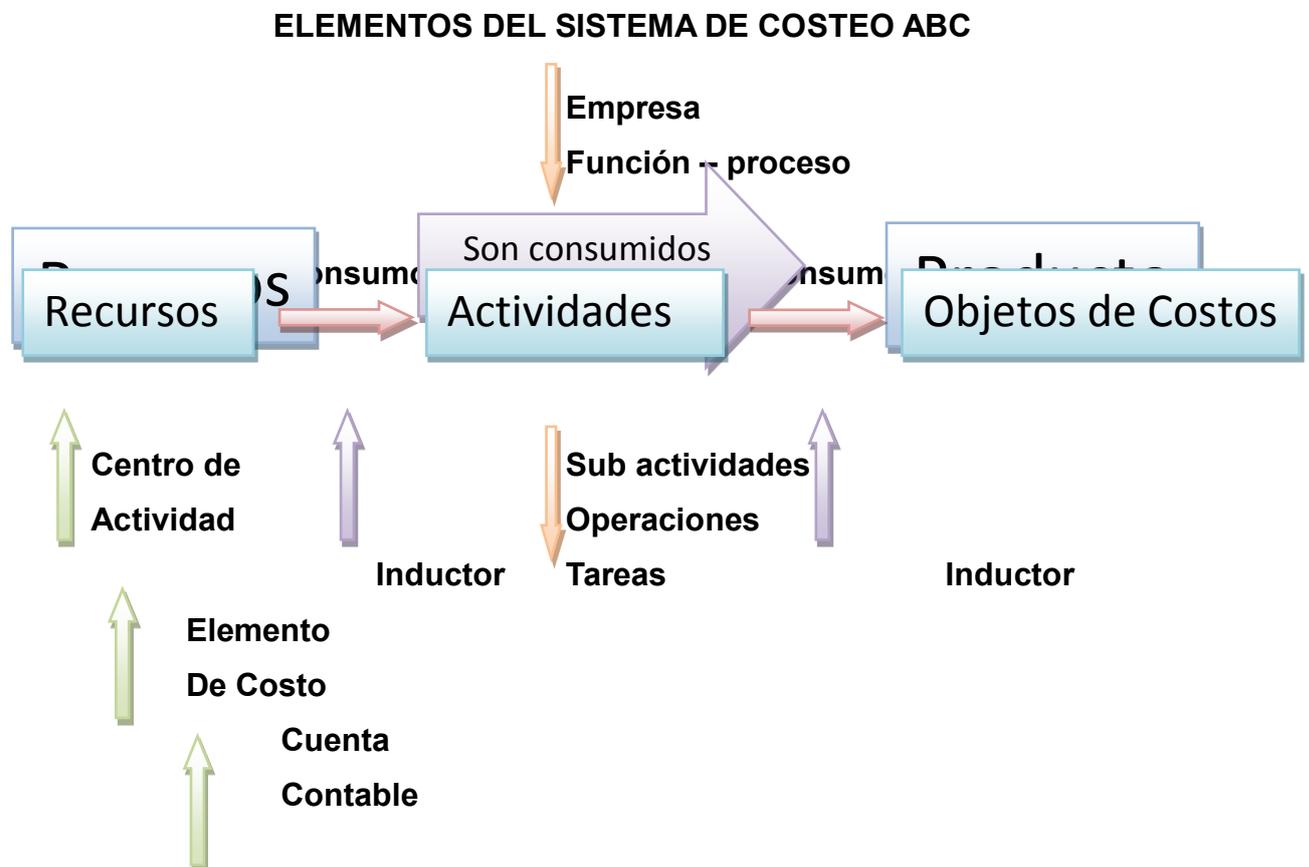


Grafico 3 Elementos del Sistema de Costos ABC.

2.1.3. CONCEPTOS BÁSICOS:

- **Producto:** Cualquier bien o servicio que la empresa ofrece a la venta.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- **Recursos:** Son aquellos factores de producción que permiten la ejecución de una actividad específica.

Eje: Materiales, Mano de obra, Tecnología, maquinaria y equipo, Suministros, Sistemas de información, Seguros, Activos fijos productivos (planta, muebles y enseres, vehículos) Repuestos, Terrenos, Capacidad administrativa y de ventas, etc.

2.1.4. OBJETOS DE COSTO:

Son un conjunto de procesos afines que constituyen un producto o servicio final por el cual se obtienen ingresos. También puede considerarse objeto de costo: el trabajo, proyecto, orden de fabricación, actividad, proceso, servicio, producto, cliente o mercado que se desea costear y representan las entidades que en últimas consumen recursos.

2.1.5. INDUCTORES (DRIVERS):⁴

Son medidas cuantitativas de las actividades. Cada medida de actividad debe estar definida en unidades perfectamente identificables.

Los inductores son una base de asignación o de reparto de los COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

2.1.6. ACTIVIDAD

- Es un proceso o un procedimiento que da lugar a la realización de un trabajo.
- Preparar presupuestos.
- Seleccionar personal.
- Preparar las maquinas.

⁴ (Morales, 2003)



LEVANTAR PARED



ACTIVIDAD

Grafico 4. Proceso del ABC.

RECURSOS	DRIVERS
Materias primas (costo directo al objeto de costo)	Cantidad
	Costo de los materiales
Mano de obra (costo directo al objeto de costo)	Costo de la mod
	Horas de mod
	Horas de mo
Maquinaria, equipo y tecnología	Número de trabajadores
	Horas maquina



	Costo de la maquinaria, eq. Y tec.
	Tiempo del proceso
	Tiempo de ciclo productivo
Edificio e instalaciones físicas (capacidad)	Área ocupada en metros cuadrados por actividad
Vehículos	Costo de los vehículos
	Horas de utilización
	Kilómetros recorridos
Suministros	Cantidad
	Costo de los suministros
Servicios públicos	Cantidad (según tipo de servicio)
Sistemas de información	Horas máquina
Impuestos a la propiedad	Área ocupada en metros cuadrados

Tabla 10. Drivers ABC (Indicadores de Medición).

2.2. CONTABILIDAD DEL TRUPUT

Este método nace con la TOC (Teoría de Restricciones) que fue creado por el Dr. Eliyahu Goldratt, físico israelí, cuando comenzó con el estudio de los problemas de la logística de la producción.⁵

El Trúput aparece como una alternativa para hacer un cambio y abandonar los métodos tradicionales usados por las gerencias para la toma de decisiones; así lo plantea Goldratt en su libro *LA META*.

2.2.1. PRINCIPIO DE TOC

Las TOC se basan en el principio de que existe una causa común para muchos efectos; por lo tanto los efectos que se dan son la consecuencia de causas más profundas. Así tenemos que las

⁵ (eaceved5, 2011)



restricciones de un sistema son las cosas que le impiden a dicho sistema llegar a su meta.

Como todos lo sabemos, los sistemas tienen por lo menos una restricción que no les permite llegar a su objetivo, de no ser el caso como lo planteamos, las utilidades de una empresa serían infinitas.

2.2.2. IMPORTANCIA DE LAS RESTRICCIONES⁶

Hay una creciente conciencia entre los gerentes de manufactura, acerca de la necesidad de lograr un flujo rápido y sin tropiezos de los materiales en las operaciones de manufactura, de acuerdo con la demanda de mercado; sin embargo pocas empresas han logrado adelantos importantes hacia esa meta, esto se puede atribuir a dos causas principales:

1. La mayoría de los administradores no comprenden con claridad cómo lograr un flujo sincronizado de productos en una industria manufacturera compleja y dinámica.
2. Hay una incompatibilidad básica entre los requisitos para el flujo sincronizado y la actual infraestructura formada por las políticas y prácticas administrativas.

2.2.3. RECONOCIMIENTO DE LAS RESTRICCIONES⁷

1. Identificar la(s) Restricciones del Sistema.
2. Explotar las(s) Restricciones del Sistema.
3. Subordinar todo lo demás a la decisión anterior.
4. Elevar la(s) Restricciones del Sistema.
5. Si en un paso previo se ha roto una restricción, vuelva al paso 1.

2.2.3.1. IDENTIFICAR LA(S) RESTRICCIÓN(ES).

⁶ UMBLE Michael y SRIKANTH M.L. Manufactura Sincrónica. "Principios para lograr una excelencia de categoría mundial"

⁷ IVIDEM ⁵



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Como ya lo habíamos mencionado, en todas las empresas existen restricciones que no permiten realizar un desempeño óptimo, es así como empezamos a identificar cada uno de los *Recursos con Restricción* que están siendo un problema para el logro de la meta planteada.

2.2.3.2. DECIDIR CÓMO EXPLOTAR LA(S) RESTRICCIÓN(ES).

Una vez completado el paso anterior, habiendo identificado plenamente el recurso que está limitando el desempeño de la empresa, procedemos a rescatar lo máximo de él.

2.2.3.3. SUBORDINAR TODO LO DEMÁS A LA DECISIÓN ANTERIOR.

Una vez que se identifica lo que está causando la restricción se debe procurar que todo el sistema trabaje al mismo ritmo de dicha(s) restricción(es), no podemos permitir el retraso de un proceso que ocasiona problemas y que otros se adelanten ya que no trabajarían en armonio y el sistema se puede deteriorar.

2.2.3.4. ELEVAR LA(S) RESTRICCIÓN(ES) DEL SISTEMA.

Vamos a considerar todas las opciones que tenemos para invertir el efecto de la restricciones, más turnos de trabajos, invertir en recursos similares, etc.

Pero no vamos a descartar la posibilidad de que en su momento pueda aparecer una nueva restricción que nos límite de cierta forma, y así llegamos al siguiente y último paso.



2.2.3.5. SI EN UN PASO PREVIO SE HA ROTO UNA RESTRICCIÓN VUELVA AL PASO 1.

Al aplicar los pasos se debe tener mucho cuidado para no quebrantar ninguna regla ya que eso implicaría perder la secuencia y no se obtiene los resultados esperados, dejando al sistema lejos del objetivo principal y por ende nuevas restricciones.

2.2.4. TIPOS DE RESTRICCIONES⁸

Como ya lo habíamos mencionado, una restricción es todo aquello que impide alcanzar la(s) meta(s) que se han propuesto en una organización; así tenemos los siguientes tipos de restricción:

2.2.4.1. RESTRICCIONES DE MERCADO

La demanda está limitada por el mercado, lograr satisfacer a todos los clientes de acuerdo a sus necesidades depende mucho de los precios, competencia, rapidez de respuesta y demás factores que determinan el éxito o fracaso en las ventas en una empresa.

2.2.4.2. RESTRICCIONES DE MATERIALES

Para poder producir se necesita de materiales disponibles en cantidad y calidad adecuados para brindar un servicio óptimo; volviéndose un problema en el caso de que falte la materia prima por una mala programación.

2.2.4.3. RESTRICCIONES DE CAPACIDAD

Lo vamos a asociar con la capacidad para producir, por ende si los equipos de producción no satisfacen la demanda requerida se vuelve una restricción.

⁸ UMBLE, Michael y SRIKANTH, M., "Manufactura Sincrónica", Primera Edición, Editorial Continental S.A., México 1995, p. 76-81
"Análisis del proceso de producción de quesos en la microempresa UNORLACT mediante TOC"



2.2.4.4. RESTRICCIONES

2.2.4.5. DE LOGÍSTICA

Todo lo que es planeación y controles que se establecen en las empresas pueden ser tan favorables como desfavorables, según se dé el caso. Así las restricciones propias del sistema pueden ser un problema.

2.2.4.6. RESTRICCIONES ADMINISTRATIVAS

Estrategias y políticas definidas por la empresa que perjudican todas las decisiones relacionadas con la manufactura. Puede producirse dos situaciones:

- Suboptimización del sistema: Determinando los tamaños de lotes a través de la cantidad económica de pedidos (EOQ).
- Agravar el efecto de otras restricciones: Fomentando la optimización de recursos que no son cuellos de botella.

2.2.4.7. RESTRICCIONES CONDUCTUALES

Actitudes y comportamientos del personal. La actitud de “ocuparse todo el tiempo” y la tendencia a trabajar lo fácil.

2.2.5. MEDIDORES DE DESEMPEÑO

Para iniciar se debe definir la “Meta Global del Sistema” y los medidores que nos revelaran el impacto de los subsistemas y de cualquier decisión local, según nos dice Goldratt en su libro.

Una vez que determinamos la meta de la empresa, la cual es hacer dinero hoy y a futuro, vamos luego a utilizar tres medidores financieros que nos muestren la realidad económica de la empresa, arrojando resultados que nos indiquen si vamos en dirección o no de la meta.



Por lo tanto los indicadores o medidores son el resultado directo de la meta elegida, los cuales nos permiten juzgar el impacto de las decisiones locales.

2.2.5.1. INDICADORES FINANCIEROS:

- **UTILIDAD NETA (UN):** La podemos obtener en el estado de resultados.
- **RETORNO SOBRE LA INVERSION (ROI):** Con el balance general se reporta este indicador.
- **ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO:** Este estado financiero no represente un indicador si no una condición, ya que si se tiene suficiente liquidez no es preocupante pero si la liquidez es insuficiente, esto se convierte en una prioridad para la empresa.

2.2.5.2. INDICADORES OPERATIVOS

- **TRÚPUT (T):** Que es la velocidad en que el sistema genera dinero a través de las ventas o inversiones financieras.

$$TRUPUT = \text{Precio de Venta} - \text{Costo de Materia Prima}$$

- **INVENTARIO (I):** Es todo el dinero que el sistema invierte en comprar elementos que el sistema pretende vender, se medirá el inventario en términos de costo de la materia prima sin incluir los gastos operacionales ni el costo de la mano de obra.
- **GASTOS DE OPERACIÓN (GO):** Todo el dinero que el sistema gasta en la transformación del inventario en Trúput.

En resumen, los indicadores financieros más utilizados son:

$$UN = T - GO$$



$$ROI = \frac{T - GO}{I}$$

Para entender de mejor manera la definición de *Trúput*, si una empresa realiza actividades de compra y venta va a generar dinero pero si el dinero gana intereses en el banco también es Trúput.

2.2.6. RECURSOS RESTRICTIVOS DE LA CAPACIDAD (RRC)

2.2.6.1. DEFINICION

Cualquier recurso que si no se programa o maneja en la forma correcta, probablemente ocasione que el flujo real se desvíe del planeado.

2.2.6.2. EL EFECTO DE LOS RRC EN EL FLUJO DEL PRODUCTO

La característica crítica no es que un recurso sea o no cuello de botella⁹, los administradores deben concentrar su atención en los recursos que son restrictivos de la capacidad.

Para propósitos de control y a fin de lograr el máximo rendimiento específico del proceso los RRC son los recursos críticos.

⁹ Un cuello de botella puede ser un RRC pero también puede serlo un no cuello de botella si no se programa adecuadamente.



	CUELLO DE BOTELLA	NO ES CUELLO DE BOTELLA
RRC	Restringirá el flujo real en cantidad y tiempo. Se debe considerar al planear el flujo del producto.	Restringirá la sincronización del movimiento real, pero no la cantidad. Se debe considerar al planear el flujo del producto.
No es un RRC	Puede restringir el flujo tanto en cantidad como en tiempo. No hay q considerar al planear el movimiento del producto.	No restringe el flujo ni en la cantidad ni en tiempo. No hay que considerarlo al planear el flujo del producto.

Tabla 11. Efectos de los Recursos Restrictivos de Capacidad (RRC)

2.2.7. BENEFICIOS DEL TRUPUT:

- ✓ Es simple
- ✓ Se entiende fácilmente
- ✓ Identifica los productos que más contribuyen con la idea de utilidades, permitiendo la toma de decisiones por parte de la alta gerencia de manera rápida y oportuna.

2.3. COSTEO ESTÁNDAR¹⁰

2.3.1. DEFINICIÓN

Los costos estándar ayudan a determinar de manera práctica el costo unitario de los productos, se basa en eficientes métodos y técnicas que van en función del volumen según las actividades diseñadas para cada etapa.

Para los sistemas de contabilidad de costos estándar los precio de los costos indirectos de fabricación, están incluidos de manera directa.

¹⁰ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/costosestandar.htm>;
<http://www.monografias.com/trabajos30/costos-estandar/costos-estandar.shtml>;
<http://es.slideshare.net/bebitalita/diapositivas-costos-estandar>.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Se constituyen bajo rigurosos principios de calidad, sirviendo como información para el administrador sobre el grado de cumplimiento de la planta de estos costos.

Esta misión lo convierte en unidad de medida de la eficiencia fabril.

Los costos estándar son lo inverso de los reales. Los costos reales constituyen los costos que se han conseguido con el paso del tiempo en periodos anteriores. El efecto de la diferencia de ambos costos es la Variación.

2.3.2. CLASIFICACIÓN

Se clasifican en dos grupos:

- ✓ Costos estándar circulantes o ideales.
- ✓ Costos estándar básicos o fijos.

2.3.2.1. COSTOS ESTÁNDAR CIRCULANTES O IDEALES

Son normas rígidas que en la práctica no pueden alcanzarse. Una de las ventajas de las normas ideales es que pueden usarse durante ciclos relativamente largos sin tener que cambiarlas o adecuarlas. Representan metas por alcanzar, sobre bases de eficiencia.

2.3.2.2. COSTOS ESTÁNDAR BÁSICOS O FIJOS.

Representan medidas fijas que sólo sirven como índice de comparación y no necesariamente deben ser cambiados, aun cuando las condiciones del mercado no han prevalecido.

2.3.3. OBJETIVOS

- Información oportuna
- Control de operaciones y gastos



- Determinación del costo unitario
- Establecer el precio de venta.
- Valuación de la producción terminada, en proceso.
- Políticas de producción.
- Estandarización de la producción.
- Análisis de las desviaciones, en atención a su causa.

2.3.4. PROCESO PARA LA DETERMINACIÓN DEL COSTO ESTÁNDAR

Los costos estándar requieren conocimiento de una serie de datos que permitan fijar el estándar en sus aspectos:

- a) Estandarización de los productos
- b) Estandarización de las rutinas de producción
- c) Estandarización de las rutinas de operación:
 - ✓ Manejo de materiales
 - ✓ Manejo de equipo y herramientas
 - ✓ Manejo de productos elaborados
- d) Formulación de instructivos de trabajo.

2.3.5. VENTAJAS DE LA APLICACIÓN DE LOS COSTOS ESTÁNDAR¹¹

- ✓ Medir y vigilar la eficiencia en las operaciones de la empresa, ya que se tiene un control de cada área de producción, mostrando así los problemas y los responsables de ello.
- ✓ Conocer la capacidad no utilizada en la producción y las pérdidas en las que se incurren.
- ✓ Conocer el valor del artículo en cada paso de su proceso de fabricación, permitiendo valorar los inventarios en proceso a su costo correcto.

¹¹ (Charles T. Horngren)



- ✓ Al haber una distribución correcta en las operaciones se controla el trabajo en cada área contribuyendo a la reducción de costos.
- ✓ Facilitar la elaboración de los presupuestos, siendo esencial para la inversión.
- ✓ Es útil para la dirección en cuanto a la información, pues favorece la toma de decisiones.
- ✓ Se puede utilizar para la reducción de costos concentrando la atención en las áreas que están fuera de control y así planificar cuidadosamente la estructura organizacional y la asignación de responsabilidades.
- ✓ En una empresa grande, el costo estándar facilita demasiado las operaciones y costo interno.

2.3.6. DESVENTAJAS DE LA APLICACIÓN DE LOS COSTOS ESTÁNDAR¹²

- × El grado de rigidez o flexibilidad de los estándares no puede calcularse de manera específica.
- × Cuando las normas se revisan frecuentemente, su efectividad para evaluar la actuación se debilita.
- × Si no se revisan las normas cuando se producen cambios de fabricación importantes, se obtiene una medición o evaluación inapropiada o poco realista.
- × La inflación obliga a cambiar constantemente estos estándares.
- × Sostienen que las normas son opresivas y que crean actitudes de resistencia en lugar de actuar como incentivos.
- × En la práctica es muy difícil adaptarse a una estructura conceptual específica, debido a la rigidez o flexibilidad y así los costos no pueden calcularse.

¹² (Cristobal)



CAPITULO III

APLICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE COSTEO A.B.C., CONTABILIDAD DEL TRÚPUT Y COSTEO ESTANDAR

Luego de haber planteado la parte teórica de los métodos de costeo a aplicarse, en el presente capítulo se procede al desarrollo práctico de los mismos para establecer las diferencias mencionadas anteriormente para obtener una perspectiva y así llegar a una óptima toma de decisiones.

3.1. METODO ABC

3.1.1. APLICACIÓN

Para comparar las diferencias se ha considerado la siguiente información del Proyecto Huacay-Mann.

Costos Unitarios	Discos	Derechos de Autor	Concierto y Eventos	Canciones Virtuales
Materia Prima Directa	0,85	100,00	250,00	1,25
Mano de Obra Directa	2,08	48,00	5,00	2,08
Total Costo Primo	2,93	148,00	255,00	3,33

Tabla 12. Costo Unitario de Materia Prima y Mano de Obra.

En el cuadro superior tenemos los productos que se realizan en la fundación para el año 2014, con el respectivo costo de Materia Prima y Mano de Obra por unidad.

Cálculo del costo de la Materia Prima Directa, basados en los datos del mercado, así se obtiene que:



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- Los discos EP para grabar las canciones tienen un costo de \$0,85 ctvs. por unidad en el mercado, los cuales serán adquiridos en la ciudad de Quito con envío asumido por el proveedor.
- En el caso de los Derechos de Autor, se paga un monto total de \$100,00 dólares por canción que pasa a ser propiedad de la Fundación.
- Y por último, las Canciones Virtuales, tienen un costo unitario de \$1,25 ctvs. lo que corresponde a la membrecía de la página web, en donde estarán disponibles para que los usuarios puedan adquirir virtualmente.

Cálculo del valor de la Mano de Obra Directa, basados en las remuneraciones de los trabajadores:

- La mano de obra principal encargada de los discos es el Compositor 1, quien percibe un sueldo de \$250,00 repartidos en 120 horas mensuales; equivalente a un costo de \$2,08 por hora.
- Para los derechos de autor interviene el Director Artístico y el Ingeniero de Sonido, con una remuneración de \$350,00 por 7.3 horas en el mes cada uno, esto equivale a \$48,00 la hora.
- Los conciertos y eventos, tienen un costo de \$5,00 que son el resultado de la firma de contratos para las presentaciones.
- Las canciones virtuales, al igual que los discos, se delega a un segundo Compositor 2 que se va a encargar de realizar subir las canciones a la plataforma virtual para su posterior venta.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

<i>Unidades Producidas</i>	2.000	100	25	1.200	
Materia Prima Directa	1.700,00	10.000,00	6.250,00	1.500,00	19.450,00
Mano de Obra Directa	4.160,00	4.800,00	125,00	2.496,00	11.581,00
Total Costo Primo	5.860,00	14.800,00	6.375,00	3.996,00	31.031,00

Tabla 13. Costos Totales.

Se obtienen los Costos Totales al multiplicar las unidades producida de cada artículo por los costos unitarios respectivos, repitiendo el mismo proceso en la Materia Prima y la M.O.D.

Dicho esto, se procede al cálculo de los Costos Indirectos de Fabricación, para ello nos basamos en los datos obtenidos de la Fundación que presentamos a continuación:



3.1.1.1. DATOS PARA CIF

DEPRECIACIÓN PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO							
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	VALOR	VALOR RESIDUAL	VALOR A DEPRECIAR	VIDA UTIL	VALOR A DEPRECIAR ANUAL	MESES	VALOR A DEPRECIAR MENSUAL
Muebles y enseres	3.780,00	378,00	3.402,00	10	340,20	12	28,35
Equipos de computación	3.000,00	300,00	2.700,00	3	900,00	12	75,00
Maquinaria, equipo e instalaciones	8.997,80	899,78	8.098,02	10	809,80	12	67,48
Inmuebles	10.000,00	1.000,00	9.000,00	20	450,00	12	37,50
TOTAL	25.777,80	2.577,78	23.200,02		2.500,00		208,33

Tabla 14. Depreciación de Propiedad, Planta y Equipo.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Para el cálculo se asignan los costos en función de las actividades que se presentan. Así tenemos por ejemplo que la depreciación de PPyE llega a un monto total de \$25.777,80 de los cuales el 10% corresponde al Valor Residual y serán depreciados al porcentaje anual establecido en el Reglamento de Aplicación de la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno¹³; con lo que nos da como resultado los \$2.500 por año.

Con los datos proporcionados por la fundación se desarrolla la Tabla 15 que se presenta a continuación:

Luz un pago mensual redondeado de \$65,00; un consumo de agua de \$10,00 por mes; para el rubro del teléfono e internet se cuenta con un plan corporativo de \$23,00 y \$52,00 mensuales correspondientemente. El arriendo del local asciende a un valor de \$550,00 mensuales. Además se tiene un convenio con un técnico que mensualmente da mantenimiento y reparación a los equipos que se utilizan para el desarrollo y correcto funcionamiento de los mismos el cual llega a la suma de \$183+.33.

¹³ Reglamento de Aplicación de la Ley Orgánica del Régimen Tributario Interno: Art. 28 numeral 6, literal A



GASTOS SERVICIOS BÁSICOS				
	LUZ	AGUA	TELÉFONO	INTERNET
Enero	65,00	10,00	23,00	52,00
Febrero	65,00	10,00	23,00	52,00
Marzo	65,00	10,00	23,00	52,00
Abril	65,00	10,00	23,00	52,00
Mayo	65,00	10,00	23,00	52,00
Junio	65,00	10,00	23,00	52,00
Julio	65,00	10,00	23,00	52,00
Agosto	65,00	10,00	23,00	52,00
Septiembre	65,00	10,00	23,00	52,00
Octubre	65,00	10,00	23,00	52,00
Noviembre	65,00	10,00	23,00	52,00
Diciembre	65,00	10,00	23,00	52,00
TOTAL	780,00	120,00	276,00	624,00

Tabla 15. Gastos Servicios básicos.



ARRIENDOS

Enero	550,00
Febrero	550,00
Marzo	550,00
Abril	550,00
Mayo	550,00
Junio	550,00
Julio	550,00
Agosto	550,00
Septiembre	550,00
Octubre	550,00
Noviembre	550,00
Diciembre	550,00
TOTAL	6.600,00

**REPARACIÓN Y
MANTENIMIENTO DE
MAQUINARIAS**

Enero	183,33
Febrero	183,33
Marzo	183,33
Abril	183,33
Mayo	183,33
Junio	183,33
Julio	183,33
Agosto	183,33
Septiembre	183,33
Octubre	183,33
Noviembre	183,33
Diciembre	183,33
TOTAL	2.200,00

Tabla 16. Gasto de Arriendo.

Tabla 17. Gastos de Reparación

y

Mantenimiento

CIF	TOTAL
Depreciaciones	2.500,00
Luz	780,00
Agua	120,00
Teléfono	276,00
Internet	624,00
Reparación y Mantenimiento De Equipos	2.200,00
Arriendos	6.600,00
Totales	13.100,00

Tabla 18. Resumen de valores CIF para cada actividad.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

CIF	PREPAR. MAQ.	UTIL. MAQ.	DIS. ING	ENTR. /RECEP.	TOTALES
Depreciaciones	45%	50%	5%	-	19,08%
Luz	50%	25%	25%	-	5,95%
Agua	-	-	100%	-	0,92%
Teléfono	-	-	25%	75%	2,11%
Internet	15%	15%	40%	30%	4,76%
Reparación y mantenimiento de equipos	50%	50%	-	-	16,79%
Arriendos	25%	25%	25%	25%	50,38%
TOTALES					100%

Tabla 19. Distribución porcentual de CIF asignado para cada actividad

CIF	PREPAR. MAQ.	UTIL. MAQ.	DIS. ING	ENTR. /RECEP.	TOTALES
Depreciaciones	1.125,00	1.250,00	125,00	-	2.500,00
Luz	390,00	195,00	195,00	-	780,00
Agua	-	-	120,00	-	120,00
Teléfono	-	-	69,00	207,00	276,00
Internet	93,60	93,60	249,60	187,20	624,00
Reparación y mantenimiento de equipos	1.100,00	1.100,00	-	-	2.200,00
Arriendos	1.650,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00	6.600,00
TOTALES	4.358,60	4.288,60	2.408,60	2.044,20	13.100,00

Tabla 20. Distribución de CIF para cada actividad.

Para la **Tabla 20** se asignan la distribución de porcentajes correspondientes al uso en cada actividad para el desarrollo y aplicación del método de costeo.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

A continuación, el proceso de costos por actividades en el cual se detallan los costos incurridos en el transcurso de la elaboración de los productos que obtienen al dividir el CIF en cada actividad que se obtiene al multiplicar el número de recepciones, diseños, horas de preparación u horas de uso por el importe unitario que a su vez se obtiene dividiendo el importe para las unidades de base para la aplicación de CIF; para las unidades producidas y así obtener el valor del CIF unitario en cada actividad realizada para obtener cada producto que se plantea en el proyecto.

	CANTIDADES	DISCOS	DER. AUTOR	CONCIERTO/ EVENTOS	CANCIONES VIRTUALES
PREPARACIÓN	260	100 horas de preparación	0	90 horas de preparación	70 horas de preparación
MÁQUINA	780	380 horas de uso	50 horas de uso	200 horas de uso	150 horas de uso
ENTREGA / RECEPCIÓN	36	12 entregas a tiendas musicales	12 entregas a dueños de su derecho realizado	12 entregas de propuestas de conciertos	0
DISEÑOS DE INGENIERÍA	29	4 álbumes	0	25 conciertos	0

Tabla 21. Distribución de cantidades para cada producto.

La distribución de las cantidades correspondientes a cada producto de la **Tabla 22**, se obtienen de los datos proporcionados por la fundación, el proceso conlleva 1 hora para la preparación de la máquina lo cual nos da 5 horas a la semana y en el año son 260; estas horas se distribuyen de acuerdo a la utilización en la elaboración de los productos.



CIF		BASE PARA LA APLICACIÓN DE CIF		
		CANTIDAD	BASE	CIF UNITARIO
Preparación	4.358,60	260	horas de prep	16,76
Máquina	4.288,60	780	horas de uso	5,50
Entrega / Recepción	2.044,20	36	recepciones	56,78
Diseños de Ingeniería	2.408,60	29	diseños	83,06
	13.100,00			

Tabla 22. Base para la aplicación de CIF.

Luego tenemos las 780 horas de máquina al año, las cuales son el resultado de las 3 horas restantes de labor diario, luego de la preparación de las maquinas, que a la semana dan 15 horas, de esta forma el total se distribuye para las actividades que conlleva cada producto.

1. PREPARACIÓN DE LA MÁQUINA

	PRODUCTO	HORAS DE PREPARACION	CIF	UNIDADES PRODUCIDAS	CIF TOTAL
1	Discos	100	1.676,38	2000	0,84
2	Der. Autor	0	0,00	100	0,00
3	Concierto/Eventos	90	1.508,75	25	60,35
4	Canciones Virtuales	70	1.173,47	1200	0,98
		260	4.358,60		

Tabla 23 Cálculo de CIF en actividad Preparación de la máquina

2. USO DE LA MAQUINARIA



	PRODUCTO	HORAS DE USO MAQUINA	CIF	UNIDADES PRODUCIDAS	CIF TOTAL
1	Discos	380	2.089,32	2000	1,04
2	Der. Autor	50	274,91	100	2,75
3	Concierto/Eventos	200	1.099,64	25	43,99
4	Canciones Virtuales	150	824,73	1200	0,69
		780	4.288,60		

Tabla 24. Cálculo de CIF en actividad de Uso de la máquina.

3. DISEÑO DE INGENIERIA

	PRODUCTO	NUMERO DE DISEÑOS	CIF	UNIDADES PRODUCIDAS	CIF TOTAL
1	Discos	4	332,22	2000	0,17
2	Der. Autor	0	0,00	100	0,00
3	Concierto/Eventos	25	2.076,38	25	83,06
4	Canciones Virtuales	0	0,00	1200	0,00
		29	2.408,60		

Tabla 25. Cálculo de CIF en actividad Diseño de Ingeniería.



4. ENTREGA / RECEPCION

	PRODUCTO	NUMERO DE RECEPCIONES	CIF	UNIDADES PRODUCIDAS	CIF TOTAL
1	Discos	12	681,40	2000	0,34
2	Der. Autor	12	681,40	100	6,81
3	Concierto/Eventos	12	681,40	25	27,26
4	Canciones Virtuales	0	0,00	1200	0,00
		36	2.044,20		

Tabla 26. Cálculo de CIF en actividad entrega/recepción.

A continuación tenemos el resumen de los CIF asignados por las actividades que se realizaron para la obtención de los costos unitarios y así obtener el resultado esperado en cada producto.

Resumen de CIF asignado por actividades				
ACTIVIDADES	DISCOS	DER. AUTOR	CONCIERTOS/EVENTOS	CANCIONES VIRTUALES
1.- Preparación de la máquina	0,84	0,00	60,35	0,98
2.- Uso de la máquina	1,04	2,75	43,99	0,69
3.- Diseños de Ingeniería	0,17	0,00	83,06	0,00
4.- Entrega / Recepción	0,34	6,81	27,26	0,00
TOTAL CIF	1,88	2,75	104,34	1,67
materia prima directa	0,85	100,00	250,00	1,25
mano de obra directa	2,08	48,00	5,00	2,08
COSTO TOTAL	4,81	150,75	359,34	5,00

Tabla 27. CIF asignado por actividades.



3.1.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Al finalizar el método aplicado llegamos a la conclusión que:

El Costeo Basado en Actividades es una herramienta que ya ha sido implantada exitosamente en varias empresas del mundo. De todas formas creemos que su utilización se generalizará en un futuro cercano, caracterizado por el incremento de la competitividad, en dónde la empresa que cuente con la mejor información acerca de sus productos, clientes, proveedores y otros factores que incidan directamente en su funcionamiento.

El Costeo Basado en Actividades es una herramienta valiosa para la identificación de oportunidades de mejora de la rentabilidad (racionalización de actividades, rediseño de procesos, decisiones sobre clientes y productos).

En términos de costos son los resultados que se preveían al inicio del proyecto y se estaría concluyendo que es el método más adecuado y óptimo para la fundación hasta el momento.

3.2. CONTABILIDAD DEL TRUPUT

3.2.1. APLICACION

Se elaboran cuatro productos, Discos, Derechos de Autor, Concierto y Eventos, y Canciones Virtuales. Los Discos tienen un precio de venta de \$8 c/u y una demanda semanal de 60 unidades. Derechos de Autor tiene un precio de venta de \$325 c/u y una demanda semanal de 2 unidades. Concierto y Eventos tiene un precio de venta de \$650 c/u y una demanda semanal de 1 unidades. Canciones Virtuales tiene un precio de venta de \$7 c/u y una demanda semanal de 25 unidades.

El proceso productivo de esta empresa cuenta con tres centros de maquinaria. El siguiente cuadro muestra los requerimientos de material, el tiempo de MOD necesario para su procesamiento y el tiempo medio



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

requerido por cada producto en cada centro. La capacidad disponible de trabajo es de 1200 minutos a la semana (5 días x 4 h/día x 60 minutos/hora). Además, en relación al factor MOD la empresa cuenta con 7 trabajadores, que perciben \$2 c/h. Por otra parte, la empresa tiene unos costos de \$181.94 semanales, los cuales son fijos y se detallan a continuación:

CIFS	CIF AÑO	CIF MENSUAL	CIF DIARIO	CIF SEMANA
Depreciación	2.500,00	208,33	6,94	34,72
Luz	780,00	65,00	2,17	10,83
Agua	120,00	10,00	0,33	1,67
Teléfono	276,00	23,00	0,77	3,83
Internet	624,00	52,00	1,73	8,67
Reparación y mantenimiento	2.200,00	183,33	6,11	30,56
Arriendos	6.600,00	550,00	18,33	91,67
TOTAL	13.100,00	1.091,67	36,39	181,94

Tabla 28. Costos Fijos Semanales.

◆ Datos del proceso productivo por unidad de producto

Detallamos las horas utilizadas por los equipos utilizados en cada producto para la aplicación del método Trúput.

PRODUCTO	COSTE			HORAS	
	DE MATERIALES	MÁQUINAS A A	MÁQUINAS A B	MÁQUINAS C	TOTAL A SEMANA
Discos	0,85	4	4	4	12
Derechos de Autor	100	4	0	0	4
Concierto y Eventos	250	3	3	2	8
Canciones Virtuales	1,25	4	3	0	7



Tabla 29. Datos del proceso productivo.

A continuación desarrollaremos la utilización de recursos restrictivos de la capacidad en minutos por cada uno de los RRC.

	PRODUCCIÓN SEMANAL	HORAS TOTALES A LA SEMANA	HORAS/UNITARIAS POR PRODUCTO	RRC EN MINUTOS
Discos	60,00	12	0,20	12
Derechos de autor	2,00	4	2,00	120
Concierto y eventos	1,00	8	8,00	480
Canciones virtuales	25,00	7	0,28	16,8

Tabla 30. Hoja de Datos.

1. Identificación del Trúput unitario

Al identificar los costos de cada producto identificamos cual es el más rentable para la aplicación del método Trúput que es igual al Trúput unitario dividido entre los RRC en minutos.

PRODUCTOS	PVP	CTV (MPD)	TRUPUT UNITARIO	UTILIZACION RRC MINUTOS	PRODUCTO MAS RENTABLE
Discos	8,00	0,85	7,15	12	0,60
Derechos de autor	325,00	100	225,00	120	1,88
Concierto y eventos	650,00	250	400,00	480	0,83
Canciones virtuales	7,00	1,25	5,75	16,8	0,34

Tabla 31. Identificación del Trúput Unitario.



2. Ordenar por el producto más rentable

Una vez identificado el Trúput unitario y el producto más rentable los ordenaremos de manera jerárquica para así identificar la producción de acuerdo a la disponibilidad en la restricción aplicada.

PRODUCTOS	PVP	CTV (MPD)	TRUPUT UNITARIO	UTILIZACION RRC minutos	PRODUCTO MAS RENTABLE
Derechos de autor	325,00	100	225,00	120	1,88
Concierto y eventos	650,00	250	400,00	480	0,83
Discos	8,00	0,85	7,15	12	0,60
Canciones virtuales	7,00	1,25	5,75	16,8	0,34

Tabla 32. Jerarquía del producto más rentable

3. Identificar tu producción de acuerdo a la disponibilidad en la restricción

Una vez identificado el producto más rentable y a su vez ordenado encontramos la mezcla máxima de Trúput aplicable en la fundación y a su vez obtener el Trúput total.

PRODUCTOS	DEMANDA	MEZCLA TRUPUT MAXIMA	PVP	TRUPUT TOTAL
DERECHOS DE AUTOR	2	2	325,00	650,00
CONCIERTO Y EVENTOS	1	1	650,00	650,00
DISCOS	60	40	8,00	320,00
CANCIONES VIRTUALES	25	0		

Tabla 33. Capacidad de Trúput máxima.



PRODUCTO	DISCOS	DERECHO S AUTOR	CONCIERTO S Y EVENTOS	CANCIONES VIRTUALES	TOTAL
UNIDADES	40	2	1	0	43
INGRESOS	320,00	650,00	650,00	-	1.620,00
					0
- COSTE DE MATERIALES	34,00	200,00	250,00	-	484,00
THROUGHPUT	286,00	450,00	400,00	-	1.136,00
					0
- GASTOS OPERATIVOS					
MOD					280,00
OTROS GASTOS					181,94
VALOR NETO SEMANAL					674,06

Tabla 34. Valor Neto Semanal.

3.2.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Con el método TOC, en todas las decisiones se analiza la capacidad disponible de la empresa, lo que permite que los resultados sean más próximos a la realidad; pero al realizar el análisis respectivo llegamos a la conclusión que para que la empresa use su capacidad máxima de producción es reducir la demanda de Discos y de las Canciones Virtuales y enfocarnos en Derechos de Autor y en Conciertos/Eventos ya que al realizar estos mismos obtendremos los mejores beneficios que es lo que se pretende en todo el proyecto.



3.3. MÉTODO ESTÁNDAR

3.3.1. APLICACIÓN

A continuación se detallan los datos para la aplicación del método de costeo estándar:

MATERIA PRIMA		
	UNIDAD	COSTO
Discos	2300	0,87
Der. Autor	120	110,00
Concierto/Eventos	27	350,00
Canciones Virtuales	1300	1,10

Tabla 35. Datos de Materia Prima Estándar.

MANO DE OBRA		
	UNIDAD	COSTO
Discos	0.15	1,42
Der. Autor	16	50,00
Concierto/Eventos	12	7,00
Canciones Virtuales	0.4	1,42

Tabla 36. Datos de Mano de Obra Estándar.

Los CIF van en función de las Unidades Producidas, debido a que la base de horas maquina u horas mano de obra directa no pueden ser aplicadas por la naturaleza del negocio ya que cada una cambia y es variable.



CIF		
	UNIDAD	COSTO
Discos	1	0,80
Der. Autor	1	56,06
Concierto/Eventos	1	125,09
Canciones Virtuales	1	0,88

Tabla 37. Datos de CIF Estándar.

COSTOS DIRECTOS	Discos	Derechos de Autor	Concierto y Eventos	Canciones Virtuales
Materia Prima Directa	0,87	110,00	350,00	1,10
Mano de Obra Directa	1,42	50,00	7,00	1,42
Total COSTO Primo	3,29	160,00	357,00	2,52

Tabla 38. Costo Primo Unitario Estándar.

UNIDADADES PRODUCIDAS	2.300	120	27	1.300
------------------------------	--------------	------------	-----------	--------------

Los Costos Totales los obtenemos al realizar una multiplicación entre las unidades producida de cada artículo por los costos unitarios respectivos, y obtener así el costo primo total para poder seguir con la aplicación del método.

Materia Prima Directa	2.001,00	13.200,00	9.450,00	1.430,00	26.081,00
Mano de Obra Directa	3.266,00	6.000,00	189,00	1.846,00	11.301,00
TOTAL COSTO PRIMO	5.267,00	19.200,00	9.639,00	3.276,00	37.382,00

Tabla 39. Costo Primo Total.

CIF 13.100,00



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Para obtener los CIF Totales los obtenemos al multiplicar el valor total de los CIF por el resultado de la división entre el costo primo total de cada producto para la suma total del Costo Primo.

CIF TOTAL					
CIF según materia prima	1.005,06	6.630,12	4.746,56	718,26	13.100,00
CIF según mano de obra	3.785,91	6.955,14	219,09	2.139,86	13.100,00
CIF según costo primo	1.845,75	6.728,37	3.377,85	1.148,03	13.100,00

Tabla 40. CIF Total según Costo Primo.

CALCULO UNITARIO DE CIF			
	COSTO PRIMO	UNID. PROD.	CIF UNIT
Discos	1.845,75	2.300	0.80
Der. Autor	6.728,37	120	56.06
Concierto/Eventos	3.377,85	27	125.09
Canciones Virtuales	1.148,03	1.300	0.88

Tabla 41. Calculo CIF unitario.

HOJA DE COSTOS ESTANDAR

	MPD	MOD	CIF	TOTAL
Discos	0,87	1,42	0,80	3,09
Der. Autor	110,00	50,00	56,06	216,06
Concierto/Eventos	350,00	7,00	125,09	479,09
Canciones Virtuales	1,10	1,42	0,88	3,40

Tabla 42. Resultado de Costos Método Estándar.

Para tener un mejor control de los costos en cualquier empresa industrial, se recomienda más contar con un sistema de costos estándar, por ser más conveniente ya que nos permitirá no solo determinar un costo anticipado de la producción, sino el costo que realmente debe mantenerse durante el proceso productivo y con ello analizar las desviaciones que hubiesen podido surgir en el periodo para evitarlas en el siguiente.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

La implantación de este sistema es muy costosa debido a que se tiene que hacer con mucha precaución, cuidando que no se excluya ningún aspecto importante que deba considerarse en la determinación del costo por unidad.



	Discos			Derechos de Autor			Conciertos y Eventos			Canción
	MP	MO	CIF	MP	MO	CIF	MP	MO	CIF	MP
Estándar										
Costo Real	2000	0.1	2	100	15	2	25	15	2	1200
Costo Estándar ¹⁴	0,87	1,42	0,80	110,00	50	56,06	350,00	7,00	125,09	1,10
Costo Real	2300	0.15	1	120	16	1	27	12	1	1300
Costo Estándar ¹⁵	0,85	2.08	0,80	100,00	48	56,06	250,00	5,00	125,09	1,25

Tabla 43. Datos de Costo para Variaciones.

A continuación se realizarán los cálculos de las variaciones de Materia Prima (MP), Mano de obra (MO) y Costos Indirectos de Fabricación (CIF).

¹⁴ Los datos utilizados para el cálculo son tomados del Proyecto Huacay-Mann, comparados con los precios del mercado.

¹⁵ *Ibidem*¹⁴.



3.3.1.1. VARIACIONES MATERIA PRIMA

DISCOS

QrPr	QrPs	QsPs
2000	2000	2.300
\$ 0,85	\$ 0,87	\$ 0,87
<u>\$1.640,00</u>	<u>\$1.740,00</u>	<u>\$2.001,00</u>

Vp = -\$ 100,00
Favorable

Vq = -\$ 261,00
Favorable

Vn = -\$ 361,00

DERECHOS DE AUTOR

QrPr	QrPs	QsPs
100	100	120
\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 110,00
<u>\$10.000,00</u>	<u>\$11.000,00</u>	<u>\$13.200,00</u>

-\$
Vp = 1.000,00
Favorable

Vq = -\$ 2.200,00
Favorable

Vn = -\$ 3.200,00

CONCIERTOS Y EVENTOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

QrPr	QrPs	QsPs
25	25	27
\$ 250,00	\$ 350,00	\$ 350,00
\$ 6.250,00	\$ 8.750,00	\$ 9.450,00

-\$

Vp = 2.500,00

Favorable

Vq = -\$ 700,00

Favorable

Vn = \$ 3.200,00

CANCIONES VIRTUALES

QrPr	QrPs	QsPs
1.200	1.200	1.300
\$ 1,25	\$ 1,10	\$ 1,10
\$ 1.500,00	\$ 1.320,00	\$ 1.430,00

-\$

Vp = \$ 180,00

Desfavorable

Vq = 110,00

Favorable

Vn = \$ 70,00

3.3.1.2. VARIACIONES MANO DE OBRA



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

DISCOS

QrPr	QrPs	QsPs
0,10	0,10	0,15
\$ 2,08	\$ 1,42	\$ 1,42
\$ 0,21	\$ 0,14	\$ 0,21

$$V_p = \$ 0,07 \qquad V_q = -\$ 0,07$$

Desfavorable Favorable

Vn = \$ 0,00

DERECHOS DE AUTOR

QrPr	QrPs	QsPs
15	15	16
\$ 48,00	\$ 50,00	\$ 50,00
\$ 720,00	\$ 750,00	\$ 800,00

$$V_p = -\$ 30,00 \qquad V_q = -\$ 50,00$$

Favorable Favorable

Vn = -\$ 80,00



CONCIERTOS Y EVENTOS

QrPr	QrPs	QsPs
12	12	15
\$ 5,00	\$ 7,00	\$ 7,00
<hr/>	<hr/>	<hr/>
\$ 60,00	\$ 84,00	105,00
<hr/>	<hr/>	<hr/>

-\$

$V_p = -\$ 24,00$ $V_q = 21,00$

Favorable Favorable

Vn =	-\$ 45,00
-------------	------------------

CANCIONES VIRTUALES

QrPr	QrPs	QsPs
0,30	0,30	0,40
\$ 2,08	\$ 1,42	\$ 1,42
<hr/>	<hr/>	<hr/>
\$ 0,62	\$ 0,43	\$ 0,57
<hr/>	<hr/>	<hr/>

-\$

$V_p = \$ 0,20$ $V_q = 0,14$

Desfavorable Favorable

Vn =	\$ 0,06
-------------	----------------



3.3.1.3. VARIACIONES CIF

DISCOS

QrPr	QrPs	QsPs
1	1	2
\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80
<u>\$ 0,80</u>	<u>\$ 0,80</u>	<u>\$ 1,60</u>

$$V_p = \$ - \quad V_q = -\$ 0,80$$

Favorable

$V_n =$	$-\$ 0,80$
---------	------------

DERECHOS DE AUTOR

QrPr	QrPs	QsPs
1	1	2
\$ 56,06	\$ 56,06	\$ 56,06
<u>\$ 56,06</u>	<u>\$ 56,06</u>	<u>\$</u>
		<u>112,12</u>

$$V_p = \$ - \quad V_q = -\$ 56,06$$

Favorable

$V_n =$	$-\$ 56,06$
---------	-------------



CONCIERTOS Y EVENTOS

QrPr	QrPs	QsPs
1	1	2
\$ 125,09	\$ 125,09	\$ 125,09
<hr/>	<hr/>	<hr/>
\$		
125,09	\$ 125,09	\$ 250,18
<hr/>	<hr/>	<hr/>

-\$

$V_p = \$ -$ $V_q = 125,09$
Favorable

	-\$
Vn =	125,09

CANCIONES VIRTUALES

QrPr	QrPs	QsPs
1	1	2
\$ 0,88	\$ 0,88	\$ 0,88
<hr/>	<hr/>	<hr/>
\$ 0,88	\$ 0,88	\$ 1,76
<hr/>	<hr/>	<hr/>

-\$

$V_p = \$ -$ $V_q = 0,88$
Favorable

	-\$
Vn =	0,88



	Discos			Derechos de Autor			Conciertos y Eventos			Canción
	MP	MO	CIF	MP	MO	CIF	MP	MO	CIF	MP
Variación Neta	-361,00	0,00	-0,80	-3.200,00	-80,00	-56,06	-3.200,00	-45,00	-125,09	70,00
Variación de Precio	-100,00	0,07	0,00	-1.000,00	-30,00	0,00	-2.500,00	-24,00	0,00	180,00
Variación de Cantidad	-261,00	-0,07	-0,80	-1.200,00	-50,00	-56,06	-700,00	-21,00	-125,09	-110,00

Tabla 44. Resultados de Variación

La variación está representada entre los elementos del costo estimados y reales, los cuales provocan cambios y variación favorable y desfavorable sea el caso al tener el resultado entre variación de precio y variación de cantidad.

3.3.1. ANALISIS DE RESULTADOS

La implementación de este sistema es muy costosa debido a que se tiene que hacer con mucha precaución, cuidando que no se excluya ningún aspecto importante que deba considerarse en la determinación del costo por unidad.

Una vez calculados los costos de cada uno de los productos se pudo llegar al objetivo requerido, el cual refleja unos costos aceptables para el proyecto.

3.4. COMPARACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS ENTRE TODOS LOS MÉTODOS APLICADOS

COMPARACIÓN ENTRE RESULTADOS OBTENIDOS				
MÉTODOS	DISCOS	DER. AUTOR	CONCIERTOS/EVENTOS	CANCIONES VIRTUALES
ABC	4,81	150,75	359,34	5,00
TRUPUT	APLICA EN 66,67%	APLICA	APLICA	NO APLICA
ESTÁNDAR	4,17	210,48	362,65	4,74

Tabla 45. Resumen de Resultados de Costos.

3.5. RESULTADOS OBTENIDOS EN LOS MÉTODOS APLICADOS:

El Trúput al no ser un método de costeo, no se puede comparar con ABC ni ESTÁNDAR, sin embargo fue importante mencionarlo, debido a que presenta restricciones en el sistema, ya que para producir todo lo que me demanda el mercado necesito 1.800 minutos y solo tengo disponible 1.200 por lo que solo puedo producir 2, 1 y 40 unidades de los productos más rentables.

Los métodos a comparar son el ABC y ESTANDAR, de este proceso tenemos una primera conclusión y es que a simple vista en el caso de los Derechos de Autor, hay una diferencia significativa en el resultado.

Además, al aplicar los dos métodos se pudo evidenciar pequeñas diferencias en los costos unitarios de los productos como: 0,64 ctvs. En los Discos y 0,26 ctvs. En Canciones Virtuales, dando un punto negativo al Método ABC y favoreciendo al Estándar.

Pero en cuanto a la meta propuesta, que es llegar a los cupos de producción; el método Estándar tiene a la vez un punto negativo el cual es la implementación del mismo, debido a que este método tiende a ser muy costoso



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

y debe ser aplicado con un buen sistema contable, el mismo que no está incorporado a la empresa.

Por otro lado en el método ABC tenemos como resultado unos costos un poco más altos pero es de rápida y fácil aplicación en relación con los productos que se elaboran y las actividades que se realizan, siendo estas últimas más controladas y optimizadas tras su implementación.

Dadas estas comparaciones, vamos a tomar en cuenta también el concepto de *Costo de Oportunidad*, el cual nos dice:

“Coste alternativo o coste de oportunidad es un concepto económico que permite nombrar al valor de la mejor opción que no se concreta o al costo de una inversión que se realiza con recursos propios y que hace que no se materialicen otras inversiones posibles.”¹⁶

Es decir, aunque ambos métodos nos proporcionan ventajas en los Costos Unitarios porque son menores en unos productos, se debe decidir cuál es el sistema óptimo para su aplicación, con lo cual se tomara el riesgo de obtener unos costos más altos en Discos y Canciones Virtuales y así obtener mejores resultados con Derechos de Autor y Conciertos/Eventos.

Para finalizar éste análisis, con los resultados obtenidos se opta por aplicar el método ABC, de tal forma que los costos en los que se va a incurrir no son muy elevados porque se está iniciando las operaciones, por lo tanto las implementaciones de un nuevo sistema de costeo como el ABC nos llevarían a la obtención de los resultados esperados. Se recomienda un nuevo análisis en un lapso de 1 año y así aplicar otra comparación con el método Trúput ya que se podría llevar a cabo teniendo en cuenta los resultados obtenidos en este trabajo.

¹⁶ (Definición.de, 2015)

CAPITULO IV

EVALUAR FINANCIERA Y ECONÓMICAMENTE EL PROYECTO HUACAY-MANN¹⁷

3.6. SISTEMA DE COBROS Y PAGOS

Tener un sistema de cobros y pagos organizado nos brinda muchas ventajas como por ejemplo un buen funcionamiento en la organización, credibilidad con los proveedores, control en los tiempos de créditos (de ser el caso) entre otras y por otro lado la mala gestión nos puede llevar a buscar otras soluciones lo cual nos implicaría un aumento en los gastos para el financiamiento si no se dispone de liquidez.

En el caso de la fundación, es una organización pequeña, por ello no necesitamos de un departamento completo con varias personas para realizar la gestión de cobros y pagos; por ello tenemos a una sola persona que se encarga de este proceso y es el propietario. Para el desarrollo se utilizan instrumentos informáticos y se tiene una estrecha relación entre el sistema de facturación, gestión comercial y la parte contable, así se puede tener en cuenta quienes tienen deudas y con quien adquirimos obligaciones.

3.6.1. COBROS

Se establece las condiciones para el cobro, buscando que sean las mejores para la empresa además que sean flexibles en caso de requerirse en situaciones exclusivas.

Para el sistema de cobros nos basamos en tres funciones:¹⁸

3.6.1.1. NEGOCIACIÓN

Llegamos a un acuerdo con los clientes para las condiciones de cobro, todo dependerá de cuanto sea el monto de la factura para determinar el tiempo

¹⁷ Documento enviado a URKUND desde el correo jocp18@gmail.com perteneciente al Autor de esta tesis con fecha 20 de enero de 2015, aporte tomado del proyecto HUACAY-MANN

¹⁸ (Rodríguez)



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

en cuanto al vencimiento. De la misma forma, una vez llegado a un convenio se mantendrá siempre constante y respetando los tiempos acordados.

Pero, en el caso de la fundación vamos a tener un local de venta de los CDS y demás artículos propios, estos serán vendidos directamente al consumidor final sin intermediarios, y con ellos no se aplicará la negociación ni los tiempos de plazo para el pago; se hará de manera inmediata la emisión del comprobante de venta y recaudación del dinero.

3.6.1.2. GESTIÓN

La correcta gestión de la persona encargada de los cobros va de la mano con la información precisa proporcionada por el departamento financiero, los cuales se basa en los montos a cobrar, tiempo para el vencimiento del crédito y la forma de pago.

Las funciones básicas que debe cumplir son:

- ✓ Facturación.
- ✓ Contabilizar los cobros.
- ✓ Gestiones oportunas en casos especiales.

Todo esto nos llevara a las buenas relaciones con los clientes, facilitándoles el pago puntual y dándoles incentivos por el pago anticipado.

3.6.1.3. CONTROL Y SUPERVISIÓN

El seguimiento de los cobros es la parte más importante, se realizan gestiones para comprobar que se han hecho todos los cobros previstos; si no se controla se podría caer en problemas de liquidez provocando un aumento en el costo de oportunidad financiero de la empresa. Se tendría que recurrir a préstamos bancarios o el financiamiento en otras instituciones de ser el caso, para cumplir con las demás obligaciones que se tiene.

3.6.2. PAGOS



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Los pagos los vamos a dividir en dos partes, por un lado tenemos los pagos u obligaciones con los proveedores y por el otro el cumplimiento con los trabajadores.

3.6.2.1. NEGOCIACIÓN

Ya que se tienen dos tipos de pagos en la fundación, trataremos por separado cada uno por su naturaleza y de la misma forma se realiza las negociaciones y tenemos:

✓ Pagos a Proveedores

La negociación con los proveedores y acreedores de las condiciones de pago es lo que va a regir en todas las operaciones económicas que mantengamos; así se va a mantener una buena relación y se evitara problemas a futuro con los pagos. Lo mejor es pactar un sistema único para el pago, en este caso será con cheques cruzados.

✓ Pagos a Trabajadores

Esta es la otra parte de los pagos, las obligaciones que se tiene con los trabajadores, al igual que el punto anterior, se pacta una forma de pago única que será con cheque y se cumple con todas las obligaciones patronales de cada trabajador.

3.6.2.2. GESTIÓN

Se comienza con la gestión cuando se hacen los pedidos y termina al momento de la recepción de la mercadería. Para hacer los pedidos se tiene una persona encargada de mantener un stock acorde a las necesidades sin que haya desperdicio.

Las funciones básicas que debe cumplir son:

- ✓ Registro y verificación de facturas.
- ✓ Contabilización de los movimientos, cuentas por pagar.
- ✓ Relaciones con proveedores.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- ✓ Preparación y ejecución de los pagos.
- ✓ Archivos cronológicos de los documentos.

3.6.2.3. CONTROL Y SUPERVISIÓN

Por último, se debe realizar controles frecuentes en cuanto a los pagos y las deudas contraídas. Para la emisión de los cheques se necesita la aprobación del representante legal, quien debe tener toda la información referente a las cuentas por pagar.

Realizar los controles nos ayudará a tener las previsiones de pagos y así elaborar un presupuesto a corto y largo plazo, con el cual se cumple los pagos al final del plazo, dando credibilidad y confianza a nuestros proveedores.

3.6.2.4. POLÍTICA PROPUESTA

El crédito a clientes en promedio será de 60 días, el tiempo promedio estimado de inventario de materias primas es de 15 días, el tiempo promedio del inventario de productos terminados es de 30 días, y un promedio de 30 días para materiales indirectos. El crédito a proveedores en promedio será de 30 días. Como resultado, el factor caja alcanza 75 días. El periodo de amortización de los activos diferidos es de 5 años.

POLITICA COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS	DIAS
Factor Caja	75
Crédito a clientes	60
Crédito de proveedores	30
Inventario de productos terminados	30
Inventario de materias primas	15
Inventario de materiales indirectos	30
Periodos de amortización	5 AÑOS

Tabla 46. Políticas de Cobros, pagos y existencias.

3.7. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y COSTOS

3.7.1. PRESUPUESTO DE INGRESOS.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

A continuación se detalla los ingresos de HUACAY-MANN, los cuales se generaran a través de la venta de discos y los distintos servicios que brindará la compañía. Según datos del BCE el crecimiento de la industria en Ecuador en el año 2013 fue de 9%¹⁹, por lo que el crecimiento promedio de ventas proyectadas es del 10% anual.

El precio por la venta de discos se estimó en \$8; derechos de autor \$325, por la venta de conciertos y eventos; y canciones virtuales se estableció un precio de \$650 y \$7 respectivamente. Como resultado los ingresos se incrementan de \$73.150 en el primer año a \$107.098,92 en el quinto año.

VENTAS DEL PROYECTO			1	2	3	4	5
PRODUCTOS							
Discos							
Producción neta total	Unidades		2.000	2.200	2.420	2.662	2.928
Precios mercado local			8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Total ventas	USD		16.000,00	17.600,00	19.360,00	21.296,00	23.425,60
Derechos de Autor							
Producción neta total	Unidades		100	110	121	133	146
Precios mercado local			325,00	325,00	325,00	325,00	325,00
Total ventas	USD		32.500,00	35.750,00	39.325,00	43.257,50	47.583,25
Conciertos y Eventos							
Producción neta total	Unidades		25	28	30	33	37
Precios mercado local			650,00	650,00	650,00	650,00	650,00
Total ventas	USD		16.250,00	17.875,00	19.662,50	21.628,75	23.791,63
Canciones Virtuales							
Producción neta total	Unidades		1.200	1.320	1.452	1.597	1.757
Precios mercado local			7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
Total ventas	USD		8.400,00	9.240,00	10.164,00	11.180,40	12.298,44
TOTAL ESTIMADOS POR VENTAS			73.150,00	80.465,00	88.511,50	97.362,65	107.098,92

¹⁹ Según tabla de crecimiento promedio de ventas del BCE.

3.7.2. PRESUPUESTO DE COSTOS

Los costos que van a ser incurridos están compuestos por una remuneración fija, aportaciones al IESS, beneficios sociales, fondos de reserva, entre otros. Se manejó un rubro de imprevistos del 5% y la tasa impositiva y participación de trabajadores conforme a lo establecido en la ley.

Tomando en cuenta costos, gastos que puedan incurrirse a lo largo del desarrollo del proyecto se preverá demás rubros a considerarse para el desarrollo del resumen de costos y gastos.



RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS						
PERIODO:		1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION						
Mano de obra directa		18.000,00	19.800,00	21.780,00	23.958,00	26.353,80
Materiales directos		19.450,00	21.395,00	23.534,50	25.887,95	28.476,75
Imprevistos %	5,00%	900,00	990,00	1.089,00	1.197,90	1.317,69
Subtotal		38.350,00	42.185,00	46.403,50	51.043,85	56.148,24
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION						
Materiales indirectos		1.720,00	1.932,00	2.145,00	2.359,00	2.576,00
Imprevistos %	5,00%	86,00	96,60	107,25	117,95	128,80
Parcial		1.806,00	2.028,60	2.252,25	2.476,95	2.704,80
Depreciaciones		1.000,00	1.100,00	1.210,00	1.331,00	1.464,10
Amortizaciones		121,00	121,00	121,00	121,00	121,00
Subtotal		2.927,00	3.249,60	3.583,25	3.928,95	4.289,90
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Plan telefónico		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Servicios Bancarios		120,00	126,00	132,30	138,92	145,86
Papelería		150,00	157,50	165,38	173,64	182,33
Imprevistos	5,00%	31,50	32,18	32,88	33,63	34,41
Parcial		661,50	675,68	690,56	706,19	722,60
GASTOS DE VENTAS						
Remuneraciones		9.600,00	10.560,00	11.616,00	12.777,60	14.055,36
Movilización		800,00	880,00	968,00	1.064,80	1.171,28
Publicidad		6.000,00	5.400,00	4.860,00	4.374,00	3.936,60
Imprevistos	5,00%	300,00	270,00	243,00	218,70	196,83
Parcial		16.700,00	17.110,00	17.687,00	18.435,10	19.360,07
TOTAL		58.638,50	63.220,28	68.364,31	74.114,09	80.520,80

Tabla 48. Presupuesto de Costos y Gastos.



3.7.3. ESTADO PROFORMA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

De los \$73.150,00 estimados de ventas anuales en el año 1, se deducen \$41.277,00 por costos de ventas, \$16.700,00 de gastos de ventas y \$661,50 de gastos de administración. Como resultado, la utilidad operacional alcanzaría los \$14.511,50 que representa un 19.84% de los ingresos obtenidos en el año

La utilidad neta termina en \$9.621,12 la que representa el 13,15% de las ventas que para ser el año del lanzamiento ya se llegaría al punto de equilibrio lo que para el proyecto es de suma importancia y relevancia.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO AL PRIMER AÑO

	MONTO	%
Ventas Netas	73.150,00	100,00%
Costo de Ventas	41.277,00	56,43%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	31.873,00	43,57%
Gastos de ventas	16.700,00	22,83%
Gastos de administración	661,50	0,90%
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	14.511,50	19,84%
Participación utilidades	2.176,73	2,98%
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES IMP.RENTA	12.334,78	16,86%
Impuesto a la renta 22%	2.713,65	3,71%
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	9.621,12	13,15%

Tabla 49. Estado de Pérdidas y Ganancias.

3.8. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Los principales objetivos que deben perseguir cualquier proyecto, a la hora de confeccionar su Plan Financiero, son los siguientes:

Determinar todas las inversiones que requiere la empresa para ponerla en marcha, así como las que posteriormente prevea necesarias para el crecimiento y consolidación de la misma; estimando la vida útil de dichas inversiones.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Identificar las fuentes de financiación a las que se deba y pueda recurrir – tanto propia como ajena - para llevar a cabo todas las inversiones necesarias; indicando la forma en que se prevé devolver la financiación ajena.

El plan económico financiero pretende traducir en términos económicos los planes desarrollados en los temas anteriores (planes de marketing, operaciones, personas y organización, administración y gestión). Esto permite verificar la viabilidad económica del proyecto en su conjunto, así como identificar necesidades de financiación.

En este apartado podemos distinguir:

- El plan de inversiones y financiación inicial
- La previsión cuantitativa de: ventas, compras, producción, personal, tesorería, cuenta de resultados, balance.

3.8.1. PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN

La inversión se realiza para obtener una rentabilidad. Hemos de calcular cuánto va a costar la inversión y qué ingresos va a generar.

El plan de inversiones y financiación exige responder a las siguientes preguntas:

✓ *¿Qué inversiones necesitamos realizar?*

Una inversión es el aporte de un recurso con fines productivos con la intención de conseguir una ganancia. Los recursos dinero, materiales, tiempo, entre otros se pone a “trabajar” para que en un futuro haya incrementado su valor.

En nuestra iniciativa económica necesitaremos realizar inversiones para:

- Construir locales o rehabilitarlos (incluidas las instalaciones de agua, electricidad, teléfono...)
- Comprar maquinaria y equipamiento (mobiliario, equipos informáticos y de comunicación, rótulos publicitarios...)



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- Comprar materia prima para comenzar a trabajar

✓ *¿Qué financiación se necesita?*

Una vez establecidas las inversiones necesarias es preciso buscar fuentes de financiación para dichas inversiones.

3.8.2. ALTERNATIVAS DE FINANCIACIÓN

- Aportaciones de las personas socias.
- Créditos.
- Subvenciones o donaciones.
- Si la actividad está iniciada, podemos reinvertir los beneficios de la actividad en la empresa.

Aunque la creación de un negocio demanda habitualmente cierta dosis de sacrificio, este sacrificio debe ser de un grado razonable y por un plazo adecuado.

No se busca crear empresas para que las personas vivan en un sacrificio permanente, sino para que vivan mejor.

En este sentido, siempre hay que valorar cuál es la carga de otros trabajos, en particular la carga del trabajo y tratar de establecer medidas que puedan reducir esa carga.

El plan de viabilidad debe aportar soluciones reales a los problemas y no respuestas fáciles del tipo “con compromiso todo se consigue”.

CONCLUSIONES

- ◆ La Fundación, tiene como objetivo principal impulsar actividades artísticas en personas que estén dispuestas a desarrollar sus habilidades, siendo esto la parte principal. La didáctica empleada en el proyecto se preocupa de extraer de los participantes el 100% de su creatividad, desarrollando nuevos enfoques pedagógicos y metodológicos.
- ◆ Con el análisis conceptual de los métodos de costeo y la contabilidad del Trúput se determina que, al tener la información completa, los mismos son óptimos para la aplicación en la Fundación, arrojando resultados reales útiles para la toma de decisiones.
- ◆ Al no tener implementado un método de costeo se propuso tres de los sistemas más conocidos y utilizados en las empresas. Luego de la aplicación correcta de dichos métodos descritos en el cap. 3, se concluye que el Método A.B.C. daría mejores resultados, por ser un método viable en su ejecución.
- ◆ Con la aplicación se obtuvo que el Método ABC, además de viable es de fácil adaptación para la Fundación; con lo cual se descartan el método Estándar y la contabilidad del Trúput.
- ◆ Otro punto a destacar es que el ABC se utiliza eficientemente para obtener información sobre procesos y actividades, mejorando así las operaciones y facilitando el flujo de información; de igual manera se obtienen los costos que incurren en cada una de las actividades y procesos dando como resultado el producto final.
- ◆ En cuanto a Mano de Obra, el método ABC interactúa más con el personal de los procesos, dando origen a una mayor vinculación de las actividades entre los departamentos.
- ◆ Se puede reconocer la relación causa-efecto entre los causantes del costo y las actividades; obteniendo el conocimiento necesario para la optimización de los procesos.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

- ◆ En el largo plazo estos resultados pueden dar alternativas muy específicas de ahorro y reducción de costos; así tenemos mejoras en la eficiencia de las operaciones internas de la empresa.



RECOMENDACIONES

- ◆ La implementación del Sistema ABC propuesto, se debe iniciar también con la reestructuración del diagrama organizacional, designando cada puesto y actividad a las personas que son parte de la Fundación.
- ◆ Se debe identificar como cada una de las actividades contribuyen y fomentan un compromiso de búsqueda constante de la calidad en los productos y servicios que se ofrece.
- ◆ A medida que se da el desarrollo de las actividades en la cadena de valor, deben obligarse a conocer la conducta de los costos y su relación entre sus procesos.
- ◆ Se recomienda analizar la asignación de los inductores de manera periódica, de tal forma que los costos sean más precisos y racionales cada vez.
- ◆ En la parte publicitaria, se recomienda optar por convenios con radiodifusoras para promocionarse abarcando así un mayor territorio y con ello obtener contratos en conciertos y eventos lo cual genera más ingresos.





Ilustración 1. Músico



Ilustración 2. Presentación musical.



Ilustración 1. Ensayo previo a presentación.



Ilustración 2. Grabación de video musical.

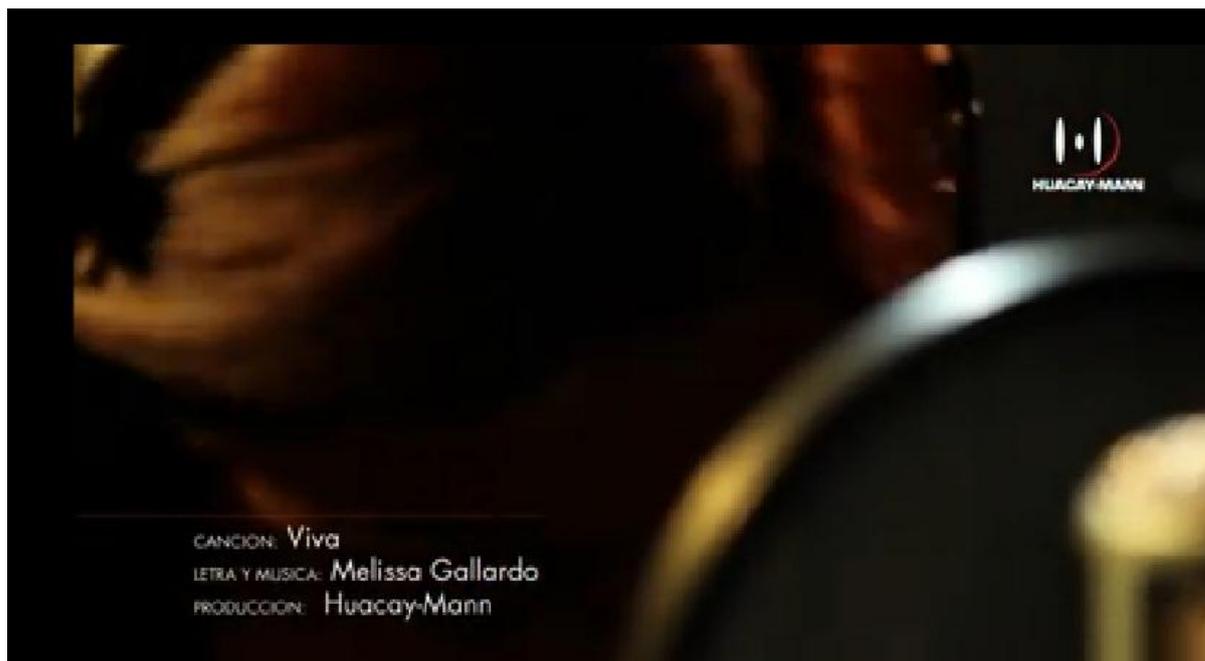


Ilustración 3. Proyecto Melissa



JON.
YES!

Ilustración 6. Recopilación Productora en el 2014



Ilustración 5. Tema Disco Entenados del Zic - Zal



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA



JONATHAN OSWALDO CAMPOS PACURUCU
YESSENIA DEL CISNE JARAMILLO ALVARADO



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Ilustración 7. Presentación Entenados del Zic – Zal en Teatro Casa de la Cultura

Ilustración 8. Presentación Entenados del Zic – Zal en Teatro Casa de la Cultura



BIBLIOGRAFÍA

Definición.de. (03 de 01 de 2015). Obtenido de <http://definicion.de/costo-de-oportunidad/#ixzz3QjxhjLz2>

Autores, V. (20 de 06 de 2014). Ilustrados. Recuperado el 2015, de <http://www.ilustrados.com/tema/12935/Aplicacion-Costeo-Basado-Actividades-como-necesidad.html>

Barth, F. (1994). Ethnic groups and boundaries. The social organization of cultural difference. Oslo: Pensumtjeneste.

Cristobal, D. R. (s.f.). COSTOS II. Mexico: ECASA.

Charles T. Horngren, G. F. (s.f.). CONTABILIDAD DE COSTOS, UN ENFOQUE.

eaceved5. (16 de 06 de 2011). Slideshare. Obtenido de <http://www.slideshare.net/eaceved5/contabilidad-del-trput#>

Gómez, G. E. (s.f.). Gestipolis. Obtenido de <http://www.gestipolis.com/canales/financiera/articulos/no%2010/contabilidad%20costos.htm>

Horngren, C. T., Foster, G., & Datar, S. M. (s.f.). Contabilidad de Costos - Un Enfoque Gerencial (8° Edición ed.). Universidad de Estandford: PHH Prentice Hall.

Jes_May. (09 de Marzo de 2011). Scribd. Recuperado el Domingo de Diciembre de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/50370975/Importancia-de-la-Contabilidad-de-Costos>

monografias.com. (s.f.). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos15/costos-clasificacion/costos-clasificacion.shtml>

Morales, M. S. (06 de 2003). Gestipolis. Obtenido de <http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/abcmarvin.htm>



UNIVERSIDAD ESTATAL DE CUENCA

Rayburn, L. G. (s.f.). Enciclopedia de la Contabilidad 6. En Contabilidad Analítica y de Costos I. Illinois, EEUU: OCEANO/CENTRUM.

Ruiz, M. J. (s.f.). <http://www.sisman.utm.edu.ec>. Obtenido de <http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20ADMINISTRATIVAS%20Y%20ECON%20MICAS/CARRERA%20DE%20CONTABILIDAD%20Y%20AUDITOR%20DA/05/CONTABILIDAD%20DE%20COSTOS/Contabilidad%20de%20Costos.%20Libro.pdf>

Libros

Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. Ramírez Padilla David Noel, Contabilidad Administrativa, Sexta edición.

BRAVO. V. Mercedes, UBIDIA T. Carmita, Contabilidad de Costos, Primera Edición, Quito, Ecuador, 2007.

NEVADO, D. LÓPEZ V. El Capital Intelectual: Valoración y Medición. Editorial Prentice Hall. España.

Rayburn, L. G. (s.f.). Enciclopedia de la Contabilidad 6. En Contabilidad Analítica y de Costos I. Illinois, EEUU: OCEANO/CENTRUM.

Normativa

IASB (2006), 2006 Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), 2006, CISS.

Normas internacionales de contabilidad (NIC-NIIF-SIC-CINIIF), Editorial Aranzadi,

Sitios Web

[Www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)

[Http://www.buencontador.com/nota.asp?ld=24&tipo=noticia](http://www.buencontador.com/nota.asp?ld=24&tipo=noticia)

[Http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/index.htm](http://www1.worldbank.org/prem/poverty/scapital/index.htm)

[Http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/costosestandar.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/costosestandar.htm)

Barth, F. (1994). Ethnic groups and boundaries. The social organization of cultural difference. Oslo: Pensumtjeneste. Obtenido de <http://revistes.uab.cat/periferia/article/view/vol18-n2-revilla/pdf-es>