



UNIVERSIDAD DE CUENCA



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

“DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS ABC,
PARA EL SECTOR TURÍSTICO-AGENCIAS DE VIAJES, CASO
PRÁCTICO: ICOPMED TRAVEL CÍA. LTDA. PERIODO: PRIMER
SEMESTRE DEL 2016”

**Trabajo de Titulación previa a la obtención
del Título de Contador Público Auditor**

AUTORES:

FABÍAN ESTEBAN VALVERDE LANDY

C.I. 0105852529

MAYRA XIMENA VERA TENÉN

C.I. 0106061401

DIRECTORA:

CPA. MARÍA ELENA CHUISACA ÁLVAREZ

C.I. 0102682952

CUENCA-ECUADOR

2017



RESUMEN

La finalidad del presente trabajo de titulación es diseñar un sistema de costos ABC para la empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., que sirva de ayuda a la gerencia para la toma de decisiones oportuna basados en costos reales que permitan conocer con exactitud los resultados que tienen sus servicios.

Para llevar a cabo el desarrollo del trabajo se estudió la compañía Icopmed Travel y el sector turístico-agencias de viajes para conocer el entorno donde se desarrolla sus operaciones, ésta metodología consta de recolección de datos mediante encuestas al sector, entrevistas, cuestionarios a los colaboradores de la empresa estudiada, y varios análisis para el levantamiento del Costeo ABC, en donde se observó la falta de un sistema de costos en la empresa y en todo el sector, llevando a los altos mandos a tomar decisiones basados en costos inexactos.

Con el diseño del sistema ABC se logró conocer los costos reales de los diferentes servicios, así como también que servicio genera más y menos valor para la empresa y se analizó los cambios que ocasionó el sistema propuesto en los estados financieros. El estudio presentado es una herramienta ideal para la empresa de estudio y para todo el sector debido al tipo de negocio que tienen las agencias de viaje.

Palabras clave: sistema de costos ABC, toma de decisiones, agencias de viaje, sector turístico, sistema tradicional, actividades, recursos, inductores.



ABSTRACT

The purpose of the present final work is to design an ABC cost system for Icopmed Travel Cia Ltd. company and that it helps for timely decision making based in real costs that allow to know with precision the results of its services.

To bring about the development of the work we studied Icopmed Travel company and the travel tourism-agencies sector to know the environment where it takes place its operations, this methodology is about data collection through sector surveys, interviews, questionnaires to employees of the studied company, and various analysis to the lifting of the ABC costing, where we noted the lack of a cost system in the company and across the industry guiding senior managers to make decisions based on inaccurate costs.

With the ABC cost system design we achieved knowing the real costs of the different services, as well which service gives more and less value for the company and we analyzed the changes caused by the proposed system in the financial statements. The presented study is an ideal tool for the studied company and for the whole sector according to the business type that travel agencies have.

Keywords: ABC costs system, decisions making, travel agencies, tourism sector, traditional system, activities, means, inductors.



ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
ÍNDICE DE CONTENIDO	4
CLAUSULA DE DERECHOS DE AUTOR	9
CLAUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	11
AGRADECIMIENTO	13
DEDICATORIA	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO 1:.....	16
CONOCIMIENTO DEL SECTOR Y LA EMPRESA EN EL QUE SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN.	16
1.1 Antecedentes históricos del sector turístico	16
1.2 Impacto económico del sector turístico	18
1.2.1 Impacto económico nivel mundial.....	18
1.2.2 Impacto económico nivel Ecuador	18
1.3 Reseña histórica de las agencias de viaje.....	22
1.4 Actualidad de las agencias de viaje	26
1.5 Normativa vigente de las agencias de viaje	35
1.6 Antecedentes de la Empresa	36
1.6.1 Reseña Histórica.	36
1.6.2 Objeto social de la empresa	39
1.6.3 Misión, visión, y valores corporativos.....	40
1.6.4 Estructura Organizacional.....	40
1.6.5 Objetivos de la empresa	42



1.6.6 Líneas de Negocio.....	42
1.6.7 Productos y Servicios.....	43
CAPÍTULO 2.....	44
CONTENIDOS TEÓRICOS DEL COSTEO ABC.....	44
2.1 Definición de contabilidad.....	44
2.2. Clasificación de la contabilidad.....	44
2.3 Definición de contabilidad financiera.....	46
2.4 Definición de la contabilidad gerencial.....	46
2.5 Definición de la contabilidad de costos.....	49
2.6 Clasificación de la contabilidad de costos.....	49
2.6.1 Costos de manufactura.....	50
2.6.2 Costos operativos.....	51
2.6.3 Costos del período y costos del producto.....	51
2.7 Definición de costos.....	52
2.8 Importancia de los costos.....	52
2.9 Clasificación de los costos.....	53
2.9.1 Por la identidad.....	53
2.9.2 Por el alcance.....	53
2.9.3 Por su relación con el nivel de producción.....	53
2.9.4 Por el momento en el que se determinan.....	54
2.10 Centros de responsabilidad.....	54
2.10.1 Centro de costos.....	54
2.10.2 Centro de utilidades.....	55
2.10.3 Centro de inversión.....	55
2.11 Tipos de sistema de costeo.....	55
2.11.1 Costos por procesos.....	55



2.11.2 Costos por órdenes de producción	56
2.11.3 Costeo ABC (Activity Based Costing)	58
2.11.3.1 Definición de costeo ABC.....	60
2.11.3.2 Importancia del sistema de costos ABC.....	60
2.11.3.3 Características:	62
2.11.3.4 Objetivos	62
2.11.3.5 Ventajas del Costeo ABC.....	63
2.11.3.6 Desventajas del Costeo ABC	64
2.11.3.7 Componentes del Costeo ABC.....	64
2.11.3.7.1 Objeto del costo.....	64
2.11.3.7.2 Actividad	66
2.11.3.7.3 Recursos.....	68
2.11.3.7.4 Inductores de Costos (Cost Drivers).....	69
2.11.3.8 Etapas para implementar y organizar el sistema de costos ABC.....	71
2.11.3.8.1 Etapa Previa: definición y organización.	71
2.11.3.8.2 Etapa de implementación y mantenimiento	73
2.11.3.9 Comparación del sistema tradicional y el costeo ABC	75
CAPÍTULO 3.....	77
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ACTUAL Y DESARROLLO DEL DISEÑO DE COSTEO ABC.....	77
3.1 Identificación de productos y servicios	77
3.2. Análisis del sistema de costos actual	78
3.3 Levantamiento Costeo Tradicional	81
3.4 Levantamiento Costeo ABC	84
3.4.1 Identificación de objetos de costos, recursos y actividades	84



3.4.1.1	Identificación de objetos de costos	84
3.4.1.2	Identificación de recursos.	88
3.4.1.3	Identificación de actividades	90
3.5	Determinación de centros de costos	100
3.6	Determinación de inductores.....	102
3.6.1	Inductores de Recursos.	102
3.6.2	Inductores de actividad.	103
3.7	Determinación de costos de los servicios bajo el sistema de costos ABC.....	103
3.7.1	Asignación recursos hacia las actividades.....	104
3.7.2	Asignación actividades hacia los objetos de costo	118
3.7.3	Costos bajo sistema ABC	125
3.7.3.1	Costo Paquete Turístico bajo sistema ABC.	127
3.7.3.2	Costo Ticket Aéreo Nacional bajo sistema ABC.	128
3.7.3.3	Costo Ticket Internacional bajo sistema ABC.	128
3.7.3.4	Costo Audio guía bajo sistema ABC.	129
3.7.3.5	Costo Asesoría Visa bajo sistema ABC.	130
3.8	Determinación de porcentaje de utilidad o pérdida de los servicios bajo el sistema de costos ABC.....	130
3.8.1	Paquete Turístico.....	130
3.8.2	Ticket Nacional	131
3.8.3	Ticket Internacional.....	131
3.8.4	Audio guía.....	132
3.8.5	Asesoría en Visa.....	132
3.9	Elaboración de la cadena de valor	132
CAPÍTULO 4	135



COMPARACIÓN DEL SISTEMA DE COSTOS ABC CON EL
TRADICIONAL, E IMPACTO DEL SISTEMA ABC EN LA EMPRESA 135

4.1 Proceso de contabilización de costos indirectos bajo sistema ABC.. 135

4.2 Elaboración del Estado de Costos, Estado de Resultados y
Situación Financiera bajo Sistema de Costos ABC..... 138

4.2.1 Elaboración del Estado de Costos 138

4.2.2 Elaboración del Estado de Resultados 140

4.2.3 Elaboración del Estado de Situación Financiera..... 141

4.3 Comparación del sistema de costos actual vs sistema de costos
propuesto 143

4.4 Análisis del impacto del Sistema ABC en el Estado de Costos..... 146

4.5 Análisis del impacto en el margen de utilidad de los servicios 148

4.6 Análisis del impacto del Sistema de Costos ABC en el Estado de
Resultados y Estado de Situación Financiera 150

CONCLUSIONES 152

RECOMENDACIONES..... 154

BIBLIOGRAFÍA..... 155

ANEXOS..... 157



CLAUSULA DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Yo, Mayra Ximena Vera Tenén, autora del Trabajo de Titulación "DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS ABC, PARA EL SECTOR TURÍSTICO-AGENCIAS DE VIAJES, CASO PRÁCTICO: ICOPMED TRAVEL CIA. LTDA. PERIODO: PRIMER SEMESTRE DEL 2016", 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 autora.

Cuenca, Marzo del 2017

Mayra Ximena Vera Tenén

CI: 0106061401



CLAUSULA DE DERECHOS DE AUTOR



Universidad de Cuenca
Clausula de derechos de autor

Yo, Fabián Esteban Valverde Landy, autor del Trabajo de Titulación "DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS ABC, PARA EL SECTOR TURÍSTICO-AGENCIAS DE VIAJES, CASO PRÁCTICO: ICOPMED TRAVEL CÍA. LTDA. PERIODO: PRIMER SEMESTRE DEL 2016", 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, Marzo del 2017

Fabián Esteban Valverde Landy

Ci: 0105852529



CLAUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, Mayra Ximena Vera Tenén, autora del Trabajo de Titulación "DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS ABC, PARA EL SECTOR TURÍSTICO-AGENCIAS DE VIAJES, CASO PRÁCTICO: ICOPMED TRAVEL CIA. LTDA. PERIODO: PRIMER SEMESTRE DEL 2016", informo que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora, excepto las citas de otros autores que están debidamente referenciadas a la bibliografía utilizada.

Cuenca, Marzo del 2017

Mayra Ximena Vera Tenén

Ci: 0106061401



CLAUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL



Universidad de Cuenca
Clausula de propiedad intelectual

Yo, Fabián Esteban Valverde Landy, autor del Trabajo de Titulación "DISEÑO DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD DE COSTOS ABC, PARA EL SECTOR TURÍSTICO-AGENCIAS DE VIAJES, CASO PRÁCTICO: ICOPMED TRAVEL CÍA. LTDA. PERIODO: PRIMER SEMESTRE DEL 2016", informo que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor, excepto las citas de otros autores que están debidamente referenciadas a la bibliografía utilizada.

Cuenca, Marzo del 2017

Fabián Esteban Valverde Landy

Ci: 0105852529



AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todos los familiares, amigos, compañeros que contribuyeron para llegar a este paso importante en mi vida y de manera especial a la Universidad de Cuenca, a nuestra asesora CPA Maria Elena Chuisaca por todo el apoyo brindado, y a Icopmed Travel y todos sus colaboradores por la apertura para desarrollar la investigación.

Esteban

Mi agradecimiento va dirigido especialmente a Dios por haberme permitido llegar a este día, a toda mi familia que de distintas maneras me han brindado su apoyo incondicional para no desmayar ante los obstáculos que se han presentado en el camino. Agradezco nuestra asesora CPA Maria Elena Chuisaca por la paciencia y dedicación en el desarrollo del presente trabajo y a la empresa Icopmed Travel por la apertura completa que nos brindaron en el desarrollo del trabajo de titulación.

Ximena



DEDICATORIA

Todo el esfuerzo en este largo recorrido va dedicado de manera especial a toda mi familia que ha estado pendiente de mí. Todo el sacrificio realizado es gracias a ellos que han sido mi motor, apoyo incondicional e inspiración para salir adelante sin duda este logro es reflejo de sus enseñanzas y esfuerzos.

Esteban

El presente trabajo va dedicado a mis padres que me han brindado su apoyo incondicional durante los años de estudio.

Ximena



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo general diseñar una plataforma de costos ABC para la empresa Icopmed Travel que ayude a mejorar la toma de decisiones así como costear de manera correcta sus servicios.

Se inició revisando los antecedentes históricos del turismo, el impacto que tiene esta actividad en la economía del mundo y del Ecuador. Luego de analizar el sector turístico el estudio se enfoca en el análisis de las agencias de viaje en la Provincia del Azuay y la normativa vigente para las agencias de viaje, se presenta también los aspectos generales de la empresa, objeto de estudio, tales como: misión, visión, valores, organigrama y políticas.

En el capítulo 2 se desarrolló el marco teórico en el cual se basa el trabajo de titulación que contiene conceptos de contabilidad, clasificación de los sistemas de costos y el sistema de costos ABC. Luego de revisar el marco teórico, en el capítulo 3 se inicia analizando la situación actual de la empresa, para cual se realizó el levantamiento del sistema de costo tradicional y el sistema de costos ABC y obteniendo así los nuevos costos de los servicios.

Con los resultados del levantamiento de los dos sistemas en el capítulo 4 se analiza y compara los resultados obtenidos, así como también el impacto que los nuevos costos tienen sobre el Estado de Costos, Estado de Resultados y Estado de Situación Financiera de la empresa.



CAPÍTULO 1:

CONOCIMIENTO DEL SECTOR Y LA EMPRESA EN EL QUE SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN.

1.1 Antecedentes históricos del sector turístico

El turismo como tal nace en el siglo XIX a partir de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención era el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones laborales. Los desplazamientos por el turismo se diferencian claramente de otros movimientos cuya motivación es la guerra o movimientos migratorios. (Rodríguez, 2011)

Los inicios del turismo tienen antecedentes históricos claros, ejemplo de esto, en la Edad Antigua en Grecia se daba mucha importancia al ocio y su tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte, los movimientos más destacados eran los que realizaban para asistir a los juegos olímpicos. Además existían también peregrinaciones religiosas como las que se dirigían a los oráculos. Estos viajes también se daban por recreación, durante el Imperio Romano los romanos viajaban a la costa para bañarse en las aguas termales. (Rodríguez, 2011)

En la Edad Media se presenta un retroceso en la actividad turística debido a la recesión económica. En esta época surge un viaje nuevo, las peregrinaciones religiosas, si bien estas peregrinaciones ya habían existido con anterioridad tanto el Cristianismo como el Islam las extendieron a mayor número de creyentes, ocasionando mayor número de desplazamientos. En esta época son famosas las expediciones desde Venecia a Tierra Santa. (Rodríguez, 2011)

En la Edad Moderna con la Revolución Industrial se consolida la burguesía que vuelve a tener recursos económicos y tiempo libre para viajar, en la edad contemporánea con el surgimiento de la máquina de



vapor supone un adelanto espectacular en los transportes. Las líneas férreas se extienden con gran rapidez por toda Europa y Norteamérica, el uso del vapor para la navegación reduce el tiempo de desplazamiento. (Rodriguez, 2011)

Según la Organización Mundial de Turismo ¹(OMT) “el turismo se puede definir como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en sitios distintos a su ambiente tradicional, por un periodo consecutivo e inferior a un año, y con el objetivo de recreación, ocio, negocios u otros motivos que no tengan relación con el trabajo de los individuos.” (OMT, 2016)

El turismo se ha convertido desde hace mucho tiempo en el sector económico más importante y de mayor crecimiento, dicha expansión se ha podido evidenciar año a año con un aumento en el número de llegada de turistas internacionales, así por ejemplo en el año 1950 se registraron 25 millones de llegada de turistas extranjeros a nivel mundial, mientras que en el año de 1980 se registraron 278 millones, así ha ido incrementando cada año el rubro de llegada de turistas extranjeros a nivel mundial, hasta que en el 2015 se cerró con 1.186 millones de turistas. Es lógico pensar que este constante crecimiento genera mayores ingresos para el turismo internacional, dichas cifras fueron publicadas por la OMT e igualmente para el año 1950 se tuvo un ingreso por la llegada de turistas extranjeros a nivel mundial de \$2 billones de dólares, dicha cifra evidentemente ha crecido año con año y en el 2015 se registró un ingreso de \$1260 billones de dólares. (OMT, 2017)

El turismo receptor es una actividad que genera fuertes ingresos económicos para los países, por lo que es primordial activar el turismo dentro de los mismos, la Organización Mundial de Turismo (OMT) es la encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, dentro de sus miembros se encuentran 157 países,

¹ OMT: Organización Mundial de Turismo



6 miembros y más de 480 afiliados. Esta organización defiende la aplicación del Código de Ética mundial para el turismo, integra sistemáticamente el turismo en la agenda global, desarrollo sostenible del turismo, ética y responsabilidad social y fomenta el crecimiento, entre otras actividades. (OMT, 2017)

1.2 Impacto económico del sector turístico

1.2.1 Impacto económico nivel mundial.

El turismo es un sector económico importante, ocupa el tercer puesto como categoría mundial de exportación por detrás de combustible y productos químicos, y en el comercio internacional de servicios el turismo generó 211 mil millones de dólares en exportación por medio del transporte internacional en el año 2015. El turismo representa también según cifras publicadas por la OMT el 7% de las exportaciones globales de bienes y servicios en el año 2015, todas estas cifras ubican al turismo en el tercer puesto de exportaciones a escala mundial.(OMT, 2016)

Para el año 2016 la demanda de turismo internacional siguió siendo fuerte pese a la crisis, tanto es así que aumento en un 3.9% con respecto al año 2015, alrededor de 46 millones de turistas más. El sector turístico a pesar de la crisis económica y financiera mundial de 2009 ha presentado un crecimiento sólido ininterrumpido, igual crecimiento se espera para el año 2017 ya que según el resultado de las encuestas generadas por la OMT dicen esperar resultados mejores o mucho mejores que el año 2016. (OMT, 2017)

1.2.2 Impacto económico nivel Ecuador

Ecuador es uno de los países con mayor diversidad tanto biológica como cultural, su ubicación geográfica en el neo trópico e influencia de corrientes marinas ayudan para conseguir las más variadas formas de



vida de flora y fauna y microorganismos. Ecuador se encuentra entre los 17 países mega diversos. (Biocomercio Andino, 2014)

Los siguientes datos muestran la diversidad de flora y fauna existente en Ecuador (Biocomercio Andino, 2014):

- Ecuador tiene más especies de plantas por unidad cuadrada que cualquier otro país de América Latina.
- Posee 45 tipos de vegetación.
- Se ha reportado 17.058 especies de plantas vasculares.
- Posee el 7% de las plantas vasculares registradas para el mundo.
- Existen 1.655 aves en el Ecuador.
- Tiene 464 anfibios conocidos en el mundo.

Por todo esto en el Ecuador el sector turístico tiene gran importancia y esto sin duda genera grandes ingresos para el país, es entonces que en agosto de 1992 se crea el Ministerio de Información y Turismo, el cual en la actualidad se conoce como Ministerio de Turismo, la Ley de Turismo en su artículo 15 define las actividades correspondientes a dicho ministerio entre los cuales son (Ministerio de Turismo, 2014, págs. 4-5):

- a) Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
- b) Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
- c) Planificar la actividad turística del país;
- d) Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
- e) Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
- f) Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;



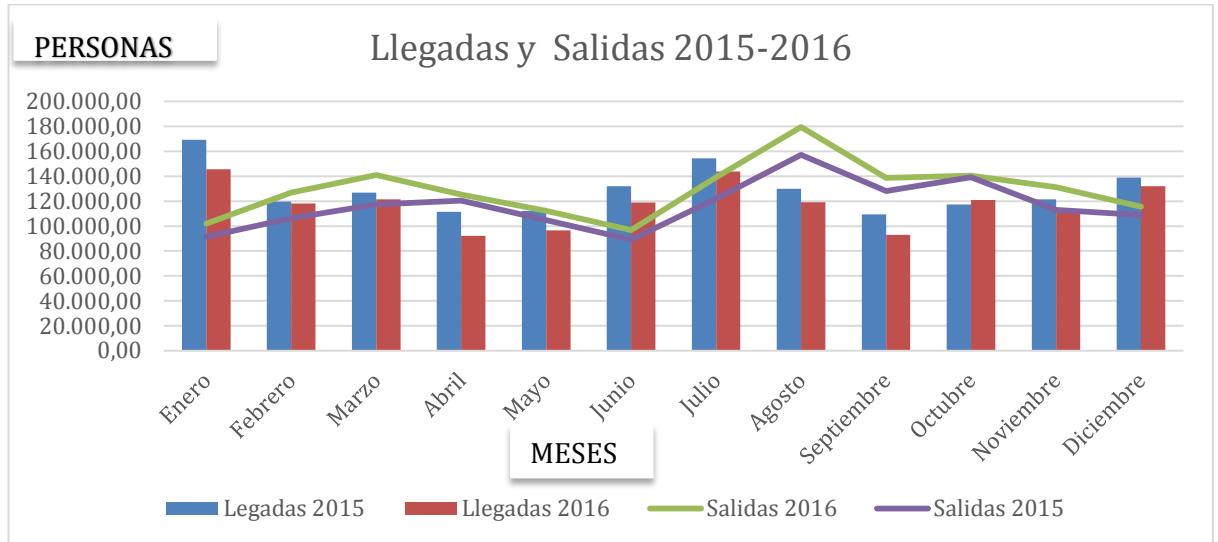
- g) Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
- h) Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
- i) Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
- j) Calificar los proyectos turísticos;
- k) Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y
- l) Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

En el año 2015 la llegada de turistas extranjeros al país fue mayor que la salida de ecuatorianos en 9.38% mientras que para el año 2016 la llegada de turistas extranjeros al país fue menor que la salida de ecuatorianos en un 8.79%. (Ministerio de Turismo, 2016). Como lo indican el siguiente gráfico y la tabla Nro. 1



Gráfico # 1

Título: Llegadas y salidas de turistas (personas) al Ecuador periodo 2015-2016



Fuente: Ministerio de Turismo
Realizado por: Los autores

Tabla # 1

Título: Llegadas y salidas turistas (personas) de Ecuador periodo 2015-2016

Llegadas y salidas turistas (personas) de Ecuador periodo 2015-2016					
Año 2015			Año 2016		
Meses	Llegada de turistas (Persona)	Salidas de Ecuatorianos (Personas)	Meses	Llegada de turistas (Personas)	Salida de Ecuatorianos (Personas)
Enero	169,378.00	91,470.00	Enero	145,710.00	101,936.00
Febrero	119,665.00	106,442.00	Febrero	118,091.00	126,851.00
Marzo	126,987.00	117,453.00	Marzo	121,410.00	141,052.00
Abril	111,337.00	120,518.00	Abril	92,173.00	125,285.00
Mayo	112,270.00	104,865.00	Mayo	96,576.00	112,265.00
Junio	132,015.00	89,106.00	Junio	118,942.00	96,897.00
Julio	154,418.00	121,980.00	Julio	143,764.00	139,100.00
Agosto	129,873.00	157,239.00	Agosto	119,060.00	179,539.00
Septiembre	109,316.00	128,230.00	Septiembre	92,961.00	138,622.00
Octubre	117,403.00	139,337.00	Octubre	121,028.00	140,481.00
Noviembre	121,579.00	113,009.00	Noviembre	111,086.00	131,346.00
Diciembre	138,924.00	108,772.00	Diciembre	131,917.00	115,455.00
Total	1,543,165.00	1,398,421.00	Total	1,412,718.00	1,548,829.00

Fuente: Ministerio de Turismo
Realizado por: Los autores

El Ecuador es un destino turístico muy apetecido por los extranjeros, lo cual se evidencia en el incremento de visitas de turistas al país durante los últimos años, a excepción del año 2016 que sufrió una baja de llegada de turistas del 8.45% debido al fuerte sismo que sacudió a la provincia de



Manabí y los problemas socioeconómicos que se están atravesando , a pesar de esto el sector turístico, dentro de la economía del país se ubica en el tercer lugar de exportaciones no petroleras del Ecuador para el año 2016 con 690.9 (en millones USD) y su balanza turística presenta un superávit para el mismo período de 292.0 millones USD. (Ministerio de Turismo, 2016)

1.3 Reseña histórica de las agencias de viaje

Thomas Cook conocido como el pionero del turismo fue el creador de la idea de las Agencias de Viaje así como de algunas otras que hasta el día de hoy se practican. (Infoturistic, 2012)

En 1841 cuando Cook era pastor de la iglesia Bautista y aprovechando el desarrollo del transporte ferroviario realiza un viaje desde Leicester hasta Loughborough para un congreso antialcohólico, su principal objetivo fue disminuir el consumo de bebidas alcohólicas en la clase obrera, la cual debido a las duras condiciones de trabajo que debían soportar hicieron que aumente el consumo de alcohol. Este viaje movilizó a 570 personas a las cuales se les proporcionó el almuerzo y aunque este viaje no tuvo fines lucrativos para Cook, se pudo evidenciar las grandes posibilidades económicas que tenía esta actividad, años después fundó la primera Agencia de Viajes llamada “Thomas Cook and Son”. La empresa de Cook permaneció bajo la administración de su familia hasta el año 1928, hoy en día su empresa sigue siendo una gran multinacional del turismo que ha sabido adaptarse a los cambios que se han dado a lo largo del tiempo en cuanto a tecnología y evolución misma del turismo. (Infoturistic, 2012)

Sin duda la creación de las Agencias de Viaje fue la aportación más grande que Cook dio al turismo, pero además de esto existen otras aportaciones tales como: la creación de los primeros viajes “a forfait”, hoy en día se conocen como viajes “todo incluido”, fue el primero en inventar excursiones grupales así como el inventor del primer crucero al río Nilo,



en 1872 organizó la primera vuelta al mundo que duró 222 días, dicho viaje fue muy famoso en esas épocas tanto así que inspiró la obra “Vuelta al mundo en 80 días” escrita por Julio Verne, creó también los cheques de viaje que en 1882 fueron más desarrollados por American Express. (Infoturístic, 2012)

A partir del siglo XX debido a las crecientes necesidades de las personas por realizar viajes a diferentes destinos del mundo comienzan a crearse con mayor intensidad las agencias de viajes como intermediaras de la actividad turística. La principal función de las agencias de viaje es vender paquetes turísticos nacionales o internacionales a sus clientes, ayudan a encontrar líneas aéreas, hoteles, transporte y demás servicios turísticos. (Infoturístic, 2012)

En el Ecuador el Ministerio de Turismo regula también la actividad de las agencias de viaje, en el artículo 77 del Reglamento General de Actividades Turísticas se define a las agencias de viaje como: “Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros”. (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 20)

Entre las actividades descritas en el mismo Reglamento constan (Ministerio de Turismo, Reglamento general de actividades turísticas, 2015, págs. 20-21):

- a) La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales;



- b) La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior;
- c) La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.), ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, para ser operados dentro y fuera del territorio nacional;
- d) La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional;
- e) El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos;
- f) La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos;
- g) La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;
- h) La entrega de información turística y difusión de material de propaganda;
- i) La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística;
- j) El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado;
- k) La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones;
y,
- l) La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.



Según el artículo 79 del Reglamento General de Actividades Turísticas las agencias de viaje se clasifican en: (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 21)

1. Mayoristas
2. Internacionales
3. Operadoras

Este artículo señala también que las agencias internacionales y las operadoras podrán ejercer las dos actividades a la vez, siempre y cuando cumplan con el requisito de activo real para cada una de estas actividades, sin embargo no podrán ejercer actividades de agencias mayoristas; estas últimas no podrán ejercer actividades de ninguna de las dos anteriores.

- 1. Agencias mayoristas:** “Son agencias de viajes mayoristas las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior” (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 21)
- 2. Agencias internacionales:** “Son agencias de viajes internacionales las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios y paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional”. (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 21)



- 3. Agencias operadoras:** “Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país”. (Ministerio de Turismo, 2015, pág. 22)

1.4 Actualidad de las agencias de viaje

El incremento de la actividad turística hace también que las agencias de viaje cada vez sean más y mejoren sus servicios. En la actualidad en la provincia del Azuay podemos encontrar 162 agencias de viaje, cada una de ellas distribuidas en diferentes parroquias de la provincia como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla # 2

Título: Agencias de Viaje Provincia del Azuay por cantones.

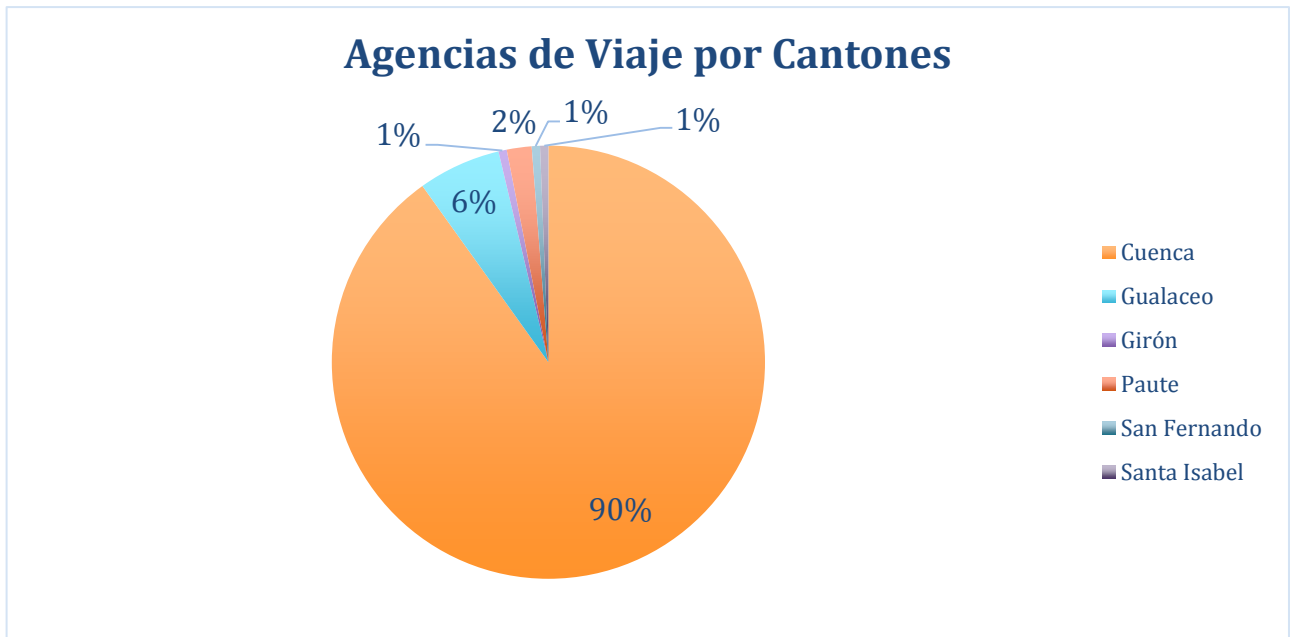
Agencias de viaje en la Provincia del Azuay	
Cantón	Número de Agencias
Cuenca	146
Gualaceo	10
Girón	1
Paute	3
San Fernando	1
Santa Isabel	1
TOTAL	162

Fuente: Servicio de Rentas internas
Realizado por: Los autores



Gráfico # 2

Título: Agencias de viaje en la Provincia del Azuay por cantones



**Fuente: Servicio de Rentas internas
Realizado por: Los autores**

El 90% de las agencias de viaje se encuentra en el cantón Cuenca como indica el gráfico por lo que el estudio se concentrará en mencionado cantón.

El análisis del sector de las agencias de viaje se concentró en el Cantón Cuenca por ser el más representativo al contar con mayor número de agencias. La información obtenida por el SRI fue revisada con la base de datos de la Superintendencia de Compañías, basándose en el artículo 77 del Reglamento General de Actividades Turísticas donde menciona que son consideradas agencias de viaje las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, se evidenció que en la información otorgada por el SRI constan además de agencias de viaje empresas de envíos y agencias de viaje inactivas. Las agencias de viaje activas que se encuentran en el Cantón Cuenca son 57 según la Superintendencia de Compañías.



Tabla # 3

Título: Agencias de Viaje en el Cantón Cuenca

Parroquia	Agencias
Bellavista	1
Cañaribamba	3
Cuenca	1
El Batan	2
El Sagrario	19
El Vecino	2
Gil Ramírez Dávalos	2
Huaynacapac	8
San Blas	5
San Sebastián	5
Sucre	7
Totoracocha	1
Yanuncay	1
Total	57

Fuente: Superintendencia de Compañías
Realizado por: Los autores

Se tomó como muestra para la encuesta el 21% de la población. Para conocer todo el entorno de las agencias de viaje en Cuenca se decidió realizar una encuesta por cada parroquia, llegando a realizar las encuestas a 11 agencias de viaje ya que la agencia de la Parroquia El Vecino no facilitaron la información.

La encuesta que se realizó se encuentra en el anexo 1. Los resultados de las 11 parroquias a las que se les realizó el cuestionario para el estudio son los siguientes:

Resultados de las encuestas**Pregunta 1.**

1	¿Qué tipo de contribuyente es la empresa?	PNNO
		PNO
		CIA LTDA
		SA

Según los resultados obtenidos, 9 agencias de viaje están constituidas como compañías limitadas y 2 se encuentran constituidas como sociedades anónimas.



Pregunta 2.

2	¿Qué tiempo de funcionamiento tiene la empresa?	0-2 Años
		3-5 Años
		más de 5 años

Un total de 6 agencias de viaje tienen más de 5 años de constitución, 4 empresas tienen de 3 a 5 años y 1 se encuentra entre 0 y 2 años de constitución.

Pregunta 3.

3	Número de empleados de la empresa.	0-5
		5-10
		más de 10

Del total de las encuestas 9 agencias de viaje tienen de 0 a 5 empleados, mientras que 2 empresas cuentan entre 5 a 10 empleados.

Pregunta 4.

4	¿Qué tipo de productos o servicios ofrece la empresa?	Tickets Aéreos
		Paquetes Turísticos
		Servicio de Transporte
		Asesorías en Visas
		Consultorías
		Otros

De los productos y servicios señalados 10 agencias ofrecen tickets aéreos, 11 ofrecen paquetes turísticos, 5 dan servicios de transporte, 9 brindan asesorías en visas, 7 entregan asesorías a los turistas y 2 agencias ofrecen otros productos diferentes a los indicados como recepción de turistas, venta de tecnología y servicios profesionales.

**Pregunta 5.**

5	¿La empresa cuenta con organigrama, manual interno de funcionamiento, misión, visión, políticas, reglamentos, donde se encuentren delimitadas las funciones y/o actividades que se deben realizar en la empresa?	Si
		No

De las agencias encuestadas 5 respondieron que sí, mientras que 6 dijeron que no contaban con una organización adecuada en su empresa.

Pregunta 6.

6	Señale los organismos a los que se encuentra afiliada la empresa	Ministerio de Turismo
		Cámara de Turismo Provincial del Azuay
		Ninguno
		Otros

En cuanto a las empresas afiliadas 10 agencias están reguladas por el Ministerio de Turismo, 1 no se encuentra afiliada a ninguna institución y 2 agencias a más de estar afiliadas al Ministerio de Turismo se encuentran afiliadas a otras instituciones como la Fundación de Turismo y Asociación Nacional de Operadores de Turismo.

Pregunta 7.

7	De acuerdo a la siguiente escala ¿Qué nivel de ingresos anuales tiene la empresa?	0,00-60,000.00
		60,000.00-120,000.00
		120,000.00-180,000.00
		180,000.00-240,000.00
		240,000.00-300,000.00
		300,000.00-en adelante

En la escala de 0 a 60.000,00 dólares de ingresos se registraron 4 agencias, para 60.000,00 a 120.000,00 2 agencias, para 240.000,00 a 300.000,00 2 agencias y para la escala de 300.000,00 en adelante se encuentran 3 agencias,



siendo el ingreso de estas últimas mayores a 300.000,00 pero inferiores al millón de dólares.

Pregunta 8.

8	De acuerdo a la siguiente escala ¿Qué nivel de gastos-costos anuales tiene la empresa?	0.00-60,000.00
		60,000.00-120,000.00
		120,000.00-180,000.00
		180,000.00-240,000.00
		240,000.00-300,000.00
		300,000.00-en adelante

Se registraron los mismos resultados para escala de gastos. De 0 a 60,000.00 dólares de gastos-costos se registraron 5 agencias, para 60,000.00 a 120,000.00 1 agencias, para 240,000.00 a 300,000.00 2 agencias y para la escala de 300,000.00 en adelante se encuentran 3 agencias, siendo el gasto-costos de estas últimas mayores a 300,000.00 pero inferiores al millón de dólares.

Pregunta 9.

9	¿En la distribución de los costos hacia los productos-servicios, aplica algún sistema de costeo?	Si
		No

De las 11 agencias encuestadas tan solo 2 indicaron que si llevan un sistema de costeo y las 9 respondieron que no llevan ningún sistema de costeo.

Pregunta 10.

10	¿Para conocer el costo de los productos o servicios y fijar sus precios, señale los elementos que son considerados?	Costo Directo
		Mano de Obra Directa
		Costos Indirectos

El total de las agencias encuestadas respondió que consideran únicamente los costos directos.

**Pregunta 11.**

11	¿Realiza algún procedimiento para el control de la distribución de los costos indirectos de fabricación?	Si
		No

Para el control de la distribución de los costos indirectos de fabricación 11 agencias indicaron que no llevan ningún control.

Pregunta 12.

12	La contabilidad que lleva la empresa, le permite conocer con precisión y oportunidad los costos de los productos-servicios que oferta.	Si
		No

Para 5 agencias su sistema contable les permite conocer el costo de sus servicios, y para 6 agencias su sistema contable no le es de mucha ayuda.

Pregunta 13.

13	Las decisiones tomadas en base a los reportes generados en la empresa han sido:	Confiables
		Poco confiables
		No aplica

El total de la población encuestada confía en sus reportes para la toma de decisiones.

Pregunta 14.

14	¿Tiene conocimiento acerca del Costeo Basado en Actividades?	Si
		No

Tan solo dos agencias conocen el costeo ABC, mientras que en las 9 no lo conocen.



Pregunta 15.

15	¿En la empresa se ha aplicado el costeo basado en actividades?	Si
		No

El total de 11 agencias respondieron que no han aplicado el costeo basado en actividades.

Pregunta 16.

16	¿Se encontraría Ud. dispuesto a dar apertura en su empresa para la aplicación de un sistema de Costeo Basado en Actividades?	Si
		No

Un total de 6 agencias si estarían dispuestas a dar apertura para la aplicación del sistema de costeo basado en actividades, mientras que las 5 no lo estarían.

Pregunta 17.

17	¿Cuánto estaría dispuesto a invertir para levantar la plataforma del Costeo ABC?	0,00-2.000,00
		2.000,00-4.000,00
		4.000,00-6.000,00
		6.000,00-en adelante

Las 6 agencias interesadas estarían dispuestas a invertir de 0 a 2.000,00 dólares en la implementación de dicho sistema.

Además de las encuestas se analizó los estados financieros presentados a la Superintendencia de Compañías de cada una de las empresas visitadas, en donde se corroboró los datos obtenidos en cuestión de cifras de ingresos y gastos, y su falta de manejo de los costos en la presentación de balances, en donde solo 5 empresas presentaban costos como lo indica el Anexo 2.



Conclusiones de las encuestas

- El sector de las agencias de viaje denota gran debilidad en el manejo de los costos debido a que existe un desconocimiento de los sistemas de costeo y de los elementos que conforma el costo (materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación) que no son tomados en cuenta para calcular sus márgenes de utilidad.
- Las agencias de viajes investigadas tienen personería jurídica y se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Compañías y el Ministerio de Turismo.
- Las empresas están funcionando en su mayoría más de 3 años por lo que se trata de empresas que tienen experiencia en la comercialización de los servicios turísticos.
- De las agencias investigadas el 54% están por debajo de \$120.000,00 dólares de ingresos anuales y el 46% superan los 240.000,00 dólares de ingresos anuales, la empresa con mayores ingresos no supera los \$940.000,00 dólares.
- De las agencias investigadas el 54% están por debajo de \$120.000,00 dólares de gastos anuales y el 46% superan los 240.000,00 dólares de gastos anuales, la empresa con mayores gastos no supera los \$940.000,00 dólares.
- El personal que las conforman en su mayoría no superan las 10 personas.
- Por sus montos de ingresos y gastos se tratan de microempresas.
- Los servicios que prestan la mayoría de las agencias encuestadas son tickets aéreos, servicios de transporte, paquetes, asesoría en visas.
- Al ser empresas con personería jurídica el 55% no cuenta con planificación estratégica establecida.
- El 82% de las agencias encuestadas no llevan un sistema de costos para sus productos o servicios y el otro 18% lleva un control simple basado en su sistema contable para conocer sus resultados,



al no tener un sistema de costeo establecido no les permite que los costos indirectos formen parte del costo de los productos o servicios impidiendo conocer la verdadera utilidad o pérdida de los mismos.

- El 55% de las agencias encuestadas no conoce con precisión los costos de los servicios que oferta, para el otro 45% bajo su sistema contable confía en los resultados.
- Pese a no tener un sistema de costeo la mayoría de las agencias confían en los reportes de su sistema contable para la toma de decisiones.
- El 82% de las empresas encuestadas no conoce el Sistema ABC, pero al conocer que este sistema les permitirá conocer resultados reales de los servicios que oferta ya que toma en cuenta todas las actividades necesarias para vender el producto o servicio final, el 55% estaría interesado en dar apertura a la aplicación del mismo.

1.5 Normativa vigente de las agencias de viaje

Tabla # 4

Título: Normativa Agencias de Viajes.

NORMATIVA AGENCIAS DE VIAJE	
SRI	NORMATIVA LEGAL PARA DEVOLUCIÓN DE IVA A OPERADORES DE TURISMO RECEPTIVO
	LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO
	NORMAS TRIBUTARIAS BOLETOS AÈREOS
	REGLAMENTO A LA LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO
MINISTERIO DE TURISMO	LEY DE TURISMO
	REGLAMENTO DE ACTIVIDADES TURISTICAS
	REGLAMENTO A LA LEY DE TURISMO
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS	LEY DE COMPAÑIAS

Fuente: Leyes y Reglamentos de los organismos de control.
Realizado por: Los autores



1.6 Antecedentes de la Empresa

1.6.1 Reseña Histórica.

La empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., conocida por su nombre comercial como “Concierge Travel Ecuador” fue constituida el 24 de Agosto del 2012, gracias a los aportes de los socios cuenta con un capital de \$40,000.00 dólares. Está ubicada en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay en las calles Paseo tres de noviembre 2-451 Edificio El Barranco. Concierge Travel Ecuador es una empresa turística que tiene alcance nacional e internacional, se trata de un negocio joven y cuenta con ejecutivos que han tenido gran experiencia con una fuerte trayectoria en el campo turístico.

Concierge Travel Ecuador es una empresa especializada en el ámbito de viajes y turismo. Formado por un cuerpo profesional especializado en los productos ofrecidos dispuesto a responder a todas las inquietudes respaldado de un conocimiento del mercado adquirido a través de años al servicio del pasajero.

En la actualidad el total de sus Activos asciende a \$68,851.25 dólares conformado por: efectivo y equivalentes \$12,497.38 dólares, documentos y cuentas por cobrar \$20,571.20 dólares y sus activos depreciables suman \$33,433.63 dólares entre los que se encuentran: equipos de oficina, computación, muebles y enseres, etc.

Concierge Travel Ecuador no es una empresa enfocada únicamente a la forma tradicional de hacer negocios sino que los trata desde nuevos puntos de vista que la configuran de forma diferente en el mercado: en sus operaciones locales, en la relación con sus proveedores, con los destinos y con la comunidad.

Gráfico # 3**Título: Enfoque de negocios Icopmed Travel Cía. Ltda.**

Fuente: Icopmed Travel Cía. Ltda.
Realizado por: Icopmed Travel Cía. Ltda.

Ecuador es un país que ha logrado importantes avances en su desarrollo económico y social, el turismo puede contribuir de manera definitiva a que el país cumpla sus objetivos planteados en el Plan Nacional del Buen Vivir. La empresa pretende contribuir a esta realidad a través del establecimiento de un modelo de empresa social responsable y comprometida en la que además de satisfacer los intereses comerciales se contribuya a mejorar los destinos y las poblaciones locales mediante una influencia positiva del turismo.

El compromiso de Icopmed Travel Cía. Ltda., se refleja en el concepto de la Sostenibilidad y Responsabilidad (turismo sostenible y responsable) asumiéndola desde el cuidado del planeta, de la gente (turistas y comunidad local) y por supuesto de un negocio rentable que perdure en el tiempo y que contribuya a muchas causas.

Acciones que desarrolla la empresa social-responsable:

1.- Turismo responsable.



Gráfico # 4

Título: Turismo Responsable



Fuente: Icopmed Travel Cía. Ltda.
Realizado por: Icopmed Travel Cía. Ltda.

2.- Beneficia a la población local de las siguientes maneras:

- Apoyando e impulsa sus iniciativas.
- Protege, conserva, recupera y difunde el patrimonio natural y cultural.
- Apoyando procesos sociales vinculados a los sitios de visita.
- Logrando el apoyo y el trabajo de otras organizaciones.
- Promueve la cooperación entre comunidades.
- Activa el flujo económico de la comunidad y el desarrollo económico.
- Propicia encuentros interculturales.
- Activa el diálogo social entre comunidades, agentes públicos y privados.

Bajo estos criterios, la empresa impulsa negocios que se definan con respecto a la preservación, conservación y protección de las tradiciones, además de que el turismo es una actividad fuertemente consolidada que eventualmente permite a las poblaciones que se vean involucradas, gozar de conectividad, equipamientos de salud, servicios básicos y sobre todo crea oportunidades de empleo.



La carta de presentación de la empresa son sus clientes, grandes empresas quienes han confiado para llevar a cabo las actividades correspondientes para satisfacer sus necesidades de viaje, ya sean estos por ocio o negocios, fiel testimonio de la responsabilidad asumida con un servicio de excelencia. Todas las ofertas se elaboran a través de una cuidadosa selección de hoteles y de prestadores de servicios en cada destino. (Icopmed Travel, 2013)

1.6.2 Objeto social de la empresa

La empresa se dedica a actividades de agencias de viaje, suministro de información, asesoramiento y planificación en materia de viajes, organización de excursiones, alojamiento y transporte para viajantes.

El objeto social de la compañía en lo que refiere a (INEC, págs. 154-155) en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU 4.0) indica:

CIIU N: Actividades de servicios administrativos y de apoyo

CIIU N79 Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades conexas.

Esta división comprende la venta de servicios de viajes, de viajes organizados, de transporte y de alojamiento al público en general y a clientes comerciales y la organización de paquetes de servicios de viajes para su venta a través de agencias de viajes o por los propios operadores turísticos u otros agentes, así como otros servicios relacionados con los viajes, como servicios de reservas. Se incluyen también las actividades de guías de turismo y las actividades de promoción turística

CIIU N7911 Actividades de agencia de viaje.

Actividades de las agencias de viajes dedicadas principalmente a vender servicios de viajes, de viajes organizados, de transporte y de alojamiento,



al por mayor o al por menor, al público en general y a clientes comerciales.

1.6.3 Misión, visión, y valores corporativos.

A continuación se detallan estos términos tomados del Manual de Seguridad e Higiene 2014-2015 que reposa en los documentos oficiales de la empresa:

Misión: Somos una empresa dedicada a brindar servicios turísticos, trámites legales y asesoría de viajes para la satisfacción de los clientes. Además asistimos a empresas públicas y privadas en asesoría y capacitación de proyectos turísticos.

Visión: Ser una empresa pionera en el sector turístico ofreciendo servicios innovadores. Ser reconocida por la calidad humana y profesional hacia nuestros clientes junto con nuestro aporte a la comunidad.

Valores Corporativos

Los valores corporativos que predominan en la empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., son los siguientes:

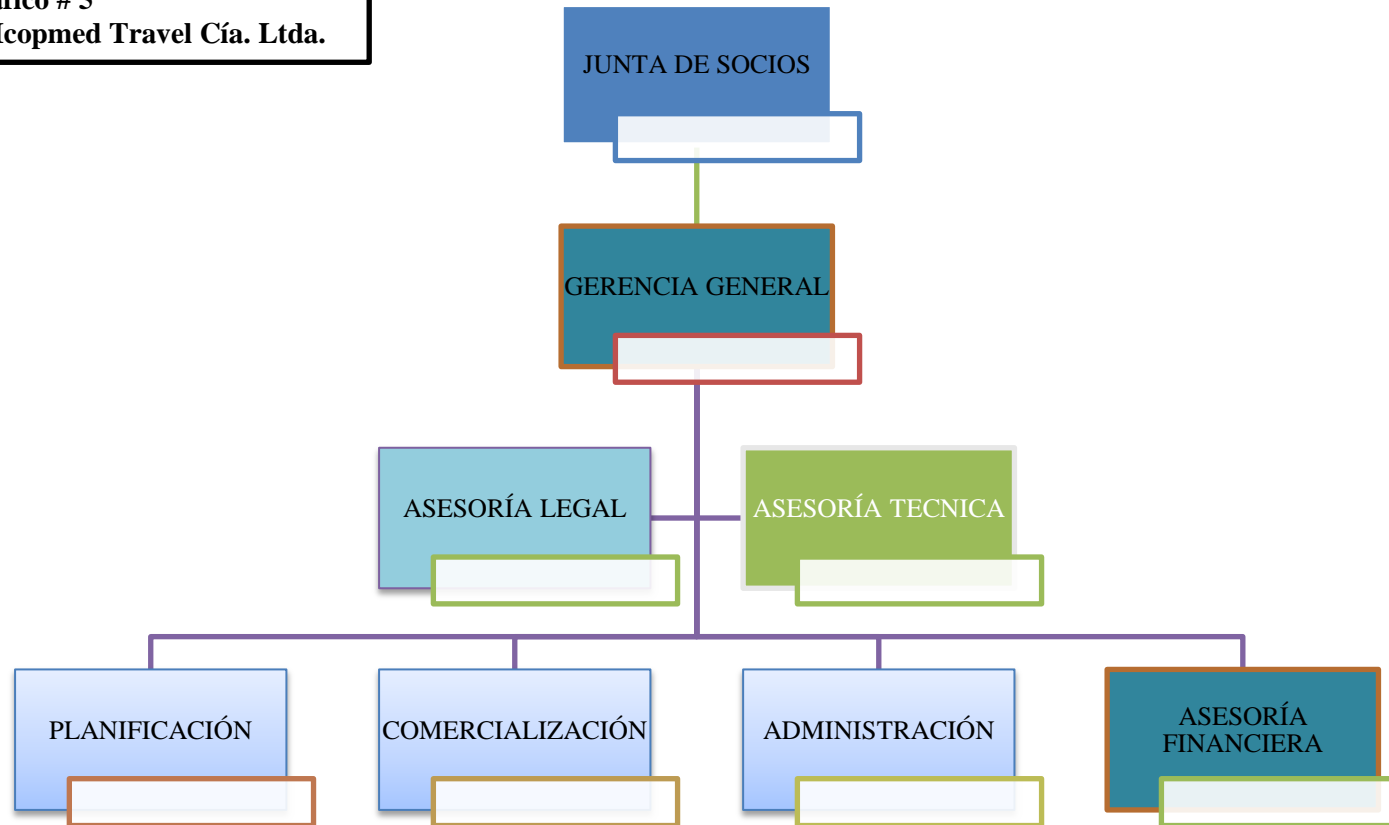
- Respeto.
- Compañerismo.
- Integridad.
- Cooperativismo.
- Cordialidad.
- Transparencia.

1.6.4 Estructura Organizacional

El siguiente organigrama es propuesto por los autores, adaptado del principal que reposa en los documentos oficiales de la empresa.



Gráfico # 5
Título: Organigrama Icopmed Travel Cía. Ltda.



Fuente: Adaptado Organigrama Icopmed Travel Cía. Ltda.
Realizado por: Los autores



1.6.5 Objetivos de la empresa

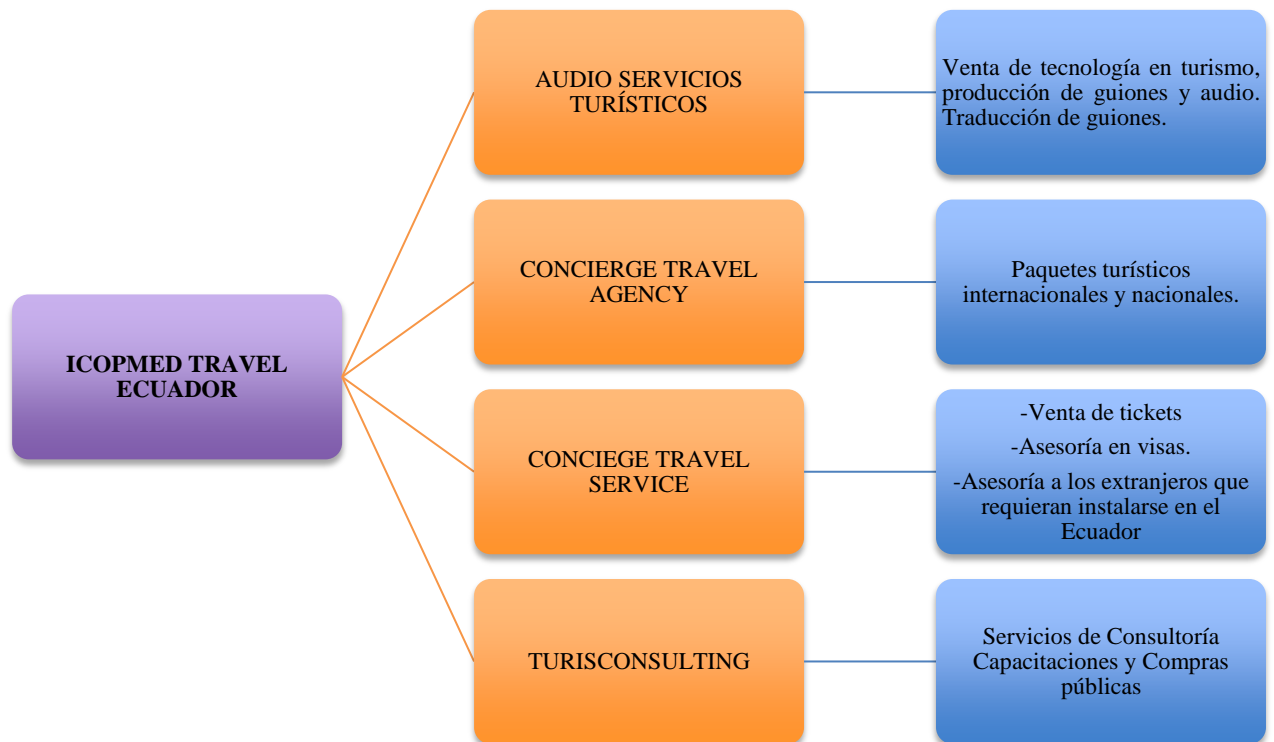
Mediante el análisis y conocimiento de la empresa se puede proponer los siguientes objetivos.

- Brindar excelentes servicios con la más alta calidad.
- Contar con la mejor innovación y diseño de los productos que se oferta.
- Ser la opción número uno en servicios turísticos para todos los clientes.
- Incursionar en el mercado internacional.

1.6.6 Líneas de Negocio.

Gráfico # 6

Título: Líneas de Negocio Icopmed Travel



Fuente: Adaptado Líneas de Negocio Icopmed Travel Cía. Ltda.
Realizado por: Los autores



1.6.7 Productos y Servicios.



Tickets Aéreos: Vuelos en las mejores aerolíneas y acumulación de millas para viajar a un sin número de destinos alrededor del mundo.



Hoteles: Selección de hospedaje en los mejores hoteles ya sea que viaje por negocios o placer.



Rent a Car: Se ofrece una gran variedad de renta de autos con cobertura a nivel mundial.



Cruceros: Contratación de cruceros hacia los destinos más



paradisíacos. **Seguros de Viaje:** Contratación de seguros para un viaje tranquilo y sin complicaciones, gracias a la cobertura de los seguros internacionales.



Asesoría en Visas: La más completa asesoría para la obtención de la visa.



CAPÍTULO 2

CONTENIDOS TEÓRICOS DEL COSTEO ABC

2.1 Definición de contabilidad

A continuación se presenta algunos conceptos de contabilidad:

Según (Zapata, 2015):

Contabilidad es un elemento de información de un ente que proporciona sobre su proclamación y la evaluación del mismo, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo.

Según (Pombo, 2011, pág. 8):

“La contabilidad es una técnica de registro de las operaciones que realiza la empresa, tratando de suministrar la información requerida de forma adecuada. El empresario lo que busca a través de la contabilidad es la información”

Según (Martínez, 2011, pág. 21):

La contabilidad es un proceso para la elaboración de información de las empresas de producción, de comercio y de servicio que comprende tres conceptos básicos:

- Causación o devengo de todas las operaciones independientemente si son en efectivo o crédito.
- Efectivo, cuando se recibe el efectivo por concepto de cartera.
- Acumulación de todos los valores causados, menos los valores recuperados.

2.2. Clasificación de la contabilidad

La contabilidad es usada por todas las organizaciones sean estas con fines o sin fines de lucro, dichas organizaciones hacen uso de las diferentes



contabilidades para lograr sus objetivos, se presenta a continuación una breve explicación sobre las organizaciones y la clasificación de estas contabilidades.

Organizaciones

La gran parte de las grandes organizaciones en sus inicios han sido locales pequeños que gracias a la perseverancia y trabajo de sus líderes han ido creciendo hasta ser ahora lo que son. En la actualidad el principal objetivo de las organizaciones a más de incrementar el patrimonio es sin duda satisfacer las necesidades de sus clientes, incrementando así su valor y aplicando este principio en la formulación de la misión de las organizaciones. (Cantu, 2008, pág. 31)

Tipos de organizaciones

No todas las organizaciones tienen entre sus objetivos la generación de utilidad, hay otras que van más allá de este esquema. Según esto las organizaciones se clasifican en (Cantu, 2008, págs. 31-32):

Tabla # 5

Título: Clasificación de las organizaciones.

Tipos de Organización	Concepto
Organizaciones Lucrativas	<ul style="list-style-type: none">• Persiguen obtener utilidad.• Prestan servicios, comercializan o manufacturan.
Organizaciones no Lucrativas	<ul style="list-style-type: none">• No persiguen obtener utilidad.• La utilidad obtenida es reinvertida en la organización.• Prestan servicios o comercializan bienes.
Organizaciones Gubernamentales	<ul style="list-style-type: none">• Se refiere al gobierno estatal.

Fuente: Adaptado de Gerardo Cantu-Contabilidad Financiera
Realizado por: Los autores

Las organizaciones en su dirección usan una o todas las contabilidades que se mencionan a continuación. Clasificación de la contabilidad:

- Contabilidad Financiera
- Contabilidad Gerencial
- Contabilidad de Costos



2.3 Definición de contabilidad financiera

“Se conforma por una serie de elementos tales como las normas de registro, criterios de contabilización, formas de presentación, etc. A este tipo de contabilidad se le conoce como contabilidad financiera, debido a que expresa en términos cuantitativos y monetarios las transacciones que realiza una entidad, así como determinados acontecimientos económicos que le afectan, con el fin de proporcionar información útil y segura a usuarios externos para la toma de decisiones. Este tipo de contabilidad es útil para acreedores, accionistas, analistas e intermediarios financieros, el público inversionista y organismos reguladores entre otros, todos usuarios externos de la información contable.” (Cantu, 2008, pág. 44)

La información obtenida de la contabilidad financiera es de gran utilidad para los gerentes al enfrentarse a la toma de decisiones en cuanto a decisiones de operación, financiamiento e inversión. (Cantu, 2008, pág. 40)

Objetivo de la contabilidad financiera

“La información financiera tiene como objetivo generar y comunicar información útil de tipo cuantitativo para la oportuna toma de decisiones de los diferentes usuarios externos de una organización económica.” Se debe mencionar que para las organizaciones lucrativas la información de la utilidad de la empresa es de gran importancia debido a la toma de decisiones a las que se enfrenta el gerente. (Cantu, 2008, pág. 60)

2.4 Definición de la contabilidad gerencial

A la contabilidad gerencial se le conoce también como contabilidad administrativa, esta contabilidad proporciona información financiera y no financiera, el principal usuario de esta información son los gerentes y administrativos de la organización ya que mediante los resultados de dicha



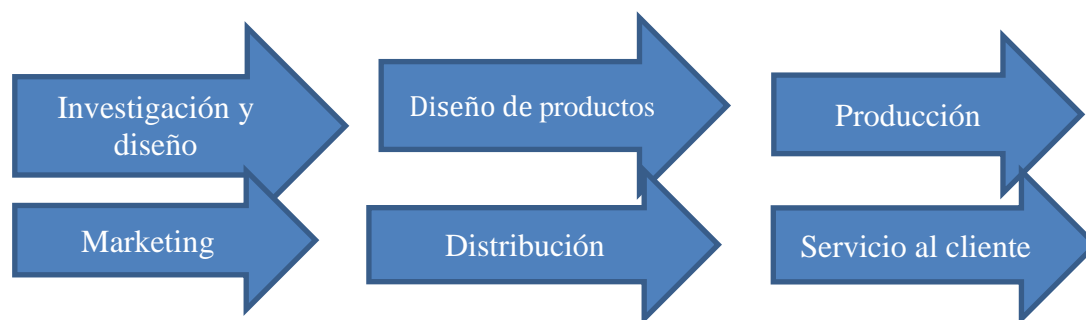
contabilidad se puede tomar decisiones para la consecución de los objetivos planteados. (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 4)

Entre uno de los principales objetivos de las organizaciones es crear valor para sus clientes y de esta manera mantenerlos anclados a sus productos, el principal punto en la creación de valor es la reducción de costos de los productos y es en este punto en donde los contadores administrativos pueden colaborar en la realización de la estrategia de reducción de costos, sin duda con la colaboración de la información proporcionada de la contabilidad administrativa. (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, págs. 4-5)

En el camino de crear un valor agregado para los clientes se identifica la cadena de valor que es el recorrido para la creación de valor de los productos, es en esta cadena de valor en donde también interviene el contador administrativo. Descripción de la cadena de valor (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 6):

Gráfico # 7

Título: Descripción Cadena de Valor



Fuente: Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial.
Realizado por: Los autores

En todas las etapas de la cadena de valor influyen los contadores administrativos para la construcción de la estrategia de producción.



Directrices de la contabilidad administrativa

Las directrices son de gran ayuda para que un gerente pueda agregar valor a su organización, estas directrices son:

1. Enfoque costo-beneficio

Esto está relacionado a nuevas inversiones o gastos que se planifican hacer dentro de la organización, el enfoque costos-beneficio habla de que no se debe realizar un gasto si de él no se espera algún beneficio mayor al desembolso inicial. Por ejemplo se puede mencionar la adquisición de un software, se debería entonces considerar la utilidad que dará a la empresa la adquisición de dicho programa. (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 12)

2. Consideraciones técnicas y de comportamiento

Básicamente la contabilidad administrativa tiene dos principales objetivos uno técnico y otro de comportamiento, el técnico hace referencia a que influye en la toma de decisiones por ejemplo entregando información sobre los costos reales y presupuestados en cada una de las partes de la cadena de valor y el objetivo de comportamiento hace referencia a la motivación que debe existir en directivos y personal de una organización por el cumplimiento de los objetivos planteados. . (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 12)

3. Costos diferentes para propósitos diferentes

Nos habla acerca que no todos los costos en los que incurre una organización deben ser tratados de la misma manera, de acuerdo al propósito del costo se dará un tratamiento contable diferente, por ejemplo se menciona el costo de publicidad de un producto, para efectos de la contabilidad financiera deberá ser registrado en el momento que se incurre con el costo pero para efectos administrativos este costo se puede amortizar o cancelarlo como un gasto directo. . (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 12)



Diferencia entre la contabilidad financiera y administrativa

Los dos tipos de contabilidades tienen como objetivo principal proporcionar información útil para la toma de decisiones, la diferencia entre las dos radica en los usuarios para los cuales está dirigida dicha información; la contabilidad financiera está dirigida a usuarios externos a la organización mientras que la contabilidad administrativa está dirigida a usuarios internos. Así también otra diferencia la encontramos en el registro de las transacciones, la contabilidad financiera registra transacciones de hechos pasados sobre los cuales ya no se puede actuar mientras que la contabilidad administrativa está dirigida al futuro, por ejemplo corregir errores que se han dado en el pasado. (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 4)

2.5 Definición de la contabilidad de costos

Contabilidad de costos es la técnica especializada de la contabilidad que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueran inherentes a su producción. (Zapata, 2015, pág. 8)

La información proporcionada por la contabilidad de costos es de gran ayuda para la elaboración de los estados financieros y para medir la utilidad de la organización.

2.6 Clasificación de la contabilidad de costos

La contabilidad de costos es aplicable a todo tipo de organización ya sea esta de comercialización, servicios o manufactura, dependiendo del tipo de organización que lo aplique existe una clasificación de la contabilidad de costos, que se menciona a continuación:



2.6.1 Costos de manufactura

“Este tipo de costos es aplicable para las industrias, es decir para las organizaciones que se dedican a la transformación de la materia prima en un producto final, siendo estas las más complejas”. (Cuevas, 2010, pág. 14). Los costos en los que se incurre para la transformación son los siguientes:

2.6.1.1 Materiales directos

Se consideran materiales directos aquellos materiales que forman parte integral del producto y que son de fácil identificación en el mismo, por ejemplo la tela con la que se confecciona una prenda de vestir, se considera material directo o materia prima. (Cuevas, 2010, pág. 14)

2.6.1.2 Mano de obra directa

La mano de obra directa se considera así cuando su costo puede ser fácilmente identificable y distribuido a los productos finales, por ejemplo como se mencionó anteriormente en la elaboración de una prenda de vestir la mano de obra directa sería la persona que confecciona dicha prenda y la mano de obra indirecta deberá ser tratada de una manera distinta, esta puede ser el costo del guardia de la fábrica. (Cuevas, 2010, pág. 14)

2.6.1.3 Costos indirectos de fabricación

Al contrario de los costos de materiales directos así como mano de obra directa, los costos indirectos son aquellos que si bien son necesarios para la elaboración del producto final no forman parte integral ni son fáciles de identificarlos en el producto final, en el ejemplo que se ha venido mencionando un costo de material indirecto es el hilo usado para la prenda de vestir. (Cuevas, 2010, pág. 15)



2.6.2 Costos operativos

Las técnicas de costeo se han extendido a diferentes áreas de la organización, ya no únicamente se centran en el área de producción, los costos operativos abarcan dos áreas que son:

2.6.2.1 Mercadeo y ventas

“Los costos en los que se incurre en mercadeo y ventas son los necesarios para dar a conocer el producto así como llevar el producto al cliente. Dentro de estos costos esta la publicidad, fletes, etc.” (Cuevas, 2010, pág. 15)

2.6.2.2 Administración

“Son todos los costos que no se pueden incluir dentro los costos mencionados anteriormente y aquí se encuentran los sueldos de ejecutivos, contabilidad, etc.” (Cuevas, 2010, pág. 15)

2.6.3 Costos del período y costos del producto

2.6.3.1 Costos del período

Estos costos están ligados al ingreso de un determinado periodo pero no se incluyen dentro de los inventarios, un claro ejemplo de este tipo de costos es el valor de las comisiones que representan un gasto que al final del periodo serán descontados de los ingresos. (Cuevas, 2010, pág. 15)

2.6.3.2 Costos del producto

Son los costos que están ligados al producto y que serán retirados al momento de la venta del mismo, por ejemplo los costos de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos son costos del producto que mientras no se vendan seguirán siendo parte del inventario de productos finales. (Cuevas, 2010, págs. 15-16)



2.7 Definición de costos

“Los costos se entienden como el valor monetario que se invierte en tres elementos: materiales, fuerza laboral y demás insumos requeridos para fabricar bienes o sus partes o para generar servicios o productos intangibles, cuya presencia beneficiosa es incuestionable.” (Zapata, 2015, pág. 16)

2.8 Importancia de los costos

Para fabricar uno o varios productos o generar servicios será necesario adquirir y poner a disposición del proceso productivo tres elementos vinculados entre sí, estos elementos son: materia prima, fuerza laboral y otros insumos. El rubro de la adquisición de estos elementos es el costo de producción por lo que para la empresa incurrir en estos costos es de gran importancia para poner en marcha su proceso productivo. (Zapata, 2015, pág. 16)

Ventajas de la contabilidad de costos (Medina, 2014, pág. 1):

- Por medio de ella se identifica el costo de los productos terminados.
- Se controlan los costos generados en cada una de las fases productivas.
- Se mide en forma apropiada la correcta utilización de los recursos materiales.
- Se establece márgenes de utilidad para productos nuevos.
- Con ella se pueden elaborar proyectos y presupuestos.
- Facilita el proceso decisorio, porque por medio de ella se puede determinar cuál será la ganancia y el costo de las distintas alternativas que se presentan, ayuda también en la comparación de costos reales frente a costos predeterminados para así corregir errores o descubrir fortalezas de la organización.
- A través de ella es posible valorar los inventarios.



2.9 Clasificación de los costos

Existen varios criterios para la clasificación de los costos, estos son:

2.9.1 Por la identidad

2.9.1.1 Costos directos

“Aquellos que son fáciles, precisos e inequívocamente asignados o vinculados con un producto, con un servicio o sus procesos o actividades.” (Zapata, 2015, pág. 17)

2.9.1.2 Costos Indirectos

“Aquellos que no son asignados con precisión y por tanto conviene tratarlos como indirectos a fin de evitar confusiones.” (Zapata, 2015, pág. 17)

2.9.2 Por el alcance

2.9.2.1 Totales

“Suma acumulada de todas las inversiones realizadas en materiales, fuerza laboral y otros servicios e insumos para producir un lote o grupo de bienes.” (Zapata, 2015, pág. 17)

2.9.2.2 Unitarios

“Se obtiene al dividir los costos totales para el número de unidades fabricadas.” (Zapata, 2015, pág. 17)

2.9.3 Por su relación con el nivel de producción

2.9.3.1 Costos Fijos

“Aquellos costos que permanecen inalterables durante un rango relevante de tiempo o nivel de producción.” (Zapata, 2015, pág. 18)



2.9.3.2 Costos Mixtos

“Aquellos elementos que tienen algo o mucho de fijo y también de variable.”
(Zapata, 2015, pág. 18)

2.9.4 Por el momento en el que se determinan

2.9.4.1 Valores históricos o reales

“En base de documentos y tablas en los que constan los precios de los elementos requeridos tendremos costos más precisos, puesto que a la par que se producen los bienes se va determinando cuánto cuesta producir.” (Zapata, 2015, pág. 18)

2.9.4.2 Valores predeterminados

“De esta forma tendremos costos algo razonables calculados por anticipado. Se usan aproximaciones que harán los costos algo imprecisos, aunque seguían considerándose normales.” (Zapata, 2015, pág. 18)

2.10 Centros de responsabilidad

Un centro de responsabilidad es un conjunto de actividades y recursos asignados a un administrador, grupo de administradores u otros empleados, estos centros tienen metas y acciones múltiples que vigilan el sistema de control administrativo. (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 385) .Se clasifican en:

2.10.1 Centro de costos

Centro de responsabilidad en que los administradores sólo son responsables de los costos. Un solo centro de costos puede agrupar a un departamento completo, o un departamento puede contener varios centros de costos. Por ejemplo, aunque un administrador supervise un departamento de ensamblado, éste puede contener varias líneas de montaje y considerar a cada una como un centro de costo por separado. Del mismo modo, en cada una de las líneas



cada máquina puede ser un centro de costo. (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 385) .Son centros acumuladores del costo.

2.10.2 Centro de utilidades

“Son responsables tanto los ingresos como de los costos (o gastos), es decir de la rentabilidad.” (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 385)

2.10.3 Centro de inversión

“Agrega la responsabilidad de las inversiones a las de un centro de utilidades. El éxito del centro de inversión depende tanto de las utilidades como del capital invertido, quizá medido por la razón del ingreso al valor del capital empleado.” (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 385)

2.11 Tipos de sistema de costeo

2.11.1 Costos por procesos

La característica de la asignación de costos por procesos es que se aplica cuando se produce productos similares de forma masiva, sobre bases más o menos continuas. Este tipo de costo se da en las fábricas industriales químicas, procesamiento de alimentos, farmacéutico y petrolero entre otras. (Cuevas, 2010, pág. 70)

La atención se dirige a los procesos es decir dentro de un periodo determinado se acumulan por procesos o departamentos los costos de materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, por ejemplo los costos de materia prima, mano de obra, y costos indirectos de fabricación se utilizan en el proceso de fabricación, cuando estos terminen de fabricarse se trasladará tanto las unidades como los costos al siguiente departamento de ensamble, y así durante los procesos productivos que cada organización maneje. (Cuevas, 2010, pág. 70)



Procedimientos básicos para el costeo por procesos

Los procedimientos a seguir en la asignación de costos por procesos son los siguientes (Cuevas, 2010, págs. 71-72):

- Acumular los tres elementos del costo (materia prima, mano de obra, y costos indirectos de fabricación) para cada uno de los departamentos.
- Seguir el flujo a las diferentes unidades con su clasificación adecuada por departamento.
- Calcular las unidades equivalentes por departamentos.
- Determinar el costo unitario para cada elemento del costo por departamento.
- Asignar y transferir correctamente los costos a las diferentes unidades terminadas en cada departamento.
- Asignar los costos a los inventarios de productos en proceso

La asignación de los costos a los productos terminados o a los productos en proceso es la meta final de todo tipo de sistema de costos, en este sistema los costos unitarios se calculan por cada componente del costo y son usados para asignar los costos a las unidades equivalentes a terminadas, incluyendo también el inventario de productos terminados o productos en proceso. (Cuevas, 2010, pág. 74)

El formato básico para la asignación de los costos en un sistema por procesos consta de dos partes: la primera es el flujo físico que consta de registrar y conciliar en términos de unidades físicas, posterior a este está el flujo de los costos los cuales deben ser conciliados, estos incluyen todos los costos asignados a la producción.

2.11.2 Costos por órdenes de producción

“Este sistema de costos se aplica en aquellas organizaciones que producen diferentes productos con diferentes procesos y órdenes de producción, dentro de estas organizaciones encontramos a las imprentas, industria de muebles,



fabricación de herramientas y algunas empresas de servicios.” (Cuevas, 2010, pág. 168)

Por el giro de negocio de este tipo de organizaciones es necesario que se puedan asignar los costos de manera independiente de acuerdo a cada orden de producción, a diferencia del sistema por procesos el sistema de por órdenes de producción presenta algunas dificultades al momento de la asignación de los costos ya que ahora no es solo dividir los costos totales para miles de unidades producidas sino se debe dividir los costos totales para unas pocas y distintas unidades. (Cuevas, 2010, pág. 168)

Característica del sistema por órdenes de producción

Las características de este sistema de costeo son:

- Condiciones de producción flexible.
- Control analítico.
- Producción por lotes.
- Costos individualizados.

Ventajas del sistema por órdenes de producción

- Dar a conocer el costo de cada artículo a detalle.
- Se conoce la utilidad o pérdida de cada orden de trabajo.
- Se conoce la producción en proceso sin la necesidad de estimar la cantidad y los costos. (Màximo, 2014)

Es importante mencionar que independientemente si se trata de sistema por procesos o sistema por órdenes de producción es necesaria la determinación de algún tipo de promedio que servirá al momento de la asignación de los costos a los productos. (Cuevas, 2010, pág. 168)



Asignación de los elementos del costo a los productos

Materia prima directa

El proceso inicia con el envío de bodega de los materiales hacia la línea de producción, esto mediante órdenes de requisición, el volumen de las materias primas se van asignando directamente a los productos que van produciéndose y los materiales indirectos se van acumulando no se asignan a las órdenes de producción. (Cuevas, 2010, págs. 168-169)

Mano de obra directa

Esta de igual manera que las materias primas se van asignando directamente a cada orden de producción, y la mano de obra indirecta se va acumulando y no se asignan directamente a las órdenes de producción. El registro de la mano de obra generalmente se contabiliza mediante tarjetas de tiempo. (Cuevas, 2010, pág. 170)

Costos indirectos de fabricación

La asignación de los costos indirectos a las unidades de producto resulta una tarea mucho más difícil que las anteriores. Por todo esto la asignación de estos costos a las órdenes de producción se lo realiza mediante una forma base que permita su asignación a esto se le conoce como una tasa de costos indirectos predeterminada. (Cuevas, 2010, págs. 170-171)

2.11.3 Costeo ABC (Activity Based Costing)

El costeo basado en actividades (ABC) es una metodología que mide el costo y el desempeño de actividades, recursos y objetos de costo. Los recursos se asignan primero a actividades; después, los costos de las actividades se asignan a los objetos de costo según su uso. (Cuevas, 2010, pág. 352)

El modelo ABC se presenta como una herramienta de análisis del costo y seguimiento de actividades, se concentra en actividades individuales como objetos de costo fundamentales. El modelo permite medir con más exactitud



cómo los diferentes productos o servicios utilizan los recursos de la organización.

Los principios sobre los cuales está basado el ABC son los siguientes (Sánchez Barraza, 2013):

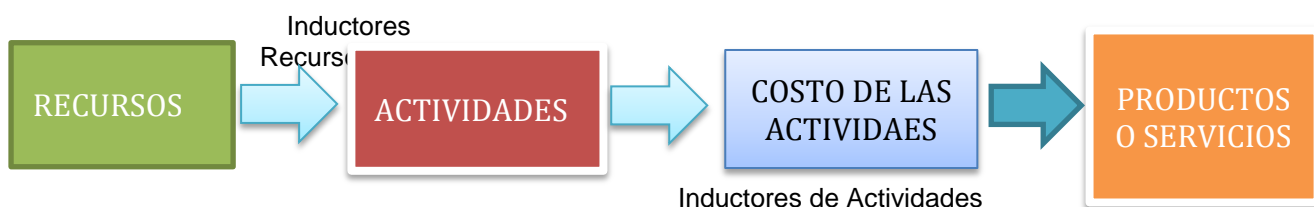
- No son los productos los que consumen los recursos de la empresa sino las actividades.
- Los productos consumen actividades.
- La gran mayoría de los costos (gastos) indirectos se consideran generalmente como fijos.
- No varían según los volúmenes de producción sino según los niveles de las actividades.

Los sistemas ABC identifican las actividades de todas las funciones de la cadena de valor, calculan los costos de las actividades individuales y asignan los costos a los objetos de costos, como los productos y servicios, con base en la mezcla de actividades necesarias para producir cada producto o servicio. (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 146).

Por tanto este sistema busca una asignación de los costos a cada actividad mediante inductores de costos que van a depender de cada actividad y la manera que consumen costos durante todo el proceso productivo para llevar a cabo el producto o servicio final.

Gráfico # 8

Título: Relación de los componentes del método ABC



Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



Ante la variedad de productos o servicios ofertados por las empresas es necesario que los costos indirectos sean distribuidos correctamente por lo que el costeo ABC se convierte en el sistema ideal para lograr la asignación de los costos indirectos, permitiendo que se tomen decisiones sobre la fijación de precios, mezclas de productos y mejorar el proceso productivo, dando una visión más clara de los costos de sus operaciones.

2.11.3.1 Definición de costeo ABC

Sistema que primero acumula los costos indirectos para cada una de las actividades del área cuyo análisis de costos se realiza y después asigna los costos de las actividades a los productos, servicios y otros objetos de costo que requiera actividad. (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 141)

2.11.3.2 Importancia del sistema de costos ABC

Durante varios años las organizaciones han dado gran importancia a contar con un sistema de costos que les ayude a tomar decisiones acertadas. Los costos representan una herramienta fundamental para el crecimiento de un negocio, es por esto que se ha ido renovando los sistemas de costos, en la antigüedad sólo se contaba con ciertos sistemas enfocados hacia una sola rama y debido a los distintos giros y evolución de los negocios se han ido implementando nuevos sistemas.

Si bien los costos se los relaciona directamente con empresas manufactureras e industriales, las empresas que prestan servicios también incurren en costos y aquí su importancia de contar con un sistema ideal que le permita asignar correctamente los costos a los servicios que prestan y así lograr los objetivos que se plantean.

El ampliamente difundido de los sistemas ABC en las compañías de servicios y comerciales refuerzan la idea de que los gerentes los utilizan para la toma de decisiones estratégicas, en vez de emplearlos para la valoración de los inventarios. (La valoración del inventario es bastante sencilla en las compañías



comerciales y no es necesaria en las compañías de servicios.) Las empresas de servicios, en particular, encuentran mucho valor en un sistema ABC, ya que una vasta mayoría de su estructura de costos incluye los costos indirectos. Después de todo, hay pocos costos directos cuando un banco hace un préstamo o cuando un representante responde una llamada telefónica en un call center. Como hemos visto, un beneficio importante de los sistemas ABC es su capacidad para asignar sus costos indirectos a los objetos de costos, mediante la identificación de las actividades y los generadores de costos. En consecuencia los sistemas ABC brindan mejores nociones que los sistemas tradicionales para la administración de los costos indirectos. En las compañías de servicios y en las compañías generales, el enfoque general para los sistemas ABC es similar al enfoque del ABC de la manufactura. (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 159)

El modelo ABC brinda total confianza al momento de costear los productos o servicios debido a la mayor exactitud que tiene la asignación de los costos indirectos mediante el análisis de los inductores de costos para cada actividad, teniendo como resultado un costo más preciso de los bienes o servicios evitando así una sobreestimación o subestimación del producto.

Se puede definir estos términos de la siguiente manera:

Sobreestimación del producto: (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 140)

“Un producto consume un bajo nivel de recursos, pero se reporta que tiene un costo alto por unidad”

Subestimación del producto: (Horngren, Datar, & Rajan, 2012, pág. 140) “Un

producto consume un alto nivel de recursos, pero se reporta que tiene un costo bajo por unidad”

Estos dos conceptos son clave para la toma de decisiones porque al momento de incurrir por ejemplo en la sobreestimación los precios de los productos pueden estar elevados y perdiendo competitividad en el mercado y si por el



contrario existe una subestimación pueden tener precios bajos y tener ventas aparentemente elevadas pero generando pérdidas, el modelo ABC ayuda a terminar con esto mediante una asignación segura de los costos indirectos y logrando tener productos que puedan establecerse y competir en el mercado.

2.11.3.3 Características:

Las principales y las más relevantes características del sistema basado en actividades resumidas a continuación:

- Es un modelo de costos completo en el que todos los costes directos e indirectos se asignan a los productos o servicios.
- Considera costos y gastos como recursos.
- Tiene una visión de la empresa como un conjunto de actividades.
- Asigna costos a los productos en base al consumo de las actividades.
- Utiliza distintas mediciones de costos para cada actividad, sin basarse en una sola medida.
- La asignación de los costos directos es inmediata.
- Permite obtener información de medidas financieras y no financieras.
- Permite conocer el flujo de las actividades.
- Elimina actividades que no agregan valor.
- Evita la subestimación y sobreestimación de los productos.
- Determina costos unitarios estándares más exactos y oportunos de los productos y tiene como base el concepto de cadena de valor.
- Satisface necesidades de usuarios internos y externos

2.11.3.4 Objetivos

Para (Zapata, 2015, pág. 307) Los objetivos fundamentales del costeo basado en actividades son:

- Obtener información precisa sobre el costo de las actividades y procesos de la empresa optimizando el uso de los recursos y orientando a la organización hacia el mercado.



- Ser una medida de desempeño que permita mejorar los objetivos de satisfacción y eliminar el desperdicio en actividades operativas y administrativas.
- Proporcionar información para la planeación del negocio, determinación de utilidades, control y reducción de costos y toma de decisiones estratégicas.
- Integrar toda la información necesaria para llevar adelante la empresa. Así, las organizaciones pueden extender la administración de costos para que reflejen las actividades mediatas como fabricación, ventas, finanzas, procesos, etc.

Estos objetivos llevan a la alta gerencia a tener una visión general del papel tan importante que juegan todos los departamentos de una organización en el proceso productivo y tener plena confianza que los resultados que arroja el sistema son reales y verídicos, libre de alguna manipulación posible.

Cada uno de estos objetivos facilita a las empresas a tomar decisiones basadas en información oportuna, encaminando a las compañías a alcanzar el éxito deseado y poder hacer frente ante cualquier adversidad que se le presente.

2.11.3.5 Ventajas del Costeo ABC

- Es muy comprensible para los usuarios de la información. (Zapata, 2015, pág. 325)
- Facilita las mediciones financieras y no financieras. (Zapata, 2015, pág. 325)
- Facilita la evaluación de las actividades. (Zapata, 2015, pág. 326)
- Brinda más confianza en los márgenes de utilidad de los productos o servicios individuales. (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 148)
- Mejora la cadena de valor.
- Mejor control y asignación de los costos indirectos.
- Permite tener una visión estratégica y global de las incidencias de las actividades en cada tipo de producto. (Echeverría)



- Genera oportunidades para aumentar las utilidades de la organización. (Echeverria)
- Identifica actividades que realmente agregan valor y las que no lo hacen. (Echeverria)
- Permite el rediseño de procesos de la empresa. (Echeverria)

2.11.3.6 Desventajas del Costeo ABC

- Son más complejos y más costosos que los tradicionales (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 148)
- Fuerte inversión para la marcha del proyecto en cuanto a diseño, implementación y mantenimiento. (Zapata, 2015, pág. 326)
- El modelo ABC utiliza únicamente información histórica. (Zapata, 2015, pág. 326)
- La búsqueda, identificación y selección de los inductores de costo no son fácil de determinar. (Sánchez Barraza, 2013)
- Se necesita un compromiso real de la alta dirección y la participación de cada una de las unidades organizacionales para tener metas compartidas. (Echeverria)
- Este sistema requiere ser revisado continuamente para verificar que los recursos consumidos por las actividades permanezcan constantes. (Echeverria)

2.11.3.7 Componentes del Costeo ABC

(Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 151) “Los componentes clave de un sistema contable basado en actividades son los objetivos de costo, actividades clave, recursos y causantes de costos relacionados.”

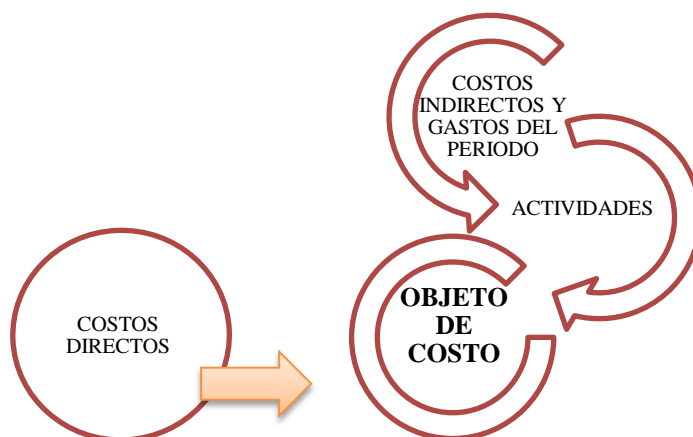
2.11.3.7.1 Objeto del costo

Para (Zapata, 2015, pág. 311) “Es un elemento final para el cual se desea una acumulación de costos, es decir, es todo aquello que queremos medir por su costo final o provisional.”

1. “Son objetos finales de costos los productos o servicios que una empresa suministra a sus clientes.” (Zapata, 2015, pág. 311)
2. Son objetos provisionales aquellos cuyos costos se acumulan para luego ser imputados en todas las direcciones dentro de la empresa: esta misma empresa tiene un departamento de ingeniería a través del cual se desarrolla un proyecto de investigación técnica. El costo de este estudio se acumulará como provisional si este producto se usa para potenciar la producción, pero deberá ser costo final si esta investigación se pone a la venta. (Zapata, 2015, pág. 311)

Gráfico # 9

Título: Asignación objeto del costo



Fuente: Adaptado de Contabilidad de Costos. Pedro Zapata
Realizado por: Los autores

Los objetos de costos son los productos o servicios que toda empresa pone a la venta a sus clientes, y que durante todo los procesos de la cadena de valor van acumulando costos, es decir su portafolio de productos y servicios.

Ejemplos de objetos de costos:

- Paquetes turísticos.
- Computadores.



- Televisores.
- Servicios Profesionales.
- Servicios de mensajería.
- Muebles y enseres.
- Vehículos.
- Seguridad.
- Internet.
- Servicios Básicos.
- Suministros de ferreterías.
- Bebidas y similares.
- Servicios financieros.

2.11.3.7.2 Actividad

Para Ramírez, citado por (Zapata, 2015, pág. 309) actividad es: “Conjunto interrelacionado de operaciones o tareas propias de una empresa que a su vez constituyen una cadena de valor que conforma los procesos que utilizan recursos y los transforman para obtener un producto o servicio”

Para (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 14) se define a la cadena valor como “Conjunto de funciones o actividades de negocios que agregan valor a los productos o servicios de una organización”.

Estas actividades son las siguientes (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 14):

- **Investigación y desarrollo:** la generación y experimentación con ideas relacionadas con productos, servicios o procesos nuevos.
- **Diseño de productos, servicios o procesos:** diseño e ingeniería detallados de los productos.
- **Producción:** coordinación y ensamble de recursos para obtener un producto o proveer un servicio.
- **Marketing:** forma a través de la que los individuos o grupos conocen el valor y las características de los productos o servicios.



- **Distribución:** mecanismo por medio del que una compañía lleva los productos o servicios al consumidor.
- **Servicios al consumidor:** actividades de apoyo que se proporcionan al consumidor.
- **Funciones de apoyo:** actividades de ayuda que se proporcionan a otras funciones internas del negocio (por ejemplo, sistema de información administrativa, contabilidad, etc.)

Dentro de este componente se debe tener en cuenta los costos con valor agregado y los costos que no agregan valor. Según (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 147) se los puede definir de la siguiente manera:

1. **Costo con valor agregado:** es el costo de una actividad que una compañía no puede eliminar sin afectar el valor que tiene un producto para el cliente. Los costos con valor agregado son necesarios (en tanto la actividad que genera dichos costos se realice con eficiencia)
2. **Costos que no agregan valor:** son los que una compañía puede eliminar sin afectar el valor que tiene un producto para el cliente. Ejemplos: manejo y conservación de inventarios, transporte de productos parcialmente terminados de un sitio a otro de la planta son actividades que no agregan valor y la compañía puede reducir o eliminar.

Las actividades pueden clasificarse de la siguiente manera:

1. Por la frecuencia
 - a) **Recurrente:** realizada por la organización sobre una base continua, éstas se componen de una entrada, una salida y un producto. Normalmente afectan a un solo departamento.(Zapata, 2015, pág. 311)
 - b) **Periódica y eventual:** ocurren una vez, específicamente en proyectos únicos y regularmente afectan a varios departamentos. (Zapata, 2015, pág. 311)



2. Por la importancia

- a) **Primarias:** contribuye directamente a la misión de un departamento o una unidad organizativa. (Zapata, 2015, pág. 311)
- b) **Secundarias:** apoya a las actividades primarias. Son actividades de carácter general que se convierten en recursos consumidos por actividades primarias. (Zapata, 2015, pág. 311)

Ejemplos de actividades:

- Facturación.
- Adquirir materiales.
- Selección del personal.
- Llamadas telefónicas.
- Recuperación de documentación.
- Cobranzas.
- Emisión de cheques.
- Transferencias bancarias.
- Actividades de publicidad.
- Reuniones.
- Viajes.
- Registro de documentación.
- Visitas clientes.
- Visitas proveedores.

2.11.3.7.3 Recursos

Aquellos factores costeables de la producción, que permiten la ejecución de una actividad específica. Ejemplo: materiales, fuerza laboral, tecnología, suministros, sistemas de información, seguros, utilización real de activos fijos (terrenos, planta, muebles, maquinaria, equipos, herramientas, enseres, vehículos), repuestos, capacidad administrativa y de ventas. Los recursos tienen un costo, es decir, un valor monetario para efectos de asignarlos entre las actividades. (Zapata, 2015, pág. 308)



Los recursos tienen costos y son usados para generar actividades para llevar a cabo el producto o servicio final, se puede mencionar dos tipos de recursos:

1. **Recursos específicos:** aquellos plenamente identificables por la actividad y asignables a ella en forma inequívoca. (Zapata, 2015, pág. 308)
2. **Recursos comunes:** aquellos compartidos por varias actividades por lo cual es algo complicado rastrearlos a una actividad específica, por tanto se los debe asignar a cada uno utilizando algún cost driver apropiado. (Zapata, 2015, pág. 308)

Ejemplos de recursos:

- Arriendos.
- Alimentación del personal.
- Instalaciones físicas.
- Bodegas.
- Maquinarias, equipos.
- Vehículos.
- Servicios básicos.
- Combustibles.
- Suministros de oficina.
- Seguros.

2.11.3.7.4 Inductores de Costos (Cost Drivers)

(Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 45) Define a los inductores de costos como “Cualquier medición de una salida que ocasiona costos (es decir, que provoca el uso de recursos costosos)”

Estos inductores son similares a las tasas predeterminadas que se conocen normalmente, pero con la diferencia que en el sistema de costos ABC no sólo se basa en una tasa para asignar los costos indirectos, sino que, analiza los recursos que consumen las actividades e identifica el inductor ideal para su costeo.



Los parámetros de los inductores de costos deben cumplir tres condiciones (Zapata, 2015, pág. 312) :

- Constantes, es decir que deben permanecer dentro de un lapso de tiempo específico a fin de efectuar comparaciones de costos de un periodo a otro.
- Oportunos, es decir responder a las exigencias del momento
- Perfectamente medibles, puesto que a través de ellos se harán las asignaciones a las actividades o entre los productos u objetos de costo.

Los inductores de costos pueden ser de dos tipos:

1. **Inductores de recursos:** tiene en cuenta el volumen de actividad. Ejemplo: horas máquina. (Poma Sanchez, 2012)
2. **Inductores de actividad:** miden la intensidad de uso de una actividad, para obtener un producto. Ejemplo: cantidad de pedido de clientes. (Poma Sanchez, 2012)

El costeo ABC reconoce actividades, costo de las actividades y guías de asignación de estas actividades a diferentes niveles de agregación, dentro del medio productivo. Los cuatro niveles son los siguientes:

1. **Nivel unitario:** son los costos que aumentan si una nueva unidad se produce, se les puede asignar exactamente a las unidades en proporción al volumen. (Cuevas, 2010, pág. 352)
2. **Nivel de lote:** estos costos se causan por el número de lotes producidos y vendidos que pueden existir dentro o fuera de la función de producción. (Cuevas, 2010, pág. 352)
3. **Nivel de producto:** son los costos incurridos para soportar el número de los diferentes productos elaborados. (Cuevas, 2010, pág. 352)
4. **Nivel de planta:** son los costos de mantener un nivel de capacidad dado. (Cuevas, 2010, pág. 352)



A continuación algunos ejemplos de inductores de costos:

Inductores de Recursos

- Horas máquina.
- Horas hombre.
- Área ocupada en metros cuadrados.
- Horas de mantenimiento.
- Kilómetros recorridos.

Inductores de Actividad

- Número de hojas impresas.
- Cantidad de órdenes de compra emitidas y cumplidas.
- Cantidad de productos elaborados.
- Número de quejas resueltas.
- Cantidad de facturas a procesar para pago a proveedores.
- Número de consultas específicas.

2.11.3.8 Etapas para implementar y organizar el sistema de costos ABC

Según (Zapata, 2015, págs. 316-319) se puede mencionar las siguientes etapas:

2.11.3.8.1 Etapa Previa: definición y organización.

En esta etapa se define la factibilidad y la puesta en marcha de un modelo ABC mediante el análisis de los siguientes puntos:

- a) Determinar si es factible poner en marcha el proyecto ABC.

Para implementar un sistema de costos ABC la empresa debe contar con condiciones que justifiquen el inicio del proyecto como: costos indirectos que sean representativos y que contribuyan en gran proporción al costo total, contar con diversidad de productos y diversas actividades que se lleven a cabo para dejar el producto o servicio listo para su comercialización. (Zapata, 2015)



b) Definir el alcance del proyecto.

Para definir el alcance del proyecto se debe conocer claramente el concepto de la cadena de valor que según (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 14) la definen de la siguiente manera “La cadena de valor es el conjunto de funciones o actividades de negocios que agregan valor a los productos o servicios de una organización.”

Con el concepto claro, el alcance puede empezar desde las primeras funciones de negocios hasta las finales, e irá complementando cada una de éstas mediante el modelo ABC. (Zapata, 2015)

c) Organizar el equipo encargado del proyecto ABC.

Todo el equipo de trabajo tiene que estar comprometido siendo la cabeza del grupo la gerencia general para que se desarrolle de una manera fluida la implementación y cumpliendo a cabalidad todas las acciones y decisiones que necesite el proyecto. (Zapata, 2015)

d) Capacitar debidamente a los miembros del equipo en el modelo ABC.

Es muy importante que las personas que conforman el equipo de trabajo tengan conocimientos sobre el sistema de costos ABC para que su implantación sea la correcta, y si en caso no la tuvieren, es recomendable que se los capacite mediante cursos o similares para obtener mejores resultados. (Zapata, 2015)

e) Socializar las ventajas a fin de comprometer a los miembros de la empresa.

Lo que garantizará el éxito de la implementación será comunicar a todos los que conforman la empresa las ventajas que se obtendrá mediante el modelo ABC y cómo ayudará al mejoramiento productivo, de esta manera habrá responsabilidades compartidas que contribuirá en la aplicación del sistema. (Zapata, 2015)



2.11.3.8.2 Etapa de implementación y mantenimiento

Esta etapa se refiere netamente en la aplicación del sistema para lo que es necesario de los siguientes pasos:

a) Conocimiento preliminar de los procesos y estructura del costo.

En este paso se planifica la implementación mediante la resolución de las inquietudes que se tenga por parte del equipo de trabajo, las inquietudes giran entorno de las siguientes preguntas según (Zapata, 2015):

- ¿Cuál es la estructura actual del costo bajo los sistemas tradicionales u otra base aproximada?
- ¿Qué tiempo demanda la puesta en marcha del proyecto?
- ¿El beneficio económico en el largo plazo será mayor que el costo de puesta en marcha y el mantenimiento?
- ¿Cuánto costará la implementación del modelo?
- ¿Tiene una idea de la magnitud de procesos y actividades de la empresa?
- ¿Conoce el surtido de productos y la complejidad del proceso productivo?

La resolución de estas preguntas será la base para la planificación debido a que se entenderá de forma clara alcance, amplitud, riesgos y la complejidad del estudio. (Zapata, 2015)

b) Levantamiento y análisis de los procesos y las actividades.

En esta etapa se debe saber quién, cuánto y cómo se hacen las distintas tareas de la organización, a través de cuestionarios, encuestas, observación, grabaciones de audio y demás para obtener información relevante y completa. Se debe llevar a cabo las siguiente acciones en esta fase: (Zapata, 2015)

- Inventario y flujo de actividades: se debe detallar cada paso en el proceso de manufactura desde la recepción de materiales hasta que el producto es totalmente terminado y vendido, en donde se deberá analizar todas las operaciones realizadas en las distintas áreas, luego de



agrupar e interrelacionar las tareas se establecen las actividades requeridas para producir, administrar y comercializar los productos.

(Zapata, 2015)

- Analizar las actividades: las actividades son analizadas a fin de identificar las que agregan valor o no. (Zapata, 2015)

c) Seleccionar las actividades a ser costeadas.

Se estima que en una empresa mediana se cumplen alrededor de 50 a 100 actividades, en una grande entre 100 a 250. Por lo visto el proceso de costeo en tal número de actividades es materialmente imposible, por lo tanto se identificará el 20% de las actividades que consumen aproximadamente el 80% de los recursos, a estas actividades se denominarán relevantes y son las que vamos a costear. (Zapata, 2015, pág. 319)

d) Identificar los recursos invertidos.

El sistema contable actual bajo NIIF, igual que en el pasado opera mediante un proceso, de éste se obtiene los saldos de las cuentas. Se tomarán aquellos de las partidas que denotan costos de producción y gastos que ha de direccionarse a los productos finales. Del análisis objetivo de cada rubro se determinará si es un recurso directo o no. (Zapata, 2015, pág. 319)

e) Asignar los recursos directos a los objetos de costo.

Aquellos rubros perfectamente rastreables, es decir materiales, fuerza laboral y si es del caso algún servicio adicional que inequívocamente se incorporan a los objetos de costo pasaran a formar parte de los denominados costos directos, a los que más tarde se deben agregar los costos indirectos asignados desde las actividades. (Zapata, 2015, pág. 319)

f) Asociación de los recursos indirectos con las actividades.

Es importante asociar los recursos que consumen cada actividad para lo que debemos identificar claramente los recursos específicos y comunes para que la



asociación sea precisa, si el rubro es un costo indirecto común debe ser asignado entre todas las actividades y si es específico se asignará a la actividad que la requirió y consumió. (Zapata, 2015, pág. 322)

g) Asignación del costo de las actividades a los productos finales.

Se logra mediante la identificación y el uso de inductores o cost drivers. Éste es un factor que sirve para conducir los costos de cada actividad hacia los productos finales que fueron los usuarios. (Zapata, 2015, pág. 322)

h) Determinación de costos totales.

Se suma todos los costos asignados sean directos e indirectos.

i) Uso de los resultados de costeo ABC

Tan pronto se disponga de la información sobre los costos de las actividades, será menester analizarlos a la luz de los costos del pasado inmediato o bien con los precios que se pagaría si se externalizara la actividad. De otro lado, se pueden obtener datos respecto al costo de dicha actividad por unidad del producto. (Zapata, 2015, pág. 323)

j) Análisis de los costos totales de los objetos del costo.

Se debe iniciar el análisis de los datos, mediante comparaciones con costos del pasado o bien con costos de la competencia y con costos estándares establecidos mediante este mismo modelo. (Zapata, 2015, pág. 324)

2.11.3.9 Comparación del sistema tradicional y el costeo ABC

Según (Cuevas, 2010, pág. 352) “(...) La principal diferencia entre los dos métodos se relaciona con la naturaleza y el número de las guías de costos usadas. (...)”

Una gran diferencia entre los sistemas es el grado de asignación a través de la cadena de valor. Los sistemas tradicionales asignan sólo costos indirectos de producción a los productos. Éstos son los únicos costos que pueden agregarse al valor del inventario de un producto para propósitos de informes financieros,



es normal que no se asignen los costos de otras funciones de la cadena de valor. Los sistemas de costeo basado en actividades por el contrario se centran en los costos que son importantes para quienes toman decisiones y es frecuente que expandan la asignación de los costos más allá de la producción, a procesos, como el diseño, el marketing, servicio al cliente, etc. (Horngren, Sundem, & Stratton, 2006, pág. 141)

Generalmente en el costeo tradicional se maneja una sola tasa predeterminada para asignar los costos indirectos lo que limita la exactitud de su distribución, mientras que el costeo ABC asigna los costos indirectos basándose en los denominados inductores de costos que son específicos para cada actividad logrando así la correcta distribución de los costos, alcanzando costos precisos.

El costeo ABC tiene una visión general de la empresa en actividades y cómo estas consumen recursos, es decir se preocupan de ¿cómo se gastan los recursos?, distinto de la visión del costeo tradicional que se preocupa de ¿qué se gastó? (Ramis, Neriz, Cepeda, & Rosales , 2001)

Tabla # 6

Título: Diferencias entre Costeo Tradicional y Costeo ABC

COSTO TRADICIONAL	COSTO ABC
Divide los gastos de la organización en costos de fabricación, los cuales son llevados a los productos en gastos de administración y ventas.	Los costos de administración y ventas son llevados a los productos.
Por lo general utiliza un criterio de asignación de los costos indirectos a los centros de costos, el cual generalmente no es revisado con frecuencia.	Los gastos de los centros de costos son llevados a las actividades del departamento, los cuales son entonces asociados directamente a los productos.
Utiliza normalmente apenas un criterio de distribución de los costos de fabricación a los productos, generalmente horas hombre, horas máquinas trabajadas o volúmenes producidos.	Utiliza varios factores de asociación, buscando obtener el costo más real y preciso posible.
Facilita una visión departamental de los costos de la empresa, dificultando las acciones de reducción de costos.	Facilita una visión de los costos a través de las actividades, haciendo posible direccionar mejor las acciones en donde los recursos de la empresa son realmente consumidos.

Fuente: Adaptado de Dr. Cesar Mayorga Abril, Mg-Gerencia Estratégica de Costos (Mayorga)

Realizado por: Los autores



CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN ACTUAL Y DESARROLLO DEL DISEÑO DE COSTEO ABC

Uno de los requisitos para la aplicación del sistema de costos propuesto es la existencia de costos indirectos elevados y la empresa objeto de estudio, muestra para el año 2015 sus costos indirectos y gastos con un valor de \$76,694.13 dólares abarcando un porcentaje del 31% del total de costos y gastos. Ver anexo 2. Para el primer semestre del 2016, el cual será base de análisis, se presentan costos indirectos y gastos que alcanzan el 25% del total de los mismos. Ver tabla Nro. 7. Para el control y distribución de los mismos la empresa no tiene un sistema de costeo establecido.

El sistema de costeo que se propone será factible aplicarlo a la empresa por sus costos indirectos representativos y variedad de servicios. Para establecer el sistema de costos ABC en la empresa, se trabajará levantando un sistema de costos tradicional, de esta manera se podrá comparar los resultados.

La empresa cumple con los procesos de una cadena de valor para generar valor a sus servicios, pero esta no se encuentra claramente establecida en la empresa, por lo que se trabajará en establecer la misma.

3.1 Identificación de productos y servicios

La empresa brinda gran variedad de servicios que se han agrupado en las distintas líneas de negocio:

1.- Audio servicios turísticos: esta línea va enfocada a vender tecnología en el área de turismo, sus potenciales clientes son museos, lugares de guía turístico, conventos, buses turísticos, etc. Los productos que se comercializan son importados y se maneja bajo pedido por su alto costo.



2.- Concierge Travel Agency: hace referencia a la venta de paquetes turísticos a clientes nacionales y extranjeros a destinos dentro y fuera del Ecuador, estos paquetes se arman según el requerimiento de los clientes: transporte, hospedaje, visitas, etc., siendo intermediaras con las mayoristas.

3.- Concierservices: esta línea agrupa la venta de tickets aéreos nacionales e internacionales, así como también asesoría en trámites para obtener la visa.

4.-Turisconsulting: se presta servicios profesionales de proyectos turísticos. Durante el semestre que se analiza no se han facturado dichos servicios.

3.2. Análisis del sistema de costos actual

Como se mencionó anteriormente la empresa no cuenta con un sistema de costos establecido, a continuación se presenta un extracto del estado de resultados original de la empresa en su parte de costos y gastos, con el cual se muestra el tratamiento que la empresa da a los costos.



Tabla # 7

Título: Costos y Gastos Icopmed Travel Cía. Ltda. Primer Semestre del 2016

Código	Cuenta		Parcial	Subtotal	Total
5.1.	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCION				\$ 137,325.52
5.1.01.02.	COMPRAS			\$ 132,362.80	
		\$			
5.1.01.02.01	Tickets Aéreos	81,610.82			
5.1.01.02.02	Alimentación Clientes	\$ 780.75			
5.1.01.02.03	Alojamiento Clientes	\$ 1,491.02			
5.1.01.02.04	Movilización y Transporte	\$ 1,585.00			
		\$			
5.1.01.02.07	Paquete Turístico	42,909.74			
5.1.01.02.08	Seguro Viaje	\$ 2,330.47			
5.1.01.02.10	Asesoría Profesional Turisconsulting	\$ 500.00			
5.1.01.02.11	Visas	\$ 1,155.00			
5.1.01.03.	IMPORTACIONES			\$ 4,962.72	
5.1.01.03.01	Importaciones de bienes no producidos por la compañía	\$ 3,650.44			
5.1.01.03.02	Gastos de Importación	\$ 1,312.28			
5.2.	GASTOS				\$ 34,355.78
5.2.01.	GASTOS DE VENTA			\$ 1,861.93	
5.2.01.05.	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS		\$ 669.63		
5.2.01.05.01	Honorarios, comisiones y dietas a personas naturales	\$ 669.63			
5.2.01.27.	OTROS GASTOS		\$ 1,192.30		
5.2.01.27.01	Otros gastos	\$ 1,192.30			
5.2.02.	GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 31,888.95	
5.2.02.01.	SUELDOS, SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES		\$ 13,819.00		
		\$			
5.2.02.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones	13,819.00			
5.2.02.03.	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES		\$ 4,413.67		
5.2.02.03.02	Décimo Tercer Sueldo	\$ 1,151.57			
5.2.02.03.03	Décimo Cuarto Sueldo	\$ 701.50			
5.2.02.03.05	Fondos de Reserva	\$ 881.59			
5.2.02.03.06	Aporte Patronal	\$ 1,679.01			
5.2.02.05.	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS		\$ 200.00		
5.2.02.05.01	Honorarios, comisiones y dietas a personas naturales	\$ 200.00			
5.2.02.08.	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES		\$ 476.62		
5.2.02.08.05	Mantenimiento Eq. de Computación	\$ 280.00			
5.2.02.08.07	Mantenimiento Vehículos	\$ 196.62			
5.2.02.09.	ARRENDAMIENTO OPERATIVO		\$ 3,182.29		
5.2.02.09.02	Alícuota de Arriendo	\$ 3,182.29			
5.2.02.12.	COMBUSTIBLES		\$ 394.10		
5.2.02.12.01	Combustibles	\$ 394.10			
5.2.02.16.	GASTOS DE GESTION		\$ 331.43		
5.2.02.16.01	Gastos de gestión (agasajos a accionistas, trabajadores y cl	\$ 226.59			
5.2.02.16.02	Refrigerios y Banquetes Oficina	\$ 104.84			
5.2.02.18.	AGUA, ENERGIA, LUZ, Y TELECOMUNICACIONES		\$ 728.72		
5.2.02.18.04	Telefonía Fija	\$ 279.79			
5.2.02.18.06	Consumo de Internet	\$ 448.93			

**Título: Costos y Gastos Icopmed Travel Cía. Ltda. Primer Semestre del 2016**

Código	Cuenta		Parcial	Subtotal	Total
5.2.02.19.	NOTARIOS Y REGISTRADORES		\$ 18.30		
5.2.02.19.01	Tramites Notariales	\$ 18.30			
5.2.02.20.	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS		\$ 700.88		
5.2.02.20.01	Impuestos, contribuciones y otros	\$ 700.88			
5.2.02.21.	DEPRECIACIONES		\$ 2,870.28		
		\$			
5.2.02.21.01.01	Depreciación Equipos Computación	1,462.50			
		\$			
5.2.02.21.01.02	Depreciación Muebles y Enseres	1,166.28			
5.2.02.21.01.03	Depreciación Equipos de Oficina	\$ 61.50			
5.2.02.21.01.07	Depreciación Programas de Computación	\$ 180.00			
5.2.02.27.	OTROS GASTOS		\$ 4,753.66		
5.2.02.27.02	Suministros de Oficina	\$ 191.26			
5.2.02.27.06	Correo y Correspondencia	\$ 127.49			
5.2.02.27.07	Material de Aseo y limpieza	\$ 59.37			
		\$			
5.2.02.27.18	Otros gastos no deducibles	4,362.92			
5.2.02.27.20	Parqueaderos	\$ 12.62			
5.2.03.	GASTOS FINANCIEROS			\$ 604.90	
5.2.03.04.	DIFERENCIA EN CAMBIO		-\$ 0.02		
5.2.03.04.01	Diferencia en cambio	-\$ 0.02			
5.2.03.05.	OTROS GASTOS FINANCIEROS		\$ 604.92		
5.2.03.05.02	Emisión Estado de Cuenta	\$ 10.00			
5.2.03.05.04	Comisiones Bancarias	\$ 121.20			
5.2.03.05.05	Gastos Bancarios Tarjetas de Crédito	\$ 336.06			
5.2.03.05.06	Comisión Tarjetas de Crédito	\$ 137.66			

Fuente: Adaptado Estado de Resultado Icopmed Travel Cía. Ltda., al 30 de Junio del 2016
Realizado por: Los autores

Como indica la tabla Nro. 7, la empresa sólo considera a los costos directos como costos de los servicios dejando de lado los costos indirectos, los cuales deberían también ser parte del costo de los productos o servicios ofertados.



3.3 Levantamiento Costeo Tradicional

Para el levantamiento del sistema de costos tradicional se usó la tasa predeterminada basada en los materiales directos como indica la siguiente formula:

$$Tasa\ predeterminada = \frac{Total\ CIF\ Presupuestado}{Total\ Materiales\ Directos}$$

$$Tasa\ predeterminada = \frac{\$17,823.71}{\$135,670.52}$$

$$Tasa\ Predeterminada = 13\%$$

La tasa seleccionada se ajusta a las condiciones de la empresa al ser los costos directos los más representativos en el costo de los servicios. Esta tasa indica que los costos indirectos que van a formar parte del costo total del servicio va a ser el 13% del total de los materiales directos. Aplicada la tasa se presenta el estado de resultados en su parte de costos y gastos bajo sistema tradicional.



Tabla # 8

Título: Costos y Gastos Indirectos Sistema Tradicional Icopmed Travel
Cía. Ltda. Primer Semestre del 2016

Código	Cuenta		Parcial	Subtotal	Total
5.1.	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCION				\$ 155,149.23
5.1.01.	MATERIALES DIRECTOS			\$ 136,825.52	
5.1.01.01	COMPRAS		\$ 131,862.80		
5.1.01.02.01	Tickets Aéreos	\$ 81,610.82			
5.1.01.02.07	Paquete Turístico	\$ 49,096.98			
5.1.01.02.11	Visas	\$ 1,155.00			
5.1.01.03.	IMPORTACIONES		\$ 4,962.72		
5.1.01.03	Inventario Inicial	\$ 2,348.49			
5.1.01.03.01	Importaciones de bienes no producidos por la compañía	\$ 3,650.44			
5.1.01.03.02	Gastos de Importación	\$ 1,312.28			
5.1.01.03.03	(-) Inventario Final	2,348.49			
5.1.02	MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 500.00	
5.1.01.02.10	Asesoría Profesional Turisconsulting	\$ 500.00			
5.1.03	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			\$ 17,823.71	
5.1.03.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$ 9,040.00			
5.1.03.03.02	Décimo Tercer Sueldo	\$ 753.33			
5.1.03.03.03	Décimo Cuarto Sueldo	\$ 518.50			
5.1.03.03.04	Vacaciones	\$ 376.67			
5.1.03.03.05	Fondos de Reserva	\$ 483.34			
5.1.03.03.06	Aporte Patronal	\$ 1,098.36			
5.1.03.09.02	Alícuota de Arriendo	\$ 3,182.29			
5.1.03.18.04	Telefonía Fija	\$ 279.79			
5.1.03.18.06	Consumo de Internet	\$ 448.93			
5.1.03.21.01.01	Depreciación Equipos Computación	\$ 1,462.50			
5.1.03.27.01	Amortización Programas de Computación	\$ 180.00			
5.2.02.	GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 16,502.97	
5.2.02.01.	SUELDOS, SALARIOS Y DEMAS REMUNERACIONES		\$ 4,779.00		
5.2.02.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$ 4,779.00			
5.2.02.03.	BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES		\$ 1,759.27		
5.2.02.03.02	Décimo Tercer Sueldo	\$ 398.25			
5.2.02.03.03	Décimo Cuarto Sueldo	\$ 183.00			
5.2.02.03.04	Vacaciones	\$ 199.13			
5.2.02.03.05	Fondos de Reserva	\$ 398.25			
5.2.02.03.06	Aporte Patronal	\$ 580.65			



Título: Costos y Gastos Indirectos Sistema Tradicional Icopmed Travel
Cía. Ltda. Primer Semestre del 2016

Código	Cuenta		Parcial	Subtotal	Total
5.2.02.05.	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS		\$ 869.63		
5.2.02.05.01	Honorarios, comisiones y dietas	\$ 869.63			
5.2.02.08.	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES		\$ 476.62		
5.2.02.08.05	Mantenimiento Eq. de Computación	\$ 280.00			
5.2.02.08.07	Mantenimiento Vehículos	\$ 196.62			
5.2.02.12.	COMBUSTIBLES		\$ 394.10		
5.2.02.12.01	Combustibles	\$ 394.10			
5.2.02.16.	GASTOS DE GESTION		\$ 331.43		
5.2.02.16.01	Gastos de gestión	\$ 226.59			
5.2.02.16.02	Refrigerios y Banquetes Oficina	\$ 104.84			
5.2.02.19.	NOTARIOS Y REGISTRADORES		\$ 18.30		
5.2.02.19.01	Tramites Notariales	\$ 18.30			
5.2.02.20.	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS		\$ 700.88		
5.2.02.20.01	Impuestos, contribuciones y otros	\$ 700.88			
5.2.02.21.	DEPRECIACIONES		\$ 1,227.78		
		\$			
5.2.02.21.01.02	Depreciación Muebles y Enseres	1,166.28			
5.2.02.21.01.03	Depreciación Equipos de Oficina	\$ 61.50			
5.2.02.27.	OTROS GASTOS		\$ 5,945.96		
5.2.02.27.02	Suministros de Oficina	\$ 191.26			
5.2.02.27.06	Correo y Correspondencia	\$ 127.49			
5.2.02.27.07	Material de Aseo y limpieza	\$ 59.37			
		\$			
5.2.02.27.18	Otros gastos no deducibles	4,362.92			
5.2.02.27.20	Parqueaderos	\$ 12.62			
		\$			
5.2.02.27.21	Otros gastos	1,192.30			
5.2.03.	GASTOS FINANCIEROS	\$ 534.71		\$ 604.90	
5.2.03.04.	DIFERENCIA EN CAMBIO		-\$ 0.02		
5.2.03.04.01	Diferencia en cambio	-\$ 0.02			
5.2.03.05.	OTROS GASTOS FINANCIEROS		\$ 604.92		
5.2.03.05.02	Emisión Estado de Cuenta	\$ 10.00			
5.2.03.05.04	Comisiones Bancarias	\$ 121.20			
5.2.03.05.05	Gastos Bancarios Tarjetas de Crédito	\$ 336.06			
5.2.03.05.06	Comisión Tarjetas de Crédito	\$ 137.66			

Fuente: Adaptado Estado de Resultado Icopmed Travel Cía. Ltda., al 30 de Junio del 2016
Realizado por: Los autores

Esta tabla muestra a los costos indirectos como parte del costo de los servicios, y representan el 11% del total del costo total.

Una vez identificados los costos indirectos y la tasa predeterminada para el sistema tradicional se presentan los costos de los servicios bajo este sistema, cuyas hojas de costos se encuentran en el anexo 8, 9, 10, 11 y 12.



Tabla #9

Título: Costo de los servicios bajo sistema tradicional, mes de mayo 2016

Productos/Servicios	Costo Sistema Tradicional
Paquetes Turísticos	\$3,218.21
Tickets Aéreos Nacional	\$113.44
Tickets Aéreos Internacional	\$533.69
Audio guías	\$5,609.19
Asesoría en Visas	\$118.68

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.4 Levantamiento Costeo ABC

3.4.1 Identificación de objetos de costos, recursos y actividades

3.4.1.1 Identificación de objetos de costos

Para iniciar con el diseño de la plataforma ABC se han identificado los siguientes objetos de costo ligados a cada línea de negocios de la empresa para el primer semestre del 2016:

Tabla # 10

Título: Objetos de Costo

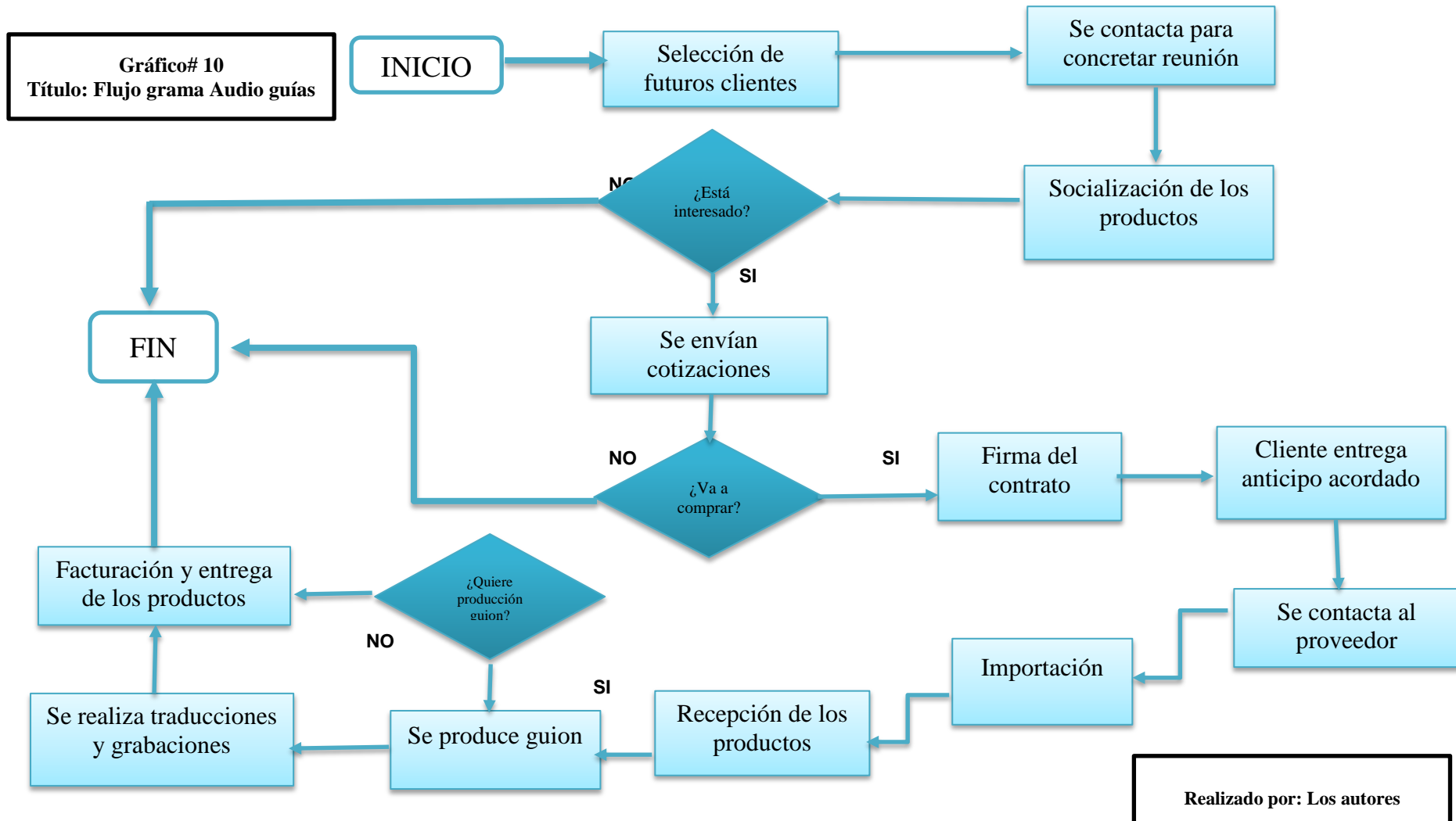
ICOPMED TRAVEL CIA. LTDA.	
Líneas de Negocio	Objetos de Costo
Audio servicios turísticos	Audio guías
Concierge Travel Agency	Paquetes Turísticos
Concierservices	Tickets Aéreos Nacionales
	Tickets Aéreos Internacionales
	Asesoría en Visas

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

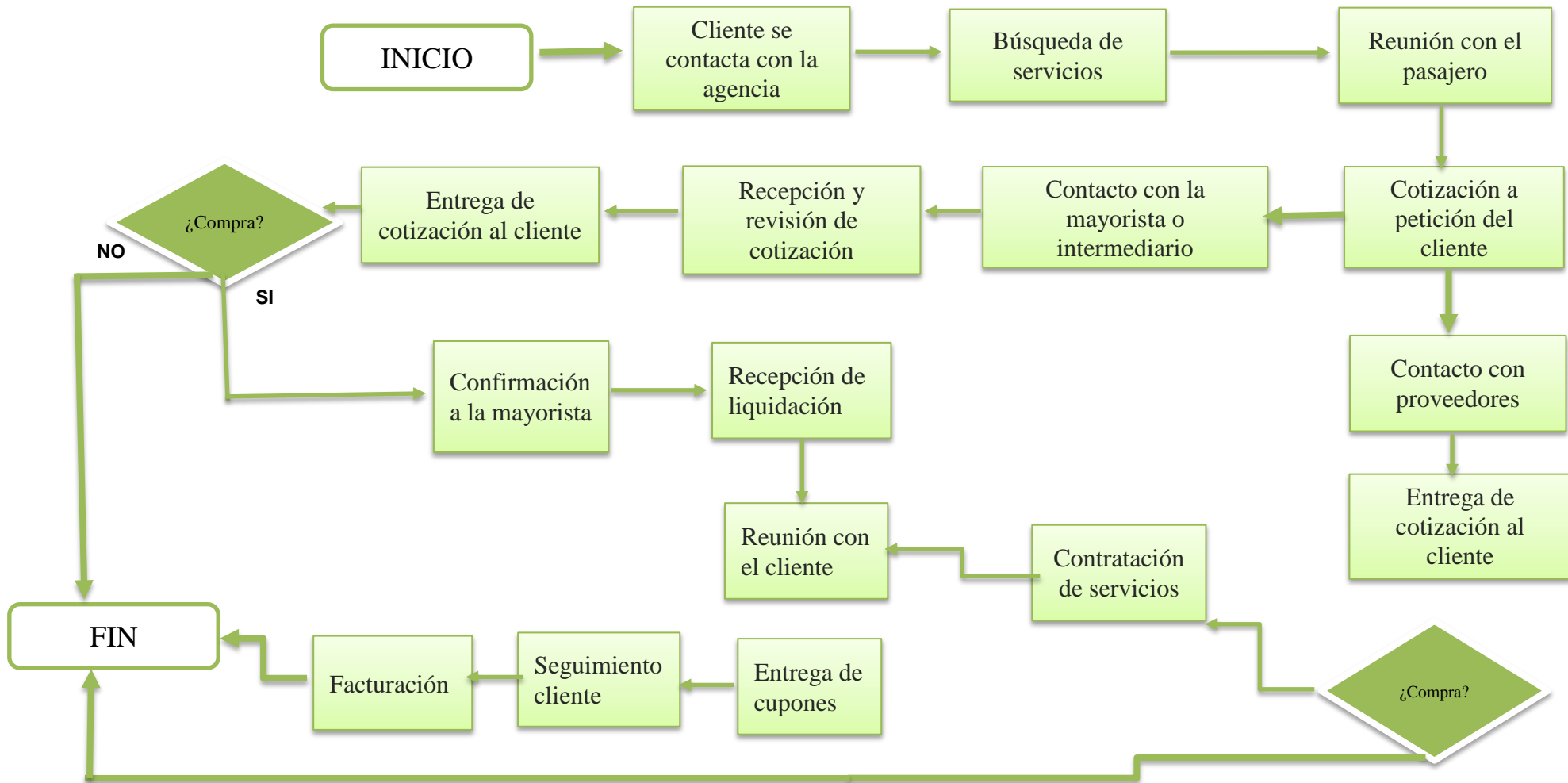
A continuación se presentan flujo gramas de cada uno de los objetos de costo identificados



Gráfico# 10
Título: Flujo grama Audio guías



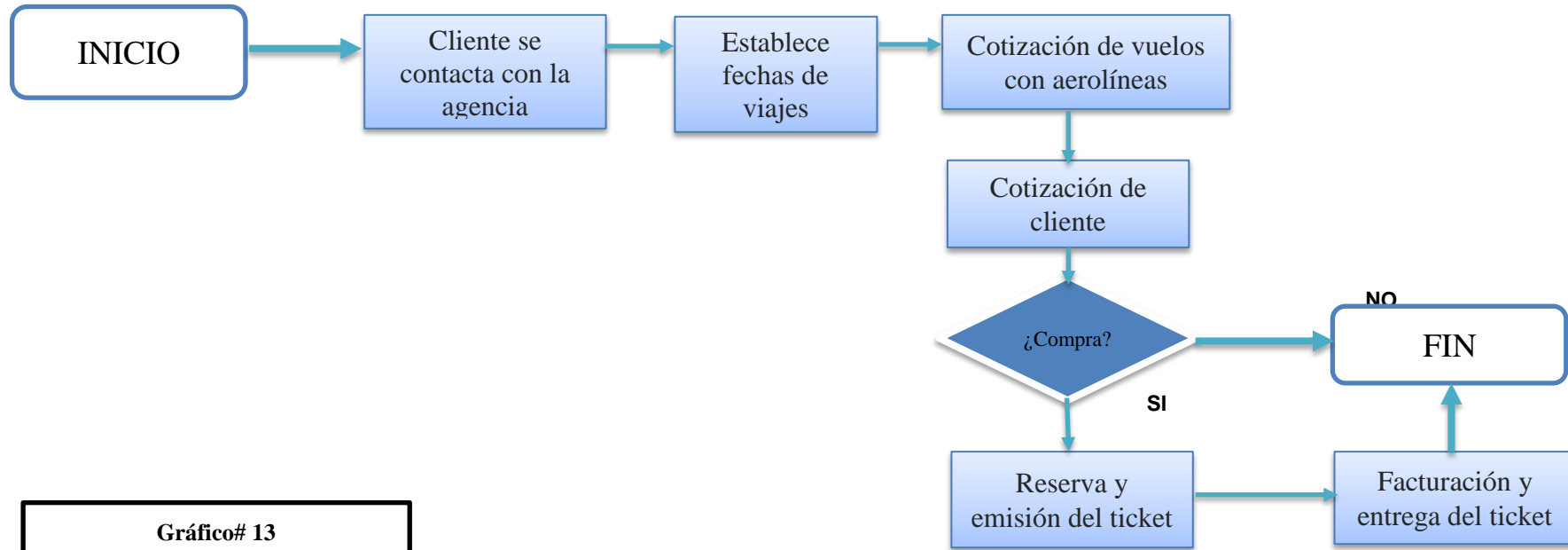
Realizado por: Los autores



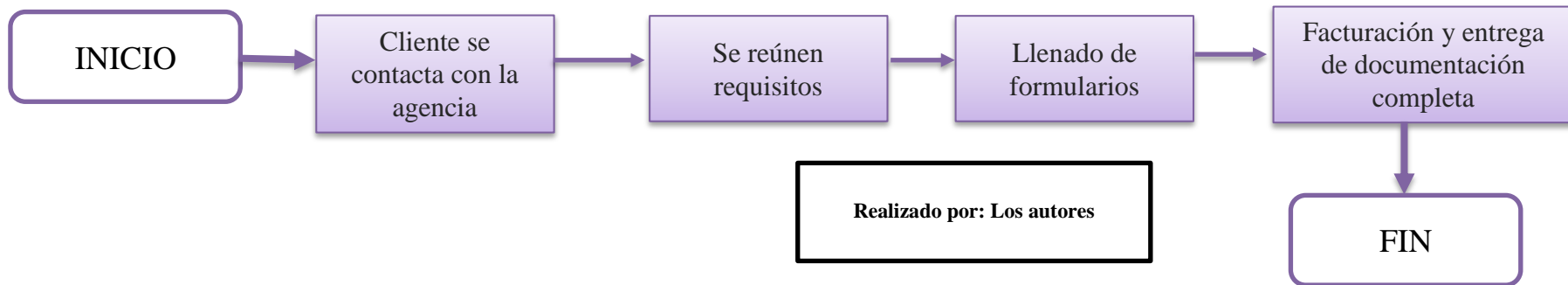
Realizado por: Los autores



Gráfico# 12
Título: Flujo grama Tickets Nacionales e Internacionales



Gráfico# 13
Título: Flujo grama Asesoría en Visas



**3.4.1.2 Identificación de recursos.**

En la siguiente tabla se muestra todos los recursos identificados, que se usarán para la distribución hacia las actividades.

Tabla # 11**Título: Recursos Icopmed Travel Cía. Ltda.**

Sueldos Y Salarios	
Cargo	Nombre
Gerente / Afines	Ontaneda Pinto Isabel Cristina
Asesor - Agente /Afines	Bermeo Cando Franklin Alfredo
Representante De Ventas	Gutierrez Cedillo Ana Cecilia
Asesor - Agente /Afines	Pinos Morocho Gloria Emperatriz
Servicios Básicos	
Servicio	Proveedor
Teléfono	Etapa
Internet	Etapa
Propiedad Planta Y Equipo	
Equipos De Computación	
Cantidad	Descripción
1 Computadora Portátil Hacer	Core I5
1 Computadora Portátil Asus	Core I3
1 Computadora Portátil Asus	Core I3
1 Computadora Portátil + Monitor	Hanns-G
1 Computadora De Escritorio Dell	Dell
1 Impresora	Epson

**Título: Recursos Icopmed Travel Cía. Ltda.**

Equipos De Oficina	
Cantidad	Descripción
2	Teléfono De Escritorio Blanco
2	Teléfono Inalámbrico
Muebles Y Enseres	
Cantidad	Descripción
6	Sillas De Metal
7	Sillas De Madera
5	Sillas Rodantes
1	Sofá De Espera
3	Escritorios Metálicos
2	Escritorios De Madera
1	Mesa redonda
1	Librero
1	Archivero
1	Aparador De Madera
1	Estante Mediano De Madera Con Vidrio.
Activo Intangible	
Programas De Computación	
Descripción	Proveedor
Sistema Empresarial Contable Fénix	Grupo Kascla
Suministros De Oficina	
Documentos Autorizados Por El Sri(Facturas Y Retenciones)	
Arriendo De Oficina	
Descripción	Proveedor
Oficina De 11.50 M X 9 M Incluye Parquadero	Isabel Cristina Ontaneda Pinto

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

De los costos indirectos identificados para el sistema tradicional se han incluido: sueldo de gerencia, suministros de oficina, depreciaciones de muebles y enseres, equipos de oficina que son indispensables para el desarrollo de las actividades. Con el análisis se presentan los recursos de la tabla Nro. 11, los mismos que son necesarios para llevar a cabo las actividades de la empresa.



La totalidad del recurso humano de la empresa es tomado como recurso ya que el personal interviene en el desarrollo de todas las actividades y no en una específica.

3.4.1.3 Identificación de actividades

Mediante entrevistas con los empleados, observación directa, cuestionarios, grabaciones, se han identificado las siguientes actividades para cada objeto de costo:

Tabla # 12

Título: Actividades de objeto de costo: Audio Guías.

Audio guías	
Número	Actividades
1	Negociación con proveedores
2	Selección de clientes
3	Contacto con los clientes
4	Envío de cotizaciones a los clientes
5	Negociación con clientes
6	Compra a proveedores
7	Proceso de Importación
8	Facturación

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

1. Negociación con proveedores

Las audio guías son productos importados por lo que previo a su comercialización es necesario contactar al proveedor con el objetivo de conocer las características del producto para darlo a conocer en el país.

Tareas de la actividad:

- Contacto con el proveedor extranjero.
- Solicitud de cotización de los productos disponibles.
- Establecer formas de pago.



2. Selección de clientes

El mercado al que se oferta las audio guías es limitado por lo que se debe seleccionar a los posibles clientes.

Tareas de la actividad:

- Identificación de los clientes potenciales.
- Contacto con futuros clientes para organizar reuniones.

3. Contacto con los clientes

Una vez organizada la reunión se procede a visitar a los clientes para socializar los equipos.

Tareas de la actividad:

- Detallar características, beneficios, alcance de los equipos.

4. Envío de cotizaciones a los clientes

Cuando existe interés de los clientes se procede al envío de la cotización correspondiente.

Tareas de la actividad:

- Elaboración de cotización.
- Seguimiento de la cotización.

5. Negociación con clientes

Cuando se aprueba la cotización se contacta con el cliente para definir detalles de la venta como: contrato y condiciones de pago.

Tareas de la actividad:

- Elaboración del contrato.
- Convenir formas de pago.



- Recepción de anticipos.

6. Compra a proveedores

Contacto con el proveedor para confirmar la compra y establecer cómo se realizará el pago.

Tareas de la actividad:

- Solicitar confirmación de cotización.
- Pago a proveedores y registro de documentos en el sistema.

7. Proceso de Importación

La empresa realiza la importación por medio de un agente, el cual se encarga de todos los trámites necesarios.

Tareas de la actividad:

- Contacto con agente de importación.
- Seguimiento de la importación.
- Pago al agente aduanero.
- Envío de retenciones.

8. Facturación

Con el proceso de importación finalizado se factura el producto al cliente y se realizan las pruebas necesarias del producto para la entrega final.

Tareas de la actividad:

- Pruebas de los productos.
- Recepción de datos para facturación.
- Emisión del comprobante de venta.
- Entrega de factura y del producto.
- Recepción de retenciones.
- Cobros clientes.



Tabla # 13

Título: Actividades de objeto de costo: Paquetes Turísticos.

Paquetes Turísticos	
<u>Número</u>	<u>Actividades</u>
1	Contacto con los clientes
2	Búsqueda de servicios
3	Negociación con proveedores
4	Armado de Paquetes
5	Envío de cotizaciones a los clientes
6	Negociación con clientes
7	Reserva de servicios
8	Compra a proveedores
9	Facturación

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

1. Contacto con los clientes

El cliente contacta con la empresa y se recepta los requerimientos sobre la fecha en la que desea reservar el paquete y el contenido del mismo.

Tareas de la actividad:

- Reunión cliente.
- Establecer posibles fechas de los viajes y servicios requeridos.

2. Búsqueda de servicios

Se seleccionan los proveedores más convenientes que puedan ayudar con los servicios que cada cliente solicita en la fecha establecida, estos servicios hace referencia a hospedaje, transporte, visitas turísticas, etc.

Tareas de la actividad:

- Búsqueda de proveedores.



3. Negociación con proveedores

Se procede al contacto con la agencia mayorista u operadora para solicitar cotizaciones de los servicios requeridos.

Tareas de la actividad:

- Contacto con los mayoristas.
- Solicitud de cotización.
- Establecer formas de pago.

4. Armado de Paquetes

Procede a contactar con los mayoristas para proponer distintos servicios y actividades que debe contemplar en los paquetes, así como los servicios adicionales requeridos por el cliente.

Tareas de la actividad:

- Contactar con los mayoristas.
- Armar posibles paquetes.

5. Envío de cotizaciones a los clientes

Con las diferentes cotizaciones de las agencias mayoristas se procede al envío de las mismas a los clientes.

Tareas de la actividad:

- Elaboración de cotización.
- Seguimiento de cotización.

6. Negociación con los clientes

Con la aprobación de la cotización se contacta con el cliente para establecer las condiciones de la venta.



Tareas de la actividad:

- Convenir formas de pago.
- Recepción de pagos.

7. Reserva del servicio

Se realiza la reserva de los servicios con el mayorista seleccionado por el cliente mediante la mejor cotización.

Tareas de la actividad:

- Solicitud de información al cliente.
- Registro de información.
- Reserva del servicio.

8. Compra a proveedores.

Contacto con el mayorista para finiquitar la compra del paquete solicitado.

Tareas de la actividad:

- Solicitar la liquidación del paquete.
- Envío de retenciones.
- Pago a proveedores.
- Recepción de facturas y vouchers.
- Registro de pagos y documentos en el sistema.

9. Facturación

Se procede a la facturación del paquete al cliente.

Tareas de la actividad:

- Recepción de datos para facturación.
- Emisión del comprobante de venta.
- Entrega de factura, tickets y vouchers.
- Recepción de retenciones.
- Cobro clientes.



Tabla # 14

Título: Actividades de objeto de costo: Tickets Nacionales e Internacionales.

Tickets Nacionales e Internacionales	
Número	<u>Actividades</u>
1	Contacto con los clientes
2	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas
3	Envío de cotizaciones a los clientes
4	Negociación con clientes
5	Reserva del ticket
6	Compra proveedores
7	Facturación

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

1. Contacto con los clientes

El cliente se contacta con la empresa y se recepta los requerimientos sobre la fecha en la que desea realizar el viaje.

Tareas de la actividad:

- Reunión cliente.
- Establecer posibles fechas de los viajes.

2. Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas

Buscar en la plataforma según la fecha establecida por el cliente las aerolíneas en las que se pueda realizar la reserva del ticket.

Tareas de la actividad:

- Ingreso al sistema.
- Identificación aerolíneas.
- Consulta de tickets.



3. Envío de cotizaciones a los clientes

Se procede al envío de las cotizaciones de cada aerolínea

Tareas de la actividad:

- Aviso a los clientes sobre las opciones de vuelos.

4. Negociación con los clientes

Con la aprobación de la cotización se establecen las condiciones de la venta del ticket.

Tareas de la actividad:

- Convenir formas de pago.
- Recepción de pagos.

5. Reserva del ticket

Se realiza la reservación de los tickets para asegurar el vuelo.

Tarea de la actividad:

- Solicitud de información de los clientes.
- Registro de información para la reserva.

6. Compra a proveedores

Se emite el ticket en la fecha establecida.

Tarea de la actividad:

- Confirmación de la reserva.
- Pago a la aerolínea.
- Registro de ticket en el sistema.
- Registro de pagos en el sistema.



7. Facturación

Se procede a la facturación del ticket al cliente.

Tarea de la actividad:

- Recepción de datos para facturación.
- Emisión del comprobante de venta.
- Entrega de factura y del ticket.
- Recepción de retenciones.
- Cobro clientes.

Tabla # 15

Título: Actividades de objeto de costo: Asesorías en Visa.

Asesorías en visa	
Número	Actividades
1	Contacto con los clientes
2	Negociación con clientes
3	Llenado de formularios para visa
4	Facturación

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

1. Contacto con los clientes

El cliente se acerca a la empresa y se recepta los requerimientos sobre la visa a la que desea aplicar y será atendida por el personal capacitado en cada visa.

Tareas de la actividad:

- Direccionar a cliente con la persona especializada.
- Reunión cliente.

2. Negociación con los clientes

Se indica al cliente el tiempo que toma el servicio y costo del mismo.

Tareas de la actividad:

- Convenir formas de pago.
- Recepción de anticipos.



3. Llenado de formularios para visa.

La persona encargada de cada visa procede a iniciar el trámite de visado en las respectivas páginas.

Tareas de la actividad:

- Recepción de información a los clientes.
- Ingreso de datos en las páginas respectivas.
- Impresión de formulario.

4. Facturación

Se procede a la facturación del servicio al cliente.

Tareas de la actividad:

- Recepción de datos para facturación.
- Emisión del comprobante de venta.
- Entrega de factura, formulario y demás documentos relacionados.
- Cobro clientes.

Algunas de las actividades detalladas en las tablas anteriores se desarrollan en uno y más objetos de costo por lo que a continuación se presentan las actividades agrupadas con las que se trabajará en adelante.

Tabla # 16

Título: Actividades Consolidadas de los objetos de costo

Consolidación de Actividades

Código	Actividad
A1	Selección de clientes
A2	Contacto con los clientes
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas
A4	Búsqueda de Servicios
A5	Negociación con proveedores
A6	Envío de cotizaciones a los clientes
A7	Negociación con clientes



A8	Reserva del ticket
A9	Reserva de servicios
A10	Armado de Paquetes
A11	Llenado de formularios para visa
A12	Compra a proveedores
A13	Proceso de Importación
A14	Facturación

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.5 Determinación de centros de costos

Los centros de costos, donde se agrupan las distintas actividades son:

Atención al Cliente: se encuentran actividades destinadas a la atención que se da al cliente para captar el interés del mismo a los servicios que ofrece la empresa.

Operaciones: se realizan todas las operaciones necesarias tanto con proveedores y clientes para preparar y consolidar la venta.

Comercialización: en este centro de costos ya se realiza la venta y se desarrolla el proceso de comercialización de los servicios que se ofrecen.

En la siguiente tabla se muestran las actividades que corresponden a cada centro de costo, así mismo como se distribuyen para cada objeto de costo, evidenciando que existen actividades exclusivas para cada producto o servicio y otras que son comunes para todos.



Tabla # 17

Título: Actividades Consolidadas de los objetos de costo agrupadas en centros de costos.

CONSOLIDACION DE ACTIVIDADES								
Número	Centro de Costo	Código	Actividad	Objetos de Costo				
				Paquetes Turísticos	Tickets Nacionales	Tickets Internacionales	Audio guías	Asesorías en visa
1	ATENCION AL CLIENTE	A1	Selección de clientes				X	
		A2	Contacto con los clientes	X	X	X	X	X
		A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas		X	X		
		A4	Búsqueda de Servicios	X				
2	OPERACIONES	A5	Negociación con proveedores	X			X	
		A6	Envío de cotizaciones a los clientes	X	X	X	X	
		A7	Negociación con clientes	X	X	X	X	X
		A8	Reserva del ticket		X	X		
		A9	Reserva de servicios	X				
		A10	Armado de Paquetes	X				
3	COMERCIALIZACIÓN	A11	Llenado de formularios para visa					X
		A12	Compra a proveedores	X	X	X	X	
		A13	Proceso de Importación				X	
		A14	Facturación	X	X	X	X	X

Realizado por: Los autores

Fuente: Los autores



3.6 Determinación de inductores

3.6.1 Inductores de Recursos.

Tabla # 18**Título: Inductores de Recursos seleccionados**

Recursos e inductores			
Cuenta Contable	Descripción	Valor	Inductor de recurso
5.1.03.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$13,819.00	Horas hombre por actividad
5.1.03.03.02	Décimo Tercer Sueldo	\$1,151.57	Horas hombre por actividad
5.1.03.03.03	Décimo Cuarto Sueldo	\$701.50	Horas hombre por actividad
5.1.03.03.04	Vacaciones	\$575.79	Horas hombre por actividad
5.1.03.03.05	Fondos de Reserva	\$881.59	Horas hombre por actividad
5.1.03.03.06	Aporte Patronal	\$1,679.01	Horas hombre por actividad
5.1.03.09.02	Alícuota de Arriendo	\$3,182.29	Metros cuadrados por actividad
5.1.03.12.01	Combustibles	\$394.10	Número de salidas del vehículo
5.1.03.18.04	Telefonía Fija	\$279.79	Horas consumo telefónico por actividad
5.1.03.18.06	Consumo de Internet	\$448.93	Horas consumo de internet por actividad
5.1.03.21.01.01	Depreciación Equipos Computación	\$1,462.50	% Uso de los equipos por actividad
5.1.03.21.01.02	Depreciación Muebles y Enseres	\$1,166.28	% Uso de los muebles por actividad
5.1.03.21.01.03	Depreciación Equipos de Oficina	\$61.50	% Uso de los equipos por actividad
5.1.03.27.01	Amortización Programas de Computación	\$180.00	% Uso de equipos que usan el sistema
5.1.03.27.02	Suministros de Oficina	\$191.26	% de Documentos emitidos
	TOTAL	\$26,175.11	

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

Bajo el concepto que las actividades consumen recursos, mediante observación directa y entrevistas con el personal de la empresa, se han establecido los inductores de recursos para asignarlos a las diferentes actividades.



3.6.2 Inductores de actividad.

Tabla # 19

Título: Inductores de Actividades seleccionados.

Actividades e inductores			
Centro de Costo	Código	Actividad	Inductor de Actividad
ATENCIÓN AL CLIENTE	A1	Selección de clientes	Número de clientes seleccionados
	A2	Contacto con los clientes	Número de atenciones al cliente
	A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	Número de tickets emitidos
	A4	Búsqueda de Servicios	Número de paquetes emitidos
OPERACIONES	A5	Negociación con proveedores	Número de facturas de compra
	A6	Envío de cotizaciones a los clientes	Número de cotizaciones enviadas
	A7	Negociación con clientes	Número de facturas emitidas
	A8	Reserva del ticket	Número de tickets emitidos
	A9	Reserva de servicios	Número de paquetes emitidos
	A10	Armado de Paquetes	Número de paquetes emitidos
	A11	Llenado de formularios para visa	Número de visas vendidas
COMERCIALIZACIÓN	A12	Compra a proveedores	Número de facturas de compra
	A13	Proceso de Importación	Número de importaciones realizadas
	A14	Facturación	Número de facturas emitidas

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.7 Determinación de costos de los servicios bajo el sistema de costos ABC

Ya definidos todos los componentes del sistema ABC se procede al cálculo de los costos, para lo que se ha tomado como base el mes en el cual han sido facturados todos los objetos de costos, mediante análisis corresponde al mes de mayo del 2016. Se empezará asignando los recursos hacia las actividades y luego el costo de las actividades hacia los objetos de costo como indica el método ABC.



3.7.1 Asignación recursos hacia las actividades

Tabla # 20

Título: Costos de los recursos primer semestre 2016

Recursos en dólares primer semestre del 2016

Descripción	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$ 2,318.00	\$ 2,318.00	\$ 2,318.00	\$ 2,475.00	\$ 2,475.00	\$ 1,915.00	\$ 13,819.00
Décimo Tercer Sueldo	\$ 193.16	\$ 193.16	\$ 193.16	\$ 206.25	\$ 206.25	\$ 159.59	\$ 1,151.57
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 122.00	\$ 122.00	\$ 122.00	\$ 122.00	\$ 122.00	\$ 91.50	\$ 701.50
Vacaciones	\$ 96.58	\$ 96.58	\$ 96.58	\$ 103.13	\$ 103.13	\$ 79.79	\$ 575.79
Fondos de Reserva	\$ 143.17	\$ 143.17	\$ 143.17	\$ 156.25	\$ 156.25	\$ 139.58	\$ 881.59
Aporte Patronal	\$ 281.64	\$ 281.64	\$ 281.64	\$ 300.71	\$ 300.71	\$ 232.67	\$ 1,679.01
Alícuota de Arriendo	\$ 647.23	\$ 580.62	\$ 488.92	\$ 489.53	\$ 488.92	\$ 487.07	\$ 3,182.29
Combustibles	\$ 72.32	\$ 48.21	\$ 75.27	\$ 43.32	\$ 104.26	\$ 50.72	\$ 394.10
Telefonía Fija	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 109.00	\$ 50.14	\$ 60.70	\$ 59.95	\$ 279.79
Consumo de Internet	\$ 109.00	\$ 122.08	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 109.00	\$ 108.85	\$ 448.93
Depreciación Equipos Computación	\$ 243.75	\$ 243.75	\$ 243.75	\$ 243.75	\$ 243.75	\$ 243.75	\$ 1,462.50
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 194.38	\$ 194.38	\$ 194.38	\$ 194.38	\$ 194.38	\$ 194.38	\$ 1,166.28
Depreciación Equipos de Oficina	\$ 10.25	\$ 10.25	\$ 10.25	\$ 10.25	\$ 10.25	\$ 10.25	\$ 61.50
Amortización Programas de Computación	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 180.00
Suministros de Oficina	\$ 27.41	\$ 22.54	\$ 27.35	\$ 63.50	\$ 0.00	\$ 50.46	\$ 191.26
TOTAL	\$ 4,488.89	\$ 4,406.38	\$ 4,333.47	\$ 4,488.21	\$ 4,604.60	\$ 3,853.56	\$ 26,175.11

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

Con los inductores de recursos ya identificados en las siguientes tablas se encuentra la asignación de los mismos hacia las actividades. Para la asignación razonable de los recursos se tomó en cuenta que una actividad no se desarrolla necesariamente en un solo lugar físico, más bien la mayoría de actividades son transversales es decir se cumplen en varios espacios físicos y los protagonistas de dicha actividad no usan toda la jornada de trabajo en una sola actividad debido a que pueden realizar otras. (Zapata, 2015, pág. 312).

**Tabla # 21****Título: Asignación sueldos, salarios y demás remuneraciones (Mayo 2016)****Sueldos, salarios y demás remuneraciones**

Código	Actividad	Horas Hombre por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	2.00	0.03	\$ 84.16
A2	Contacto con los clientes	9.50	0.16	\$ 399.76
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	2.00	0.03	\$ 84.16
A4	Búsqueda de Servicios	1.25	0.02	\$ 52.60
A5	Negociación con proveedores	2.75	0.05	\$ 115.72
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	2.67	0.05	\$ 112.21
A7	Negociación con clientes	10.83	0.18	\$ 455.87
A8	Reserva del ticket	1.00	0.02	\$ 42.08
A9	Reserva de servicios	0.50	0.01	\$ 21.04
A10	Armado de Paquetes	0.50	0.01	\$ 21.04
A11	Llenado de formularios para visa	3.00	0.05	\$ 126.24
A12	Compra a proveedores	6.40	0.11	\$ 269.31
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	16.42	0.28	\$ 690.81
Total		58.82	1.00	\$ 2,475.00

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

En la distribución de **sueldos y salarios y demás beneficios sociales** se ha tomado como inductor las horas hombre por actividad, este dato fue levantado de la siguiente manera: a cada actividad corresponde un número de tareas necesarias para llevar a cabo la actividad, se realizó entrevistas con el personal de la empresa para recopilar las horas que les toma realizar cada tarea por actividad y luego se procedió a sumar los resultados para obtener el total de horas por actividad, información que se presentó en la tabla Nro. 21. Por ejemplo en la actividad A2 se requiere de 9.50 horas, dichas horas están distribuidas en la atención de un cliente para paquete turístico, un cliente para ticket nacional, un cliente para ticket internacional, un cliente para asesoría en visa y un cliente para venta de audio guía.



Tabla # 22

Título: Asignación décimo tercer sueldo (Mayo 2016)

Décimo Cuarto Sueldo

Código	Actividad	Horas Hombre por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	2.00	0.03	\$ 4.15
A2	Contacto con los clientes	9.50	0.16	\$ 19.71
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	2.00	0.03	\$ 4.15
A4	Búsqueda de Servicios	1.25	0.02	\$ 2.59
A5	Negociación con proveedores	2.75	0.05	\$ 5.70
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	2.67	0.05	\$ 5.53
A7	Negociación con clientes	10.83	0.18	\$ 22.47
A8	Reserva del ticket	1.00	0.02	\$ 2.07
A9	Reserva de servicios	0.50	0.01	\$ 1.04
A10	Armado de Paquetes	0.50	0.01	\$ 1.04
A11	Llenado de formularios para visa	3.00	0.05	\$ 6.22
A12	Compra a proveedores	6.40	0.11	\$ 13.28
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	16.42	0.28	\$ 34.05
Total		58.82	1.00	\$ 122.00

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Tabla # 23

Título: Asignación décimo cuarto sueldo (Mayo 2016)

Décimo Cuarto Sueldo

Código	Actividad	Horas Hombre por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	2.00	0.03	\$ 4.15
A2	Contacto con los clientes	9.50	0.16	\$ 19.71
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	2.00	0.03	\$ 4.15
A4	Búsqueda de Servicios	1.25	0.02	\$ 2.59
A5	Negociación con proveedores	2.75	0.05	\$ 5.70
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	2.67	0.05	\$ 5.53
A7	Negociación con clientes	10.83	0.18	\$ 22.47
A8	Reserva del ticket	1.00	0.02	\$ 2.07
A9	Reserva de servicios	0.50	0.01	\$ 1.04
A10	Armado de Paquetes	0.50	0.01	\$ 1.04
A11	Llenado de formularios para visa	3.00	0.05	\$ 6.22
A12	Compra a proveedores	6.40	0.11	\$ 13.28
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	16.42	0.28	\$ 34.05
Total		58.82	1.00	\$ 122.00

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



Tabla # 24

Título: Asignación Vacaciones (Mayo 2016)

Vacaciones

Código	Actividad	Horas Hombre por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	2.00	0.03	\$ 3.51
A2	Contacto con los clientes	9.50	0.16	\$ 16.66
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	2.00	0.03	\$ 3.51
A4	Búsqueda de Servicios	1.25	0.02	\$ 2.19
A5	Negociación con proveedores	2.75	0.05	\$ 4.82
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	2.67	0.05	\$ 4.68
A7	Negociación con clientes	10.83	0.18	\$ 18.99
A8	Reserva del ticket	1.00	0.02	\$ 1.75
A9	Reserva de servicios	0.50	0.01	\$ 0.88
A10	Armado de Paquetes	0.50	0.01	\$ 0.88
A11	Llenado de formularios para visa	3.00	0.05	\$ 5.26
A12	Compra a proveedores	6.40	0.11	\$ 11.22
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	16.42	0.28	\$ 28.78
Total		58.82	1.00	\$ 103.13

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Tabla # 25

Título: Asignación Fondo de Reserva (Mayo 2016)

Fondo de Reserva

Código	Actividad	Horas Hombre por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	2.00	0.03	\$ 5.31
A2	Contacto con los clientes	9.50	0.16	\$ 25.24
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	2.00	0.03	\$ 5.31
A4	Búsqueda de Servicios	1.25	0.02	\$ 3.32
A5	Negociación con proveedores	2.75	0.05	\$ 7.31
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	2.67	0.05	\$ 7.08
A7	Negociación con clientes	10.83	0.18	\$ 28.78
A8	Reserva del ticket	1.00	0.02	\$ 2.66
A9	Reserva de servicios	0.50	0.01	\$ 1.33
A10	Armado de Paquetes	0.50	0.01	\$ 1.33
A11	Llenado de formularios para visa	3.00	0.05	\$ 7.97
A12	Compra a proveedores	6.40	0.11	\$ 17.00
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	16.42	0.28	\$ 43.61
Total		58.82	1.00	\$ 156.25

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



Tabla # 26

Título: Asignación Aporte Patronal (Mayo 2016)

Aporte Patronal

Código	Actividad	Horas Hombre por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	2.00	0.03	\$ 10.23
A2	Contacto con los clientes	9.50	0.16	\$ 48.57
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	2.00	0.03	\$ 10.23
A4	Búsqueda de Servicios	1.25	0.02	\$ 6.39
A5	Negociación con proveedores	2.75	0.05	\$ 14.06
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	2.67	0.05	\$ 13.63
A7	Negociación con clientes	10.83	0.18	\$ 55.39
A8	Reserva del ticket	1.00	0.02	\$ 5.11
A9	Reserva de servicios	0.50	0.01	\$ 2.56
A10	Armado de Paquetes	0.50	0.01	\$ 2.56
A11	Llenado de formularios para visa	3.00	0.05	\$ 15.34
A12	Compra a proveedores	6.40	0.11	\$ 32.72
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	16.42	0.28	\$ 83.93
Total		58.82	1.00	\$ 300.71

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Tabla # 27

Título: Asignación Alícuota de arriendo (Mayo 2016)

Alícuota de Arriendo

Código	Actividad	Metros Cuadrados por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	9.03	0.09	\$ 42.66
A2	Contacto con los clientes	24.99	0.24	\$ 118.05
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	2.18	0.02	\$ 10.30
A4	Búsqueda de Servicios	4.74	0.05	\$ 22.39
A5	Negociación con proveedores	10.74	0.10	\$ 50.73
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	4.74	0.05	\$ 22.39
A7	Negociación con clientes	11.48	0.11	\$ 54.23
A8	Reserva del ticket	2.18	0.02	\$ 10.30
A9	Reserva de servicios	3.80	0.04	\$ 17.95
A10	Armado de Paquetes	4.74	0.05	\$ 22.39
A11	Llenado de formularios para visa	3.78	0.04	\$ 17.86
A12	Compra a proveedores	10.55	0.10	\$ 49.84
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	10.55	0.10	\$ 49.84
Total		103.50	1.00	\$ 488.92

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



El costo del arriendo se distribuyó mediante los metros cuadrados por actividad. Se identificaron los metros cuadrados que ocupa cada zona de trabajo dentro de la oficina y luego se dividió el total de metros cuadrados que ocupa esa zona para el número de actividades que allí se realizan. Si una misma actividad es realizada en varias zonas se atribuye a esta actividad la suma de los metros cuadrados de cada zona. Ver anexo 3. El costo de las áreas de uso común es decir baños, cocina, pasillos, lo asumieron proporcionalmente las áreas costeables como lo indica (Zapata, 2015, pág. 309).

Tabla # 28**Título: Asignación Combustible (Mayo 2016)****Combustible**

Código	Actividad	Número de Salidas del Vehículo	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A2	Contacto con los clientes	3.00	0.10	\$ 10.79
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	0.00	0.00	\$ 0.00
A4	Búsqueda de Servicios	0.00	0.00	\$ 0.00
A5	Negociación con proveedores	0.00	0.00	\$ 0.00
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A7	Negociación con clientes	6.00	0.21	\$ 21.57
A8	Reserva del ticket	0.00	0.00	\$ 0.00
A9	Reserva de servicios	0.00	0.00	\$ 0.00
A10	Armado de Paquetes	0.00	0.00	\$ 0.00
A11	Llenado de formularios para visa	0.00	0.00	\$ 0.00
A12	Compra a proveedores	12.00	0.41	\$ 43.14
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	8.00	0.28	\$ 28.76
Total		29.00	1.00	\$ 104.26

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

El vehículo de la empresa es utilizado en las visitas a clientes de las audio guías y en algunos casos para entregar documentación importante en la prestación de los servicios, el costo del combustible se distribuirá mediante el número de salidas del vehículo. El número de salidas es un dato que se levantó



mediante entrevista con la persona encargada del vehículo y corroborando la información mediante una revisión del mayor de la cuenta combustible en donde se evidenció que el valor de carga de combustible es similar mes a mes. El total de salidas se distribuye a las actividades que consumieron el vehículo.

Tabla # 29**Título: Telefonía Fija (Mayo 2016)****Telefonía Fija**

Código	Actividad	Horas consumo telefónico	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	0.08	0.02	\$ 1.08
A2	Contacto con los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	0.75	0.16	\$ 9.76
A4	Búsqueda de Servicios	0.25	0.05	\$ 3.25
A5	Negociación con proveedores	0.25	0.05	\$ 3.25
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	1.00	0.21	\$ 13.01
A7	Negociación con clientes	1.25	0.27	\$ 16.26
A8	Reserva del ticket	0.25	0.05	\$ 3.25
A9	Reserva de servicios	0.08	0.02	\$ 1.08
A10	Armado de Paquetes	0.00	0.00	\$ 0.00
A11	Llenado de formularios para visa	0.25	0.05	\$ 3.25
A12	Compra a proveedores	0.50	0.11	\$ 6.50
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	0.00	0.00	\$ 0.00
Total		4.67	1.00	\$ 60.70

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

En la distribución de este recurso se ha tomado como inductor las horas de consumo telefónico, este dato fue levantado de la siguiente manera: a cada actividad corresponde un grupo de tareas y dentro de estas se encuentran las que consumen servicio telefónico, una vez identificadas estas tareas y las actividades a las que corresponde se realizó entrevistas con el personal de la empresa para recopilar las horas que les toma realizar cada tarea por actividad y luego se procedió a sumar los resultados para obtener el total de horas de consumo por actividad que se presentó en la tabla Nro. 29. Por ejemplo para la actividad A7 se ha identificado 1.25 horas de consumo telefónico y dichas horas están distribuidas en: una negociación para paquete



turístico, una negociación para ticket nacional, una negociación para ticket internacional, una negociación para asesoría en visa y una negociación para venta de audio guía.

Tabla # 30**Título: Consumo de Internet (Mayo 2016)****Consumo de Internet**

Código	Actividad	Horas consumo internet	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A2	Contacto con los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	1.83	0.18	\$ 19.85
A4	Búsqueda de Servicios	1.00	0.10	\$ 10.83
A5	Negociación con proveedores	0.58	0.06	\$ 6.32
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	1.00	0.10	\$ 10.83
A7	Negociación con clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A8	Reserva del ticket	0.50	0.05	\$ 5.41
A9	Reserva de servicios	0.33	0.03	\$ 3.61
A10	Armado de Paquetes	0.00	0.00	\$ 0.00
A11	Llenado de formularios para visa	3.00	0.30	\$ 32.48
A12	Compra a proveedores	1.82	0.18	\$ 19.67
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	0.00	0.00	\$ 0.00
Total		10.07	1.00	\$ 109.00

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

En la distribución de este recurso se ha tomado como inductor las horas de consumo de internet, este dato fue levantado de la siguiente manera: a cada actividad corresponde un grupo de tareas y dentro de estas se encuentran las que consumen servicio de internet, una vez identificadas estas tareas y las actividades a las que corresponde se realizó entrevistas con el personal de la empresa para recopilar las horas que les toma realizar cada tarea por actividad y luego se procedió a sumar los resultados para obtener el total de horas de consumo por actividad que se presentó en la tabla Nro. 30. Por ejemplo para la actividad A12 se ha identificado 1.82 horas de consumo de internet y dichas horas están distribuidas en: una compra a proveedores para



paquete turístico, una compra a proveedores para ticket nacional, una compra a proveedores para ticket internacional, una compra a proveedores para asesoría en visa.

Tabla # 31**Título: Asignación Depreciación Equipos de Computación (Mayo 2016)****Depreciación de Equipos de Computación**

Código	Actividad	% Uso de equipos por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A2	Contacto con los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	0.11	0.02	\$ 4.47
A4	Búsqueda de Servicios	0.68	0.11	\$ 27.63
A5	Negociación con proveedores	0.42	0.07	\$ 17.06
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	0.96	0.16	\$ 39.00
A7	Negociación con clientes	0.43	0.07	\$ 17.47
A8	Reserva del ticket	0.10	0.02	\$ 4.06
A9	Reserva de servicios	0.43	0.07	\$ 17.47
A10	Armado de Paquetes	0.43	0.07	\$ 17.47
A11	Llenado de formularios para visa	0.58	0.10	\$ 23.56
A12	Compra a proveedores	0.93	0.16	\$ 37.78
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	0.93	0.16	\$ 37.78
Total		6.00	1.00	\$ 243.75

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

El costo de la depreciación de activos fijos como: equipos de computación, muebles y enseres, equipos de oficina se distribuyó mediante el porcentaje de uso de estos equipos.

Equipos de computación:

Se identificaron los computadores que están distribuidos en la oficina para el personal y el número de actividades que se realiza en cada uno de ellos, para obtener el porcentaje de uso se dividió el computador para el número de actividades que en él se realizan, obteniendo el porcentaje que se atribuye a cada actividad, así se procedió con los 6 computadores. El porcentaje de uso



que corresponde a cada actividad resulta de la suma de los porcentajes atribuidos a cada actividad de cada computador. Ver anexo 4.

Tabla # 32**Título: Asignación Depreciación Muebles y Enseres (Mayo 2016)****Depreciación Muebles y Enseres**

Código	Actividad	% Uso de los muebles por actividad	%	Total en dólares
A1	Selección de clientes	2.52	0.09	\$ 16.89
A2	Contacto con los clientes	9.08	0.31	\$ 60.86
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	0.61	0.02	\$ 4.09
A4	Búsqueda de Servicios	1.69	0.06	\$ 11.33
A5	Negociación con proveedores	3.02	0.10	\$ 20.24
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	1.69	0.06	\$ 11.33
A7	Negociación con clientes	2.02	0.07	\$ 13.54
A8	Reserva del ticket	0.61	0.02	\$ 4.09
A9	Reserva de servicios	1.44	0.05	\$ 9.65
A10	Armado de Paquetes	1.69	0.06	\$ 11.33
A11	Llenado de formularios para visa	1.42	0.05	\$ 9.52
A12	Compra a proveedores	1.44	0.05	\$ 9.65
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	1.77	0.06	\$ 11.86
Total		29.00	1.00	\$ 194.38

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Muebles y enseres:

Se identificaron 29 muebles y enseres entre mesas, sillas, archivadores y otros más que están distribuidos en la oficina para el personal y el número de actividades que se realiza en cada uno de ellos, para obtener el porcentaje de uso se dividió cada mueble para el número de actividades que en él se realizan, obteniendo el porcentaje que se atribuye a cada actividad, así se procedió con los 29 muebles. El porcentaje de uso que corresponde a cada actividad resulta de la suma de los porcentajes atribuidos a cada actividad de cada mueble. Ver anexo 5.



Tabla # 33

Título: Asignación Depreciación Equipos de Oficina (Mayo 2016)

Depreciación de Equipos de Oficina

Código	Actividad	% Uso de los equipos por actividad	%	Total
A1	Selección de clientes	0.46	0.12	\$ 1.18
A2	Contacto con los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	0.11	0.03	\$ 0.28
A4	Búsqueda de Servicios	0.46	0.12	\$ 1.18
A5	Negociación con proveedores	0.46	0.12	\$ 1.18
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	0.46	0.12	\$ 1.18
A7	Negociación con clientes	0.46	0.12	\$ 1.18
A8	Reserva del ticket	0.11	0.03	\$ 0.28
A9	Reserva de servicios	0.46	0.12	\$ 1.18
A10	Armado de Paquetes	0.00	0.00	\$ 0.00
A11	Llenado de formularios para visa	0.34	0.09	\$ 0.87
A12	Compra a proveedores	0.46	0.12	\$ 1.18
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	0.22	0.06	\$ 0.56
Total		4.00	1.00	\$ 10.25

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Equipos de Oficina:

Los equipos de oficina hace referencia a los teléfonos de la empresa, se identificaron los 4 teléfonos que están distribuidos en la oficina para el personal y el número de actividades que se realiza en cada uno de ellos, para obtener el porcentaje de uso se dividió cada teléfono para el número de actividades que en él se realizan, obteniendo el porcentaje que se atribuye a cada actividad, así se procedió con los 4 teléfonos. El porcentaje de uso que corresponde a cada actividad resulta de la suma de los porcentajes atribuidos a cada actividad de cada teléfono. Ver anexo 6.



Tabla # 34

Título: Asignación Amortización Programas de Computación (Mayo 2016)

Amortización Programas de Computación

Código	Actividad	% de Numero Equipos que usan sistema	%	Total
A1	Selección de clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A2	Contacto con los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	0.00	0.00	\$ 0.00
A4	Búsqueda de Servicios	0.00	0.00	\$ 0.00
A5	Negociación con proveedores	0.00	0.00	\$ 0.00
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A7	Negociación con clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A8	Reserva del ticket	0.00	0.00	\$ 0.00
A9	Reserva de servicios	0.00	0.00	\$ 0.00
A10	Armado de Paquetes	0.00	0.00	\$ 0.00
A11	Llenado de formularios para visa	0.00	0.00	\$ 0.00
A12	Compra a proveedores	1.00	0.50	\$ 15.00
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	1.00	0.50	\$ 15.00
Total		2.00	1.00	\$ 30.00

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

La amortización del programa de contabilidad será distribuida por el porcentaje de uso, las actividades que lo consumen son negociación con proveedores y facturación, el contador de la empresa hace uso del programa en calidad de supervisor de la información por lo que su porcentaje de uso resulta mínimo y se consideró sumarlo a las actividades antes indicadas. El porcentaje distribuido a cada actividad se obtuvo mediante el número de tareas, facturación es la actividad que consume más número de tareas ya que aquí se finaliza el proceso contable de cada servicio (Ingreso de factura, pagos, retenciones). Ver anexo 7.

**Tabla # 35****Título: Asignación Suministros de Oficina (Mayo 2016)****Suministros de Oficina**

Código	Actividad	% de Documentos consumidos	%	Total
A1	Selección de clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A2	Contacto con los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	0.00	0.00	\$ 0.00
A4	Búsqueda de Servicios	0.00	0.00	\$ 0.00
A5	Negociación con proveedores	0.00	0.00	\$ 0.00
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A7	Negociación con clientes	0.00	0.00	\$ 0.00
A8	Reserva del ticket	0.00	0.00	\$ 0.00
A9	Reserva de servicios	0.00	0.00	\$ 0.00
A10	Armado de Paquetes	0.00	0.00	\$ 0.00
A11	Llenado de formularios para visa	0.00	0.00	\$ 0.00
A12	Compra a proveedores	21.00	0.45	\$ 0.00
A13	Proceso de Importación	0.00	0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	26.00	0.55	\$ 0.00
Total		47.00	1.00	\$ 0.00

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

Los suministros de oficina hacen referencia a las facturas y retenciones, para mayo del 2016 se emitieron 26 facturas y 21 retenciones, las cuales fueron distribuidas por el número de emisión de cada una de ellas.

En la siguiente tabla se presenta el costo de las actividades, agrupadas por su centro de costo, en donde ya se puede establecer las actividades más representativas en el proceso productivo de la empresa. A partir de los datos obtenidos se procederá a distribuir el costo de las actividades hacia los objetos de costo para lo que se tomará el mes de Mayo 2016



Tabla # 36

Título: Costo de las actividades primer semestre 2016

Costo de las Actividades Primer Semestre									
Centro de Costo	Código	ACTIVIDADES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL
Atención al cliente	A1	Selección de clientes	\$ 190.52	\$ 184.49	\$ 164.89	\$ 177.13	\$ 176.18	\$ 150.66	\$ 1,043.86
	A2	Contacto con los clientes	\$ 777.03	\$ 753.36	\$ 683.58	\$ 731.98	\$ 732.94	\$ 609.79	\$ 4,288.68
	A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	\$ 169.02	\$ 170.82	\$ 138.46	\$ 144.73	\$ 163.11	\$ 137.58	\$ 923.73
	A4	Búsqueda de Servicios	\$ 160.69	\$ 159.29	\$ 131.45	\$ 139.46	\$ 148.08	\$ 132.10	\$ 871.08
Operaciones	A5	Negociación con proveedores	\$ 275.73	\$ 269.69	\$ 236.08	\$ 252.37	\$ 256.04	\$ 220.96	\$ 1,510.87
	A6	Envío de cotizaciones a los clientes	\$ 251.32	\$ 249.92	\$ 232.29	\$ 239.23	\$ 250.22	\$ 216.17	\$ 1,439.16
	A7	Negociación con clientes	\$ 721.56	\$ 713.96	\$ 673.71	\$ 722.39	\$ 743.73	\$ 584.50	\$ 4,159.85
	A8	Reserva del ticket	\$ 91.94	\$ 91.26	\$ 75.31	\$ 81.72	\$ 84.58	\$ 71.82	\$ 496.64
	A9	Reserva de servicios	\$ 90.78	\$ 88.75	\$ 72.55	\$ 78.47	\$ 79.54	\$ 73.11	\$ 483.20
	A10	Armado de Paquetes	\$ 91.88	\$ 88.63	\$ 75.57	\$ 82.45	\$ 79.78	\$ 73.36	\$ 491.66
	A11	Llenado de formularios para visa	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 211.02	\$ 0.00	\$ 259.09	\$ 220.93	\$ 691.04
Comercialización	A12	Compra a proveedores	\$ 566.20	\$ 547.68	\$ 499.04	\$ 544.10	\$ 548.74	\$ 471.21	\$ 3,176.96
	A13	Proceso de Importación	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 134.87	\$ 200.88	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 335.75
	A14	Facturación	\$ 1,102.23	\$ 1,088.53	1,004.66	1,093.30	1,082.57	\$ 891.35	\$ 6,262.64
TOTAL			\$ 4,488.89	\$ 4,406.38	4,333.47	4,488.21	4,604.60	3,853.56	26,175.11

Realizado por: Los autores
Fuente: Los autores



3.7.2 Asignación actividades hacia los objetos de costo

Tabla # 37

Título: Asignación actividad 1: Selección de clientes (Mayo 2016)

A1

Objetos de Costo	Número de Clientes Seleccionados	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Nacional	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Internacional	0	0.00%	\$0.00
Audio guías	1	100.00%	\$176.18
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	1	100.00%	\$176.18

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Para la venta de la audio guía se seleccionan posibles clientes para realizar visitas, para el mes de mayo se seleccionó 1 cliente.

Tabla # 38

Título: Asignación actividad 2: Contacto con los clientes (Mayo 2016)

A2

Objetos de Costo	Número de atenciones al cliente	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	8	6.96%	\$50.99
Tickets Aéreos Nacional	38	33.04%	\$242.19
Tickets Aéreos Internacional	61	53.04%	\$388.78
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	8	6.96%	\$50.99
Total	115	100.00%	\$732.94

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

La empresa trabaja con una cartera de clientes fija por lo que en cada atención brindada se concreta una venta y el número de atenciones corresponde al total de servicios facturados en el primer semestre del 2016.

**Tabla # 39****Título: Asignación actividad 3: Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas (Mayo 2016)**

A3			
Objetos de Costo	Número de Tickets Emitidos	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Nacional	38	38.38%	\$62.61
Tickets Aéreos Internacional	61	61.62%	\$100.50
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	99	100.00%	\$163.11

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

El total de tickets nacionales e internacionales emitidos en el mes de mayo del 2016 fue de 99.

Tabla # 40**Título: Asignación actividad 4: Búsqueda de Servicios (Mayo 2016)**

A4			
Objetos de Costo	Número de Paquetes Emitidos	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	8	100.00%	\$148.08
Tickets Aéreos Nacional	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Internacional	0	0.00%	\$0.00
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	8	100.00%	\$148.08

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

El total de paquetes emitidos para mayo 2016 fue de 8.

**Tabla # 41****Título: Asignación actividad 5: Negociación con proveedores (Mayo 2016)**

A5

Objetos de Costo	Número de Facturas de compra	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	10	100.00%	\$256.04
Tickets Aéreos Nacional	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Internacional	0	0.00%	\$0.00
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	10	100.00%	\$256.04

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

La negociación con proveedores se distribuirá mediante el número de facturas de compra a nuestros proveedores, para mayo se identificaron 10 facturas.

Tabla # 42**Título: Asignación actividad 6: Envío de cotizaciones a los clientes (Mayo 2016)**

A6

Objetos de Costo	Número de Cotizaciones enviadas	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	24	8.48%	\$21.22
Tickets Aéreos Nacional	76	26.86%	\$67.20
Tickets Aéreos Internacional	183	64.66%	\$161.80
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	283	100.00%	\$250.22

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Los servicios que presta la empresa necesita del envío de cotizaciones, las mismas que deberán ser aprobadas por el cliente para proceder a la emisión ya sea de paquete, ticket o audio guía. Para el mes de mayo se han enviado un total de 283 cotizaciones, en la audio guía para el mes de mayo no se ha enviado cotización. Las asesorías en visas es el único servicio que no necesita el envío de una cotización previa.

**Tabla # 43****Título: Asignación actividad 7: Negociación con clientes (Mayo 2016)****A7**

Objetos de Costo	Número de Facturas emitidas	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	6	23.08%	\$171.63
Tickets Aéreos Nacional	4	15.38%	\$114.42
Tickets Aéreos Internacional	14	53.85%	\$400.47
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	2	7.69%	\$57.21
Total	26	100.00%	\$743.73

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

El número de facturas emitidas en el mes de mayo fueron de 26, estas no se corresponden al número de objetos de costos facturados en el mes de mayo, ya que se ha facturado más de un objeto de costo en una misma factura.

Tabla # 44**Título: Asignación actividad 8: Reserva del ticket (Mayo 2016)****A8**

Objetos de Costo	Número de Tickets Emitidos	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Nacional	38	38.38%	\$49.03
Tickets Aéreos Internacional	61	61.62%	\$32.69
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	99	100.00%	\$82.83

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



Tabla # 45

Título: Asignación actividad 9: Reserva de servicios (Mayo 2016)

A9			
Objetos de Costo	Número de Paquetes Emitidos	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	8	100.00%	\$79.54
Tickets Aéreos Nacional	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Internacional	0	0.00%	\$0.00
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	8	100.00%	\$79.54

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Tabla # 46

Título: Asignación actividad 10: Armado de Paquetes (Mayo 2016)

A10			
Objetos de Costo	Número de Paquetes Emitidos	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	8	100.00%	\$79.78
Tickets Aéreos Nacional	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Internacional	0	0.00%	\$0.00
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	8	100.00%	\$79.78

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



Tabla # 47

Título: Asignación actividad 11: Llenado de formularios para visa (Mayo 2016)

A11

Objetos de Costo	Número de Visas Vendidas	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Nacional	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Internacional	0	0.00%	\$0.00
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	8	100.00%	\$259.09
Total	8	100.00%	\$259.09

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Tabla # 48

Título: Asignación actividad 12: Compra a proveedores (Mayo 2016)

A12

Objetos de Costo	Número de Documentos de compra	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	10	9.17%	\$50.34
Tickets Aéreos Nacional	38	34.86%	\$191.30
Tickets Aéreos Internacional	61	55.96%	\$307.09
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	109	100.00%	\$548.74

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

**Tabla # 49****Título: Asignación actividad 13: Proceso de Importación (Mayo 2016)****A13**

Objetos de Costo	Número de Importaciones Realizadas	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Nacional	0	0.00%	\$0.00
Tickets Aéreos Internacional	0	0.00%	\$0.00
Audio guías	0	0.00%	\$0.00
Asesoría Visas	0	0.00%	\$0.00
Total	0	0.00%	\$0.00

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

NOTA: Para el mes de mayo no se realizó ninguna importación.

Tabla # 50**Título: Asignación actividad 14: Facturación (Mayo 2016)****A14**

Objetos de Costo	Número de Facturas Emitidas	%	Total en dólares
Paquetes Turísticos	6	23.08%	\$240.57
Tickets Aéreos Nacional	4	15.38%	\$160.38
Tickets Aéreos Internacional	14	53.85%	\$561.33
Audio guías	0	0.00%	\$40.10
Asesoría Visas	2	7.69%	\$80.19
Total	26	100.00%	\$1082.57

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

**Tabla # 51****Título: Asignación actividades hacia objetos de costo primer semestre 2016**

Asignación actividades hacia los objetos de costo							
Código	Actividades	Objetos de Costo					Total Actividad
		Paquetes Turísticos	Tickets Aéreos Nacional	Tickets Aéreos Internacional	Audio guías	Asesoría Visas	
A1	Selección de clientes	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,043.86	\$ 0.00	\$ 1,043.86
A2	Contacto con los clientes	\$ 765.78	\$ 1,308.24	\$ 1,941.89	\$ 135.52	\$ 137.25	\$ 4,288.68
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	\$ 0.00	\$ 371.00	\$ 552.74	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 923.73
A4	Búsqueda de Servicios	\$ 871.08	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 871.08
A5	Negociación con proveedores	\$ 1,510.87	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,510.87
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	\$ 317.00	\$ 341.25	\$ 763.73	\$ 17.19	\$ 0.00	\$ 1,439.16
A7	Negociación con clientes	\$ 907.81	\$ 1,346.25	\$ 1,619.70	\$ 72.24	\$ 213.85	\$ 4,159.85
A8	Reserva del ticket	\$ 0.00	\$ 200.65	\$ 295.98	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 496.64
A9	Reserva de servicios	\$ 483.20	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 483.20
A10	Armado de Paquetes	\$ 491.66	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 491.66
A11	Llenado de formularios para visa	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 691.04	\$ 691.04
A12	Compra a proveedores	\$ 807.37	\$ 930.67	\$ 1,392.02	\$ 46.91	\$ 0.00	\$ 3,176.96
A13	Proceso de Importación	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 335.75	\$ 0.00	\$ 335.75
A14	Facturación	\$ 1,391.47	\$ 2,077.03	\$ 2,437.95	\$ 40.10	\$ 316.10	\$ 6,262.64
Total Objetos de Costos		\$ 7,546.23	\$ 6,575.08	\$ 9,004.00	\$ 1,691.56	\$ 1,358.24	\$ 26,175.11

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

En esta tabla se muestra la distribución del costo de las actividades a cada objeto de costo relacionado, cumpliendo así con el proceso de diseño del método ABC en donde se observa el costo de los servicios finales basado en actividades.

3.7.3 Costos bajo sistema ABC

Para la determinación de los costos de los servicios se tomará como base el mes de mayo 2016 al ser el más representativo del semestre, para lo que se presenta la información respecto a los servicios facturados en el mes de mayo.



Tabla # 52

Título: Asignación actividades hacia objetos de costo Mayo 2016

Asignación costo de las actividades a objetos de costo Mayo 2016							
Código	Actividades	Objetos de Costo					Total
		Paquetes Turísticos	Tickets Aéreos Nacional	Tickets Aéreos Internacional	Audio guías	Asesoría Visas	
A1	Selección de clientes	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 176.18	\$ 0.00	\$ 176.18
A2	Contacto con los clientes	\$ 50.99	\$ 242.19	\$ 388.78	\$ 0.00	\$ 50.99	\$ 732.94
A3	Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	\$ 0.00	\$ 62.61	\$ 100.50	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 163.11
A4	Búsqueda de Servicios	\$ 148.08	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 148.08
A5	Negociación con proveedores	\$ 256.04	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 256.04
A6	Envío de cotizaciones a los clientes	\$ 21.22	\$ 67.20	\$ 161.80	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 250.22
A7	Negociación con clientes	\$ 171.63	\$ 114.42	\$ 400.47	\$ 0.00	\$ 57.21	\$ 743.73
A8	Reserva del ticket	\$ 0.00	\$ 32.47	\$ 52.12	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 84.58
A9	Reserva de servicios	\$ 79.54	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 79.54
A10	Armado de Paquetes	\$ 79.78	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 79.78
A11	Llenado de formularios para visa	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 259.09	\$ 259.09
A12	Compra a proveedores	\$ 50.34	\$ 191.30	\$ 307.09	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 548.74
A13	Proceso de Importación	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
A14	Facturación	\$ 240.57	\$ 160.38	\$ 561.33	\$ 40.10	\$ 80.19	\$ 1,082.57
Total Objetos de Costos		\$ 1,098.19	\$ 870.56	\$ 1,972.09	\$ 216.27	\$ 447.48	\$ 4,604.60

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

De la información obtenida anteriormente se presenta en la tabla Nro. 53 un resumen del total de costos para cada objeto de costo correspondiente al mes de mayo.

Mediante observación física a la facturación que presentó la empresa en el mes de mayo se obtuvo el número de cada objeto de costo para el cual se dividirá el costo total, obteniendo así el costo unitario de cada uno de ellos.



Tabla # 53

Título: Costos Unitarios ABC Mayo 2016

COSTO UNITARIO ABC					
Objetos de Costo	Centro de Costo			Unidades Producidas	Costo Unitario ABC
	ATENCIÓN AL CLIENTE	OPERACIONES	COMERCIALIZACIÓN		
Paquetes Turísticos	\$ 199.07	\$ 608.21	\$ 290.91	8	\$ 137.27
Tickets Aéreos Nacional	\$ 304.80	\$ 214.08	\$ 351.68	38	\$ 22.91
Tickets Aéreos Internacional	\$ 489.28	\$ 614.39	\$ 868.42	61	\$ 32.33
Audio guías	\$ 176.18	\$ 0.00	\$ 40.10	1	\$ 216.27
Asesoría Visas	\$ 50.99	\$ 316.30	\$ 80.19	8	\$ 55.94
TOTAL	\$ 1,220.31	\$ 1,752.98	\$ 1,631.31		

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.7.3.1 Costo Paquete Turístico bajo sistema ABC.

Tabla # 54

Título: Hoja de costos paquete turístico

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN:	PAQUETE TURISTICO			
CLIENTE:	EDUARDO UGALDE Y SRA			
FECHA DE INICIO:	23/05/2016	FECHA DE TERMINACIÓN:	30/05/2016	
LÍNEA:	CONCIERGE TRAVEL AGENCY			
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS ACTIVIDADES
23-may	Seguros de Viaje	\$162.75		
23-may	Circuito Europa	\$2,684.55		
23-may	Costo de actividades			\$137.27
	TOTALES	\$2,847.30	0	\$137.27
RESUMEN				
	COSTOS DIRECTOS			\$2,847.30
	MANO DE OBRA DIRECTA			0
	COSTO PRIMO			\$2,847.30
	COSTOS ACTIVIDADES			\$137.27
	COSTO TOTAL PAQUETE TURÍSTICO			\$2,984.57

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

**3.7.3.2 Costo Ticket Aéreo Nacional bajo sistema ABC.**

Tabla # 55

Título: Hoja de costos Ticket nacional

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN:		TICKET NACIONAL		
CLIENTE:		CAMILO ONTANEDA		
FECHA DE INICIO:		04/05/2016	FECHA DE TERMINACIÓN: 04/05/2016	
LÍNEA:		CONCIERGE SERVICES		
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS ACTIVIDADES
04-may	Tickets Aéreos	\$100.37		
04-may	CIF			\$22.91
	TOTALES	\$100.37	0	\$22.91
RESUMEN				
COSTOS DIRECTOS				\$100.37
MANO DE OBRA DIRECTA				0
COSTO PRIMO				\$100.37
COSTOS ACTIVIDADES				\$22.91
COSTO TOTAL TICKET NACIONAL				\$123.28

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

3.7.3.3 Costo Ticket Internacional bajo sistema ABC.

Tabla # 56

Título: Hoja de costos ticket internacional

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN:		TICKET INTERNACIONAL		
CLIENTE:		ROSA ENCALADA CORONEL		
FECHA DE INICIO:		30/05/2016	FECHA DE TERMINACIÓN: 30/05/2016	
LÍNEA:		CONCIERGE SERVICES		
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS ACTIVIDADES
30-may	Tickets Aéreos	\$472.18		
30-may	CIF			\$32.33
	TOTALES	\$472.18	0	\$32.36
RESUMEN				
COSTOS DIRECTOS				\$472.18
MANO DE OBRA DIRECTA				0
COSTO PRIMO				\$472.18
COSTOS ACTIVIDADES				\$32.33
COSTO TOTAL TICKET INTERNACIONAL				\$504.51

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores



3.7.3.4 Costo Audio guía bajo sistema ABC.

Tabla # 57

Título: Costos ABC acumulados audio guías

COSTOS ACUMULADOS AUDIO GUÍAS	
MES	Costo Actividades
ENERO	\$255.36
FEBRERO	\$219.00
MARZO	\$352.08
ABRIL	\$498.18
MAYO	\$216.27
TOTAL	\$1,540.89

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

Para lograr la venta de la audio guía en el mes de mayo la empresa incurrió en costos desde el mes de enero, dichos costos están relacionados a la actividad de búsqueda de potenciales clientes, en la siguiente hoja de costo se presenta los costos acumulados.

Tabla # 58

Título: Hoja de costos audio guías

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN:	KIT AUDIOGUIA			
CLIENTE:	CURIA ARQUIDIOCESANA DE CUENCA			
FECHA DE INICIO:	01/01/2016	FECHA DE TERMINACIÓN:	03/05/2016	
LÍNEA:	AUDIOSERVICIOSTURIS TICOS			
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS ACTIVIDADES
30-may	Kit Audio Guía Manual x 10	\$3,650.44		
30-may	Gastos de Importación	\$1,312.28		
30-may	CIF			\$1,540.89
	TOTALES	\$4,962.72	0	\$1,540.89
RESUMEN				
	COSTOS DIRECTOS			\$4,962.72
	MANO DE OBRA DIRECTA		0	
	COSTO PRIMO			\$4,962.72
	COSTOS ACTIVIDADES			\$1,540.89
	COSTO TOTAL PAQUETE TURÍSTICO			\$6,503.61

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



3.7.3.5 Costo Asesoría Visa bajo sistema ABC.

Tabla # 59

Título: Hoja de costos asesorías en visa

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA				
HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN:	ASESORÍA EN VISA			
CLIENTE:	DIEGO CORDERO			
FECHA DE INICIO:	10/05/2016	FECHA DE TERMINACIÓN:	10/05/2016	
LÍNEA:	CONCIERGE SERVICES			
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS ACTIVIDADES
10-may	Visas(Pago Consulado)			\$105.00
10-may	CIF			\$55.94
	TOTALES	0	0	\$160.94
RESUMEN				
	COSTOS DIRECTOS			\$105.00
	MANO DE OBRA DIRECTA			0
	COSTO PRIMO			\$105.00
	COSTOS ACTIVIDADES			\$55.94
	COSTO TOTAL ASESORÍA EN VISA			\$160.94

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.8 Determinación de porcentaje de utilidad o pérdida de los servicios bajo el sistema de costos ABC

3.8.1 Paquete Turístico

En la venta del paquete turístico la empresa tuvo un margen de utilidad bruta del 18.10%, bajo sistema de costos ABC.

**Tabla # 60****Título: Precio de Venta Paquete Turístico Mayo 2016**

Objeto de Costo	Costo ABC unitario	% Utilidad o pérdida bruta	Precio de Venta según factura
Paquete Turístico	\$2,984.57	18.10%	\$3,524.71

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.8.2 Ticket Nacional

En la venta del ticket nacional la empresa tuvo un margen de perdida bruta del -6.42%, bajo sistema de costos ABC.

Tabla # 61**Título: Precio de Venta Ticket Nacional Mayo 2016**

Objeto de Costo	Costo ABC unitario	% Utilidad o pérdida bruta	Precio de Venta según factura
Ticket Nacional	\$123.28	-6.42%	\$115.37

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.8.3 Ticket Internacional

En la venta del ticket internacional la empresa tuvo un margen de utilidad bruta del 6.28%, bajo sistema de costos ABC.

Tabla # 62**Título: Precio de Venta Ticket Internacional Mayo 2016**

Objeto de Costo	Costo ABC unitario	% Utilidad o pérdida bruta	Precio de Venta según factura
Ticket Internacional	\$504.51	6.28%	\$536.18

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



3.8.4 Audio guía

Con la venta de la audio guía según costeo ABC se obtuvo un margen de utilidad bruta del 3.96%

Tabla # 63

Título: Precio de Venta Audio guía Mayo 2016

Objeto de Costo	Costo ABC unitario	% Utilidad o pérdida bruta	Precio de Venta según factura
Kit Audio guía	\$6,503.61	3.96%	\$6,761.25

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.8.5 Asesoría en Visa

Con la venta de la asesoría en visa según costeo ABC se obtuvo un margen de pérdida bruta del -10.61%

Tabla # 64

Título: Precio de Venta Asesoría en Visa Mayo 2016

Objeto de Costo	Costo ABC unitario	% Utilidad o pérdida bruta	Precio de Venta según factura
Asesoría en Visa	\$160.94	-3.69%	\$155.00

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

3.9 Elaboración de la cadena de valor

Mediante el análisis y conocimiento que se tiene de la empresa se ha propuesto una cadena de valor que va acorde al giro de negocio de la compañía en estudio. En el gráfico número 15 se puede observar de manera clara y tal como lo menciona el concepto de la misma, se encuentran cada una de las etapas que añaden valor a los productos y servicios finales. Para mayor comprensión de la cadena de valor se detallará cada una de sus fases:



Planificación: análisis de los productos o servicios que se ofertarán, mercado y clientes potenciales, para la obtención de beneficios económicos y satisfacción de los clientes en pro del cumplimiento de los objetivos de la empresa. Esta etapa marca el inicio del camino de los productos o servicios que serán ofertados, en donde se analiza cuáles son los servicios que se van a brindar acorde a las necesidades de los clientes, temporadas, situación económica y social del país.

Diseño de Productos-Servicios: optimización, innovación y perfeccionamiento de los productos o servicios mediante promociones, ofertas y demás para mejorar la calidad de los mismos y que se conviertan en la primera opción y elección de los clientes, mediante las mejores propuestas para satisfacción de los clientes.

Investigación: estudio y análisis de todos los suministros, intermediarios de los productos o servicios para su óptima elección y confianza al momento de contratarlos o comprarlos y a su vez ofertarlos a los clientes. En esta etapa se sigue un riguroso conocimiento de los proveedores para alcanzar la mejor negociación posible en beneficio de los clientes.

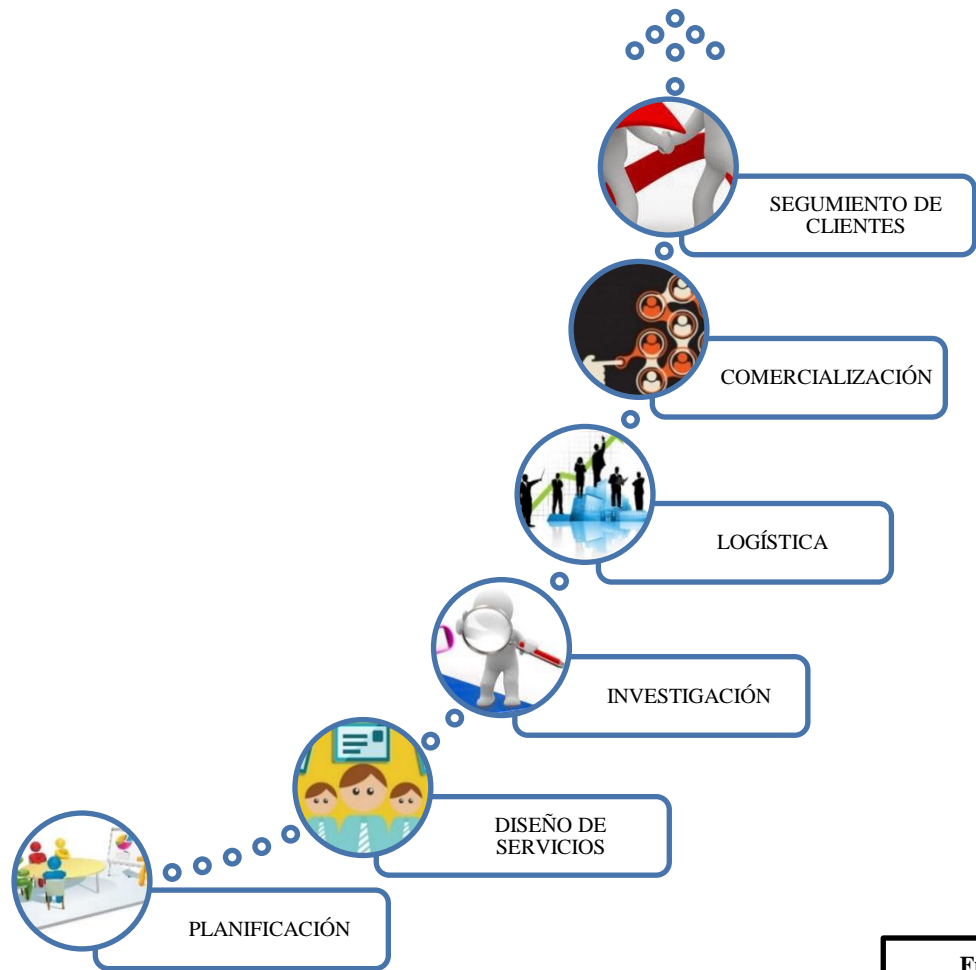
Logística: ejecución completa y sin inconvenientes de todos los procesos que se llevan a cabo para la entrega de los productos o servicios antes y durante la ejecución de los mismos. Esta etapa es crucial para que se lleve a cabo los servicios sin ningún inconveniente, la empresa agota todos sus esfuerzos para que no quede suelto ningún detalle en la ejecución de los servicios.

Comercialización: venta de los productos o servicios disponibles que ofrece la empresa, y atención a los mismos para ventas personalizadas, mediante una negociación justa con precios accesibles y el mejor servicio prestado para que ambas partes estén satisfechas.

Seguimiento de clientes: brindar total confianza a los clientes antes, durante y después de la contratación de los productos o servicios para su mayor seguridad. Mediante asesoría postventa, garantías, mantenimiento, capacitaciones, etc. y en servicios acompañamiento en el desarrollo de los servicios.



Gráfico# 14
Título: Cadena de Valor
Icopmed Travel Cía. Ltda.



Fuente: Los Autores
Realizado por: Los autores



CAPÍTULO 4

COMPARACIÓN DEL SISTEMA DE COSTOS ABC CON EL TRADICIONAL, E IMPACTO DEL SISTEMA ABC EN LA EMPRESA

Los resultados obtenidos con el sistema de costos ABC se presentan a continuación, donde se comparará y analizará los cambios en los costos de los productos o servicios y los cambios en los resultados de la empresa.

4.1 Proceso de contabilización de costos indirectos bajo sistema ABC

Se presenta la contabilización de los costos ABC según (Zapata, 2007, págs. 459-461), la misma que inicia contabilizando los recursos, para luego distribuirlos a las actividades. Una vez ya contabilizados los recursos se envían hacia las actividades mediante los inductores establecidos, para luego asignarlas a cada objeto de costo. La cuenta contable que se utiliza en este proceso es: Inventarios de Productos en Proceso en la cual se asignan los recursos a las actividades que son cuentas auxiliares. La contabilización que se presenta corresponde a los costos indirectos del mes de mayo.



Tabla # 65

Título: Libro Diario de Mayo 2016 de Icopmed Travel Cía. Ltda.

Libro Diario
Al 31 de mayo 2016

Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
30/05/2016		1			
	5.1.03.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones		\$ 2,475.00	
	5.1.03.03.02	Décimo Tercer Sueldo		\$ 206.25	
	5.1.03.03.03	Décimo Cuarto Sueldo		\$ 122.00	
	5.1.03.03.04	Vacaciones		\$ 103.13	
	5.1.03.03.05	Fondos de Reserva		\$ 156.25	
	5.1.03.03.06	Aporte Patronal		\$ 300.71	
	1.1.02.08.03	Anticipo Empleados		\$24.11	
	2.1.03.02.01	Sueldos por pagar			\$ 2,866.51
	2.1.07.03.02	Aporte Personal			\$ 233.89
	2.1.07.04.01	Décimo Tercer Sueldo			\$ 122.92
	2.1.07.04.02	Décimo Cuarto Sueldo			\$ 61.00
	2.1.07.04.04	Vacaciones por pagar			\$ 103.13
		P/r Sueldos y salarios del mes de mayo			
30/05/2016		2			
	5.1.03.09.02	Alícuota de Arriendo		\$ 488.92	
	5.1.03.18.04	Telefonía Fija		\$ 60.70	
	5.1.03.18.06	Consumo de Internet		\$ 109.00	
	1.1.01.02.01	Bancos Pichincha			\$ 658.62
		P/r Pago de arriendo, telefonía e internet mes de mayo			
30/05/2016		3			
	5.1.03.12.01	Combustibles		\$ 104.26	
	1.1.01.01.02	Caja			\$ 104.26
		P/r Pago de combustible mes de mayo			
30/05/2016		4			
	5.1.03.21.01.01	Depreciación Equipos Computación		\$ 243.75	
	5.1.03.21.01.02	Depreciación Muebles y Enseres		\$ 194.38	
	5.1.03.21.01.03	Depreciación Equipos de Oficina		\$ 10.25	
	1.2.01.08.02	Depreciación Acum Equipos de Computación			
	1.2.01.05.02	Depreciación Acum Muebles y Enseres			
	1.2.01.09.02	Depreciación Acum Equipos de Oficina			\$ 448.38
		P/r Depreciación Propiedad, planta y equipo mes de mayo			
30/05/2016		5			
	5.1.03.27.01	Amortización Programas de Computación		\$ 30.00	
	1.2.01.11.02	Amortización Acum Programas de computación			\$ 30.00
		P/r Amortización mes de mayo			
		PASAN	0	4628.71	4628.71



Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
		VIENEN	0	4628.71	4628.71
30/05/2016	1.1.03.05.03	6 Inventario Productos en Proceso		\$ 4,604.60	
		Selección de clientes	\$ 176.18		
		Contacto con los clientes	\$ 732.94		
		Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	\$ 163.11		
		Búsqueda de Servicios	\$ 148.08		
		Negociación con proveedores	\$ 256.04		
		Envío de cotizaciones a los clientes	\$ 250.22		
		Negociación con clientes	\$ 743.73		
		Reserva del ticket	\$ 84.58		
		Reserva de servicios	\$ 79.54		
		Armado de Paquetes	\$ 79.78		
		Llenado de formularios para visa	\$ 259.09		
		Compra a proveedores	\$ 548.74		
		Proceso de Importación	\$ 0		
		Facturación	\$ 1,082.57		
	5.1.03.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones			\$ 2,475.00
	5.1.03.03.02	Décimo Tercer Sueldo			\$ 206.25
	5.1.03.03.03	Décimo Cuarto Sueldo			\$ 122.00
	5.1.03.03.04	Fondos de Reserva			\$ 156.25
	5.1.03.03.05	Aporte Patronal			\$ 300.71
	5.1.03.03.06	Vacaciones			\$ 103.13
	5.1.03.09.02	Alícuota de Arriendo			\$ 488.92
	5.1.03.12.01	Combustibles			\$ 104.26
	5.1.03.18.04	Telefonía Fija			\$ 60.70
	5.1.03.18.06	Consumo de Internet			\$ 109.00
	5.1.03.21.01.01	Depreciación Equipos Computación			\$ 243.75
	5.1.03.21.01.02	Depreciación Muebles y Enseres			\$ 194.38
	5.1.03.21.01.03	Depreciación Equipos de Oficina			\$ 10.25
	5.1.03.27.01	Amortización Programas de Computación P/r Costo de las actividades mediante inductores de recursos.			\$ 30.00
		PASAN	4604.6	9233.31	9233.31



Fecha	Código	Descripción	Auxiliar	Debe	Haber
		VIENEN	4604.6	9233.31	9233.31
		7			
30/05/2016	1.1.03.05.01	Inventarios Productos Terminados		\$ 4,604.60	
		Paquetes Turísticos	\$ 1,098.19		
		Tickets Aéreos Nacional	\$ 870.56		
		Tickets Aéreos Internacional	\$ 1,972.09		
		Audio guías	\$ 216.27		
		Asesoría Visas	\$ 447.48		
	1.1.03.05.03	Inventarios Productos en Proceso			\$ 4,604.60
		Selección de clientes	\$ 176.18		
		Contacto con los clientes	\$ 732.94		
		Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	\$ 163.11		
		Búsqueda de Servicios	\$ 148.08		
		Negociación con proveedores	\$ 256.04		
		Envío de cotizaciones a los clientes	\$ 250.22		
		Negociación con clientes	\$ 743.73		
		Reserva del ticket	\$ 84.58		
		Reserva de servicios	\$ 79.54		
		Armado de Paquetes	\$ 79.78		
		Llenado de formularios para visa	\$ 259.09		
		Compra a proveedores	\$ 548.74		
		Proceso de Importación	\$ 0		
		Facturación	\$ 1,082.57		
30/05/2016		P/r asignación de las actividades hacia los objetos de costo.			
		8			
	5.1.03	Costos Indirectos de Fabricación		\$ 4,604.60	
		Paquetes Turísticos	\$ 1,098.19		
		Tickets Aéreos Nacional	\$ 870.56		
		Tickets Aéreos Internacional	\$ 1,972.09		
		Audio guías	\$ 216.27		
		Asesoría Visas	\$ 447.48		
	1.1.03.05.01	Inventario Productos Terminados			\$ 4,604.60
		Paquetes Turísticos	\$ 1,098.19		
		Tickets Aéreos Nacional	\$ 870.56		
		Tickets Aéreos Internacional	\$ 1,972.09		
		Audio guías	\$ 216.27		
		Asesoría Visas	\$ 447.48		
		P/r costo de los servicios bajo sistema ABC			
		Suman iguales		\$ 18,442.51	\$ 18,442.51

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

4.2 Elaboración del Estado de Costos, Estado de Resultados y Situación Financiera bajo Sistema de Costos ABC

4.2.1 Elaboración del Estado de Costos



El estado de costos de la empresa presenta modificación en sus costos indirectos, ya que además de los costos que durante el estudio se incrementaron para el sistema propuesto, los recursos no constarán como tal en el Estado de Costos sino las actividades que los consumieron, los costos directos son los mismos que se identificaron para el sistema de costos tradicional por lo que no presentan modificación.

Tabla # 66

Título: Estado de Costos Icopmed Travel al 30 de Junio 2016

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA					
ESTADO DE COSTOS					
AL 30 DE JUNIO DEL 2016					
5.1.	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCION				\$ 163,500.63
5.1.01.	MATERIALES DIRECTOS			\$ 136,825.52	
5.1.01.01	COMPRAS		\$ 131,862.80		
5.1.01.02.01	Tickets Aéreos	\$ 81,610.82			
5.1.01.02.07	Paquete Turístico	\$ 49,096.98			
5.1.01.02.11	Visas	\$ 1,155.00			
5.1.01.03.	IMPORTACIONES DE BIENES		\$ 4,962.72		
	(+) Inventario Inicial	\$ 2,348.49			
5.1.01.03.01	Importaciones de bienes no producidos por la compañía	\$ 3,650.44			
5.1.01.03.02	Gastos de Importación	\$ 1,312.28			
		-\$ 2,348.49			
5.1.02	MANO DE OBRA DIRECTA			\$ 500.00	
5.1.01.02.10	Asesoría Profesional Turisconsulting	\$ 500.00			
5.1.03	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION			\$ 26,175.11	
	(+) Selección de clientes	\$ 1,043.86			
	(+)Contacto con los clientes	\$ 4,288.68			
	(+)Búsqueda de tickets disponibles en las aerolíneas	\$ 923.73			
	(+)Búsqueda de Servicios	\$ 871.08			
	(+)Negociación con proveedores	\$ 1,510.87			
	(+)Envío de cotizaciones a los clientes	\$ 1,439.16			
	(+)Negociación con clientes	\$ 4,159.85			
	(+)Reserva del ticket	\$ 496.64			
	(+)Reserva de servicios	\$ 483.20			
	(+)Armado de Paquetes	\$ 491.66			
	(+)Llenado de formularios para visa	\$ 691.04			
	(+)Compra a proveedores	\$ 3,176.96			
	(+)Proceso de Importación	\$ 335.75			
	(+)Facturación	\$ 6,262.64			

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



4.2.2 Elaboración del Estado de Resultados

En base a la información del Estado de Costos se elabora el Estado de Resultados bajo el sistema propuesto el que afecta a la pérdida bruta de la empresa, en este nuevo Estado de Resultados se tomó en consideración costos que al inicio del estudio fueron considerados como gasto, pero que durante el levantamiento de la información se identificó como un recurso necesario para llevar a cabo las actividades.

Tabla # 67

Título: Estado de Resultados al 30 de Junio del 2016

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA ESTADO DE RESULTADOS AL 30 DE JUNIO DEL 2016					
4.1.	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS				\$ 145,758.16
4.1.01	VENTAS			\$ 145,714.17	
4.1.01.01	Audioservicios Turísticos	\$ 6,761.25			
4.1.01.02	Concierge Travel Agency	72,326.60			
4.1.01.04	Concierge Services	66,626.32			
4.1.08.	OTROS INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS			\$ 43.99	
4.1.08.01	Otros ingresos de actividades ordinarias	\$ 43.99			
5.1.	COSTO DE VENTAS Y PRODUCCION UTILIDAD BRUTA				\$ 163,500.63
5.2.	GASTOS				-\$ 17,742.47
5.2.02.	GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 8,151.56	\$ 8,756.46
5.2.02.05.	HONORARIOS, COMISIONES Y DIETAS		\$ 869.63		
5.2.02.05.01	Honorarios, comisiones y dietas a personas naturales	\$ 869.63			
5.2.02.08.	MANTENIMIENTO Y REPARACIONES		\$ 476.62		
5.2.02.08.05	Mantenimiento Eq. de Computación	\$ 280.00			
5.2.02.08.07	Mantenimiento Vehículos	\$ 196.62			
5.2.02.16.	GASTOS DE GESTION		\$ 331.43		
5.2.02.16.01	Gastos de gestión	\$ 226.59			
5.2.02.16.02	Refrigerios y Banquetes Oficina	\$ 104.84			
5.2.02.19.	NOTARIOS Y REGISTRADORES		\$ 18.30		
5.2.02.19.01	Tramites Notariales	\$ 18.30			
5.2.02.20.	IMPUESTOS, CONTRIBUCIONES Y OTROS		\$ 700.88		
5.2.02.20.01	Impuestos, contribuciones y otros	\$ 700.88			
5.2.02.27.	OTROS GASTOS		\$ 5,754.70		
5.2.02.27.06	Correo y Correspondencia	\$ 127.49			
5.2.02.27.07	Material de Aseo y limpieza	\$ 59.37			
5.2.02.27.18	Otros gastos no deducibles	\$ 4,362.92			
5.2.02.27.20	Parqueaderos	\$ 12.62			
5.2.02.27.21	Otros gastos	\$ 1,192.30			
5.2.03	GASTOS FINANCIEROS			\$ 604.90	



5.2.03.04.	DIFERENCIA EN CAMBIO		-\$ 0.02	
5.2.03.04.01	Diferencia en cambio		-\$ 0.02	
5.2.03.05.	OTROS GASTOS FINANCIEROS		\$ 604.92	
5.2.03.05.02	Emisión Estado de Cuenta		\$ 10.00	
5.2.03.05.04	Comisiones Bancarias		\$ 121.20	
5.2.03.05.05	Gastos Bancarios Tarjetas de Crédito		\$ 336.06	
5.2.03.05.06	Comisión Tarjetas de Crédito		\$ 137.66	
	PERDIDA DEL EJERCICIO			-\$ 26,498.93

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

4.2.3 Elaboración del Estado de Situación Financiera

Tabla # 68

Título: Estado de Situación Financiera al 30 de Junio del 2016

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 30 DE JUNIO DEL 2016					
1	ACTIVO				\$ 82,531.61
1.1.	ACTIVO CORRIENTE			\$ 51,968.26	
1.1.01.	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO		\$ 10,421.01		
1.1.01.01.02	Caja Chica	\$ 105.81			
1.1.01.02.01	Banco Pichincha 2100028811	\$ 9,992.60			
1.1.01.02.02	Banco del Pacifico 07559879	\$ 320.60			
1.1.01.02.03	Banco Pacifico Sector Publico 07558414	\$ 2.00			
1.1.02.	ACTIVOS FINANCIEROS		\$ 29,944.89		
1.1.02.05.01	Documentos y cuentas por cobrar clientes no relacionados	\$ 13,965.79			
1.1.02.05.04	Documentos por cobrar a Emisoras Tarjetas Crédito	\$ 5,618.96			
1.1.02.08.03	Anticipo a empleados	\$ 12.20			
1.1.02.08.05	CXC ISABEL PINTO	\$ 691.09			
1.1.02.08.06	CXC Mateo Estrella	\$ 1,087.60			
1.1.02.08.07	Cuenta Baja de documentos No Reconocidos	\$ 8,569.25			
1.1.03.	INVENTARIOS		\$ 2,348.49		
1.1.03.05.01	Inventarios de prod. term. y mercad. en almacén	\$ 2,348.49			
1.1.04.	SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS		\$ 3,962.30		
1.1.04.03.01	Anticipos a proveedores Nacionales	\$ 3,962.30			
1.1.05.	ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES		\$ 5,180.12		
1.1.05.01.01	Crédito tributario a favor de la empresa (IVA)	\$ 2,187.86			
1.1.05.03.01	Anticipo de impuesto a la renta	\$ 239.28			
1.1.05.05.01	Crédito trib. Ret. Renta 2014	\$ 831.47			
1.1.05.05.02	Crédito trib. Ret. Renta 2015	\$ 1,921.51			
1.1.07.	OTROS ACTIVOS CORRIENTES		\$ 111.45		
1.1.07.02	CREDITO TRIBUTARIO ISD	\$ 111.45			
1.2.	ACTIVO NO CORRIENTE			\$ 30,563.35	
1.2.01.	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO		\$ 23,078.35		
1.2.01.05.01	Muebles y enseres	\$ 23,325.52			
1.2.01.05.02	Depreciación Acum Muebles y enseres	-\$ 5,737.43			



1.2.01.08.01	Equipo de computación	\$ 8,775.00		
1.2.01.08.02	Depreciación Acum Equipo de computación	-\$ 5,605.91		
1.2.01.09.01	Equipo de oficina	\$ 1,229.49		
1.2.01.09.02	Depreciación Acum Equipo de oficina	-\$ 278.32		
1.2.01.11.01	Programas de computación	\$ 1,800.00		
1.2.01.11.02	Amortización Acum programas de computación	-\$ 430.00		
1.2.07.	OTROS ACTIVOS NO CORRIENTES		\$ 7,485.00	
1.2.07.06.01	Otros activos no corrientes	\$ 7,485.00		

Título: Estado de Situación Financiera al 30 de Junio del 2016

2	PASIVO				-\$
					60,594.06
2.1.	PASIVO CORRIENTE				-\$
					60,594.06
2.1.03.	CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR			-\$	
			19,284.91		
2.1.03.01.01	Proveedores Locales	-\$ 8,470.26			
2.1.03.02.01	Sueldos por pagar	-\$ 2,866.51			
2.1.03.03.01	Hubert Van Hoof	-\$ 7,054.00			
2.1.03.03.02	Estrella Mateo	-\$ 896.00			
2.1.03.03.03	Ontaneda Isabel Tarjeta Bco. Internacional	\$ 1.86			
2.1.04.	OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS			-\$	
			14,707.00		
2.1.04.01.01	Diners Club del Ecuador S.A.	-\$	11,026.96		
2.1.04.01.02	VISA Titanium	-\$ 3,474.69			
2.1.04.01.06	MASTERCARD BANCO AUSTRO	-\$ 205.35			
2.1.05.	PROVISIONES			-\$ 1,139.44	
2.1.05.01.01	Locales	-\$ 563.65			
2.1.07.	OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES			-\$ 2,554.66	
2.1.07.01.01.	RETENCIONES IVA POR PAGAR	-\$ 56.00			
2.1.07.01.02.56	Retenciones en la fuente por pagar	-\$ 69.28			
2.1.07.03.01	Aporte Patronal	-\$ 232.67			
2.1.07.03.02	Aporte Personal	-\$ 180.97			
2.1.07.04.01	Décimo Tercer Sueldo	-\$ 778.08			
2.1.07.04.02	Décimo Cuarto Sueldo	-\$ 561.20			
2.1.07.04.04	Vacaciones	-\$ 1,670.57			
2.1.07.05.01	Participación trabajadores por pagar del ejercicio	\$ 418.32			
2.1.10.	ANTICIPOS DE CLIENTES			-\$	
			22,908.05		
2.1.10.01	Anticipos de clientes	-\$	22,908.05		
3	PATRIMONIO NETO				-\$
					21,937.55
3.1.	CAPITAL				-\$
				40,000.00	
3.1.02.	CAPITAL SUSCRITO			-\$	
			40,000.00		
3.1.02.02	ONTANEDA PINTO ISABEL CRISTINA	-\$	16,000.00		
3.1.02.03	ESTRELLA DURAN MATEO JULIAN	-\$	16,000.00		
3.1.02.04	HUBERT VAN HOOF	-\$ 8,000.00			
3.4.	RESERVAS				-\$ 227.11
3.4.01.01	Reserva legal	-\$ 227.11			



3.6.	RESULTADOS ACUMULADOS			-\$ 8,209.37	
3.6.01.01	Ganancias acumuladas		-\$ 8,209.37		
3.7.	RESULTADOS DEL EJERCICIO			\$ 26,498.93	
3.7.01.01	Ganancia neta del periodo		\$ 25,923.14		
	Total Pasivo + Patrimonio				82,531.61

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

4.3 Comparación del sistema de costos actual vs sistema de costos propuesto

Los costos de los diferentes servicios obtenidos bajo sistema de costos tradicional y sistema de costos propuestos se presentan a continuación. En los anexos 8, 9,10, 11 y 12 se encuentran las hojas de costos de los siguientes productos o servicios bajo el sistema tradicional.

Tabla # 69

Título: Comparación costos ABC vs Tradicional

Productos/Servicios	Costo Sistema Tradicional	Costo Sistema ABC	Diferencia en dólares	Diferencia en %
Paquetes Turísticos	\$3,218.21	\$2,984.57	\$-233.64	-7.26%
Tickets Aéreos Nacional	\$113.44	\$123.28	\$9.84	8.67%
Tickets Aéreos Internacional	\$533.69	\$504.51	\$-29.18	-5.47%
Audio guías	\$5,609.19	\$6,503.61	\$894.42	15.95%
Asesoría Visas	\$118.68	\$160.94	\$-42.26	35.60%

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

En los paquetes turísticos se presenta un paquete a Croacia, en la tabla Nro.69 se muestra que bajo sistema tradicional se obtuvo un costo mayor que el sistema propuesto en un 7.26%, debido que con el costeo tradicional se asignan los costos indirectos en base a los materiales directos, por tanto mientras más costoso sea el paquete turístico más alto será el costo indirecto que se asigne y más bajo el porcentaje de utilidad, pero esta distribución de costos no corresponde a la realidad ya que el proceso para emisión de un paquete turístico, indiferente de su destino, es el mismo, por lo que los costos bajo ABC fueron distribuidos en base a las actividades que se realizan para llegar a completar el servicio y esto presenta un costo menor.



En el ticket nacional ocurre lo contrario, la tabla Nro. 69 muestra con el costeo tradicional se obtuvo un costo menor al sistema propuesto en un 8.67%, esto se debe a que para establecer un porcentaje de utilidad en emisiones de tickets la empresa se ha basado en una utilidad de mercado para de esta manera no perder competitividad. Con el sistema de costos propuesto se costean todas las actividades necesarias para llegar a completar el servicio por lo que los costos indirectos son mayores y esto ocasiona que la empresa en emisión de tickets nacionales presente pérdidas.

Para el ticket internacional el costo propuesto presenta una disminución del 5.47%, los tickets internacionales presentan igual situación que los paquetes turísticos ya que al ser internacional su costo directo será mayor y por tanto bajo sistema tradicional sus costos indirectos también serán mayores.

La venta de audio guía facturada en el mes de mayo presenta un aumento de costo con el sistema propuesto en un 15.95%, el sistema propuesto considera los costos acumulados, con respecto a las actividades propias de la venta de audio guías, hasta la fecha de venta (mayo 2016) ocasionando el aumento en el costo

Para las asesorías de visas se tiene una diferencia de 35,60% en donde mediante el sistema propuesto se obtuvo un costo mayor, esto se da porque el costo directo de la asesoría en visa es bajo y debido a que la tasa predeterminada esta en base a los materiales directos el costo indirecto asignado es bajo, mientras que los recursos que consume la prestación de este servicio es mal alto y por medio del sistema propuesto se asignó el costo basado en las actividades y recursos consumidos presentando así un costo mayor.



Tabla # 70

Título: Comparación Costos Indirectos ABC vs Tradicional

Productos/Servicios	Tradicional		ABC	
	% Costo Primo	% CIF	%Costo Primo	% Costo Actividades
Paquetes Turísticos	87%	13%	95%	5%
Tickets Aéreos Nacional	87%	13%	81%	19%
Tickets Aéreos Internacional	87%	13%	94%	6%
Audio guías	87%	13%	76%	24%
Asesoría Visas	87%	13%	65%	35%

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

Evidentemente la mayor diferencia entre ambos sistemas es el tratamiento que tiene cada uno sobre los costos indirectos. En la tabla Nro. 70, se observa la composición de los costos totales de ambos sistemas, en donde el sistema tradicional por su manera de asignación de los costos indirectos mediante una tasa predeterminada distribuye de manera igualitaria sus costos indirectos a todos los objetos de costos en un 13%, mientras en el sistema ABC se asignan el costo de las actividades en las que se incurre para llevar a cabo el servicio o producto final mediante inductores de costo propios para cada recurso, de esta manera se evidencian distintos porcentajes de los costos ABC.

Analizando la utilización de los recursos de la tabla Nro. 70 para cada objeto de costo se puede decir:

- En los paquetes turísticos se tiene una sobreestimación de los costos indirectos con respecto al tradicional, debido a que se asigna el 13% en el sistema tradicional y con ABC el 5%.
- En el ticket nacional se muestra una subestimación de los costos indirectos ya que se asigna 13% en el sistema tradicional y con ABC 19%.
- Para el ticket el internacional se observa una sobreestimación por la asignación del 13% en el sistema tradicional y 6% con ABC.
- En las audio guías se obtiene una subestimación de los costos indirectos debido a que se asigna 13% en el sistema tradicional y 24% con ABC.



- Las asesorías en visas presentan también una subestimación de los costos indirectos ya que en el sistema tradicional los costos indirectos representan el 13% del total de los costos, mientras que con el sistema propuesto representan el 35%.

4.4 Análisis del impacto del Sistema ABC en el Estado de Costos

Tabla # 71

Título: Costos Indirectos bajo sistema tradicional

Código	Cuenta	Valor
5.2.02.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$9040.00
5.2.02.03.02	Décimo Tercer Sueldo	\$753.33
5.2.02.03.03	Décimo Cuarto Sueldo	\$518.50
5.2.02.03.04	Vacaciones	\$376.67
5.2.02.03.05	Fondos de Reserva	\$483.34
5.2.02.03.06	Aporte Patronal	\$1098.36
5.2.02.09.02	Alícuota de Arriendo	\$3182.29
5.2.02.18.04	Telefonía Fija	\$279.79
5.2.02.18.06	Consumo de Internet	\$448.93
5.2.02.21.01.01	Depreciación Equipos Computación	\$1462.50
5.2.02.27.	Amortización Programas de Computación	\$180.00
	Total	\$17823.71

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

En la tabla Nro. 71 se muestran los costos indirectos utilizados en el sistema tradicional, los mismos que son distribuidos a los diferentes objetos de costo. Mediante el levantamiento de información para el sistema de costos propuesto se incluyen costos adicionales a los previstos anteriormente ya que son costos que consumen las actividades que desarrolla la empresa, como por ejemplo la depreciación de muebles y enseres, este costo se consideraba como un gasto pero mediante el estudio realizado para el nuevo sistema será considerado como costo ya que constituye un recurso para desarrollar las actividades identificadas en los diferentes objetos de costo.

A continuación se presenta los costos indirectos bajo sistema de costos ABC, que aumentaron en un 32% con respecto a los costos indirectos iniciales, con estos se trabajó bajo en el sistema propuesto.



El aumento del 32% en el Estado de Costos bajo sistema propuesto afecta a la pérdida bruta de la empresa, es decir esta aumenta en relación al sistema tradicional.

El sistema ABC determina costos exactos, por lo que el sistema se convierte en la herramienta indispensable de toda gerencia para que evalúe y controle sus recursos y actividades para obtener una maximización y optimización de los mismos.

Tabla # 72

Título: Costos Indirectos bajo sistema ABC

Código	Cuenta	Valor
5.2.02.01.01	Sueldos, salarios y demás remuneraciones	\$13,819.00
5.2.02.03.02	Décimo Tercer Sueldo	\$1,151.57
5.2.02.03.03	Décimo Cuarto Sueldo	\$701.50
5.2.02.03.04	Vacaciones	\$575.79
5.2.02.03.05	Fondos de Reserva	\$881.59
5.2.02.03.06	Aporte Patronal	\$1,679.01
5.2.02.09.02	Alícuota de Arriendo	\$3,182.29
5.2.02.12.01	Combustibles	\$394.10
5.2.02.18.04	Telefonía Fija	\$279.79
5.2.02.18.06	Consumo de Internet	\$448.93
5.2.02.21.01.01	Depreciación Equipos Computación	\$1,462.50
5.2.02.21.01.02	Depreciación Muebles y Enseres	\$1,166.28
5.2.02.21.01.03	Depreciación Equipos de Oficina	\$61.50
5.2.02.27.	Amortización Programas de Computación	\$180.00
5.2.02.27.02	Suministros de Oficina	\$191.26
	Total	\$26,175.11

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores



4.5 Análisis del impacto en el margen de utilidad de los servicios

Tabla # 73

Título: Comparación margen de utilidad ABC vs Tradicional

Productos/Servicios	Costo Sistema Tradicional	Costo Sistema ABC	Precio de Venta	Utilidad Tradicional	Utilidad ABC
Paquetes Turísticos	\$3218.21	\$2984.57	\$3524.71	9.52%	18.10%
Tickets Aéreos Nacional	\$113.44	\$123.28	\$115.37	1.70%	-6.42%
Tickets Aéreos Internacional	\$533.69	\$504.51	\$536.18	0.47%	6.28%
Audio guías	\$5609.19	\$6503.61	\$6761.25	20.54%	3.96%
Asesoría Visas	\$118.68	\$160.94	\$155.00	30.60%	-3.69%

Fuente: Los autores

Realizado por: Los autores

En esta tabla se observa el impacto que tiene el modelo ABC sobre los márgenes de utilidad manteniendo el precio de venta inicial tomado de la facturación de los servicios analizados. Uno de los propósitos de la contabilidad de costos es optimizar las utilidades de la empresa por lo que es de gran importancia que el sistema de costos utilizado genere información correcta y oportuna en cuanto a los márgenes de utilidad, el sistema propuesto dará a la gerencia una información que refleje la realidad de la empresa, la tabla Nro.73 muestra las diferencias en los porcentajes de utilidad con los dos sistemas y cómo en algunos casos se podría incurrir en pérdidas al establecer porcentaje de utilidad basados en costos inexactos.

A continuación en la tabla Nro. 74 se presentan precios de venta de los servicios bajo el sistema de costos propuesto manteniendo el porcentaje de utilidad que se estableció para el sistema tradicional.

**Tabla # 74****Título: Precios de Venta ABC con margen de utilidad del sistema tradicional.**

Productos/Servicios	Precio de Venta Tradicional	Precio de Venta ABC	Utilidad Bruta Tradicional	Utilidad Bruta ABC
Paquetes Turísticos	\$3,524.71	\$3,268.70	9.52%	9.52%
Tickets Aéreos Nacional	\$115.37	\$126.24	1.70%	1.70%
Tickets Aéreos Internacional	\$536.18	\$506.88	0.47%	0.47%
Audio guías	\$6,761.25	\$7,839.45	20.54%	20.54%
Asesoría Visas	\$150.00	\$210.19	30.60%	30.60%

Fuente: Los autores
Realizado por: Los autores

La diferencia en los precios de los servicios responderá a los cambios que se presentaron en los costos, los paquetes turísticos manteniendo el precio de venta inicial se identificó un 9.52% de utilidad bruta, para mantener la utilidad bruta inicial se deberá disminuir el precio de venta en un 7.26%, lo que le volverá un servicio más atractivo al cliente por su precio.

Los tickets nacionales manteniendo su precio inicial presentan una pérdida bruta de 1.70% debido al aumento en su costo ABC, para evitar esta pérdida y alcanzar el porcentaje de utilidad bruta inicial se tendrá que modificar su precio en un 8.67%.

Para los tickets internacionales bajo sistema tradicional presenta un porcentaje de utilidad bruta baja, pero para alcanzar este porcentaje deberá bajar su precio en un 5.74%, por el contrario no sería beneficioso para la empresa mantener un bajo porcentaje de utilidad, en los tickets internacionales se puede mantener el precio de venta inicial.

Con las audio guías la diferencia entre las utilidades brutas bajo los dos sistemas es considerable por lo que para mantener la utilidad bruta inicial se tendrá que aumentar el precio en un 15.95%, sin embargo se debe considerar



que esta gran diferencia corresponde a los costos acumulados que se presentan en el sistema propuesto por lo que al igual que los tickets internacionales se debería mantener el precio de venta inicial ya que su aumento reduciría sus ventas.

Para las asesorías en visas se presenta una utilidad alta, bajo sistema tradicional, debido a la distribución de los costos indirectos, para alcanzar esta utilidad se deberá aumentar su precio en 35.61%, esto tampoco es recomendable ya que hará de este servicio menos atractivo y menos competitivo.

4.6 Análisis del impacto del Sistema de Costos ABC en el Estado de Resultados y Estado de Situación Financiera

El Estado de Resultados refleja el nivel de consecución de los objetivos de la empresa, por lo que contar con información correcta acerca de sus costos y gastos es de gran importancia debido a que la adecuada determinación de sus costos le permite mantener la imagen ante sus clientes.

Mediante el estudio realizado se mostró que la empresa utilizando el sistema de costos tradicional no obtendrá información correcta sobre los costos de sus servicios, por ejemplo al momento de establecer qué servicio genera más valor a la empresa bajo sistema tradicional se presenta que las asesorías en visas son el servicio que generaba más utilidad, mientras que los tickets internacionales generan menos utilidad, en base a esto la gerencia estaría tomando decisiones erróneas basándose en información inexacta del sistema tradicional, luego del análisis y correcta distribución de los costos se estableció que los servicios que generaban más y menos valor eran los paquetes turísticos y asesorías en visas respectivamente.

El sistema propuesto sin duda es una herramienta importante para la gerencia al momento de tomar decisiones para la consecución de los objetivos.



El impacto que tiene el sistema de costos propuesto en el Estado de Resultados va dirigido a la pérdida bruta de la empresa ya que se incluyeron costos que no estaban siendo considerados inicialmente, por lo tanto el Estado de Resultados de la empresa presenta una pérdida bruta de \$-9,391.07 dólares pero luego del levantamiento del diseño de costos ABC el Estado de Resultado bajo este sistema presenta una pérdida bruta de \$-17,742.47 dólares. El diseño del sistema de costos ayudará a la empresa a obtener datos reales de su actividad económica y de esta manera mejorará su administración.

El sistema de costos de ABC y el tradicional no presenta diferencia en el Estado de Situación Financiera ya que en este documento no se presenta la utilidad bruta, la cual fue afectada por el nuevo sistema, sino la utilidad neta la cual no varía de un sistema a otro.



CONCLUSIONES

En base a la información obtenida en el desarrollo del presente trabajo de titulación, se concluye lo siguiente:

1. A los costos se los relaciona con empresas industriales o manufactureras y en compañías de servicios es poco común su aplicación, por lo que en el desarrollo del presente trabajo se ha demostrado que su utilización sería una gran herramienta para estas organizaciones.
2. Mediante las encuestas realizadas al sector turístico, específicamente agencias de viaje, se determinó que el sector carece de la aplicación de un sistema de costos que contribuya a la toma de decisiones efectiva en cuanto a la administración de la empresa.
3. El sector excluye los costos de su contabilidad, en la fijación de sus precios calculan sus márgenes de utilidad sobre los materiales directos de cada producto o servicio basándose en la competencia de mercado.
4. En el desarrollo del presente trabajo se concluyó que el sistema de costos ABC es el ideal para este tipo de empresas de servicios ya que se adapta a las necesidades propias de las agencias, y este sector cumple con las condiciones para su aplicación como los son: costos indirectos representativos debido a que son empresas de servicios, y a su amplio portafolio de servicios.
5. Los inductores de costos elegidos para la asignación han reflejado la realidad para la distribución tanto de los recursos hacia las actividades como de las actividades a los objetos de costo.
6. Debido a la capacidad y alcance del modelo ABC los costos obtenidos muestran la realidad de los productos o servicios.
7. Con los nuevos costos obtenidos para cada servicio y comparados con el precio de venta, se determinó que la utilidad de algunos servicios disminuye con el sistema de costos propuesto, por ejemplo para audio guías su utilidad disminuyó, esto se debe a que bajo el sistema tradicional no se consideran los costos en los que incurrió la empresa



- meses antes de la venta de audio guía contactando con posibles clientes.
8. El sistema de costos tradicional no es idóneo para la empresa, al no contar con mano de obra directa la tasa predeterminada será en base a los materiales directos, la utilización de esta tasa para distribuir los costos indirectos distorsiona la realidad de la empresa porque al subir el costo de los materiales directos, subirá también el porcentaje de costos indirectos y por tanto afectará a la utilidad del servicio, esto no sucede con el sistema de costos ABC debido a que para la distribución de los costos se identifica un inductor idóneo para cada actividad.
 9. En cuanto a los estados financieros, el estado de costos muestra un gran cambio debido a que refleja cómo fueron utilizados los recursos por las actividades seleccionadas y no el costo total de los recursos.
 10. De los servicios que presta la empresa existen servicios como la asesoría en visa que no cuenta con mucha demanda como otros servicios, esto se debe a que la empresa cuenta con una cartera de clientes establecida.
 11. La información que brinda el sistema de costos ABC en cuanto a márgenes de utilidad para cada servicio, ayudará a la gerencia en la toma de decisiones efectivas y de esta manera se contribuye a mejorar la competitividad de la empresa.



RECOMENDACIONES

1. Provisionar las vacaciones de los empleados mensualmente de manera que este rubro forme parte de los costos indirectos mensuales y no afecte de manera global en alguna liquidación de los empleados.
2. Capacitar a todo el personal sobre la contabilidad de costos, su importancia, beneficios, métodos y aplicación.
3. Para el sector de las agencias de viaje y la empresa estudiada levantar un sistema de costos basado en actividades, usando como base el presente trabajo de titulación.
4. Debido a que los costos indirectos en su mayoría son fijos lograr mayor captación de clientes y así aprovechar al máximo los recursos con los que cuenta la empresa para tener menores costos indirectos unitarios y una disminución de los costos.
5. Se recomienda a la empresa realizar mayor publicidad por todos los medios posibles con el objetivo de incrementar su cartera de clientes y así aumentar la demanda de sus servicios.
6. Para el establecimiento de su porcentajes de utilidad se sugiere fijar un porcentaje de utilidad tomando en cuenta los tres elementos del costo y de esta manera se tomarán mejores decisiones en el manejo general de la empresa.



BIBLIOGRAFÍA

- Biocomercio Andino*. (2014). Obtenido de <http://www.biocomercioecuador.ec/biocomercio-en-el-ecuador/biodiversidad-en-el-ecuador>
- Cantu, G. G. (2008). *Contabilidad Financiera*. Monterrey: Mc Graw Hill.
- Cuevas, C. F. (2010). *Contabilidad de costos*. Colombia: Pearson Educacion .
- Echeverria, C. (s.f). *Coste Basado en Actividades*. Obtenido de <http://www.echeverriasalazar.com/noticia.pdf>
- Hornngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2012). *Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial*. Mexico: Pearson Educacion.
- Hornngren, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (2006). *Contabilidad Administrativa*. Mexico: Pearson Educación.
- Icopmed Travel. (2013). *Conceptos Concierge Travel Ecuador*.
- INEC. (s.f). *Instituto Ecuatoriano de Indices y Censos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Estadisticas_economicas/descarga_INEC/Clasificaci%3n+de+actividad+CIIU+4.0.pdf
- Infoturistic*. (20 de Agosto de 2012). Obtenido de <https://infoturistic.wordpress.com/2012/08/20/thomas-cook-pionero-del-turismo/>
- Martínez, À. M. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Màximo, B. C. (Diciembre de 2014). Costos por òrdenes de producciòn. Estado de Hidalgo.
- Mayorga, C. (s.f.). *Gerencia Estratégica de Costos*. Obtenido de <https://cesarmayorga.wikispaces.com/file/view/COSTOS+ABC.pdf>
- Medina, R. R. (2014). Contabilidad de costos. *Bdigital*.
- Ministerio de Turismo. (2014). Ley de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2015). Reglamento a la Ley de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2015). Reglamento general de actividades turísticas.
- Ministerio de Turismo. (2016). Principales indicadores de Turismo. <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/boletin-mensual/95>.
- OMT. (20 de JULIO de 2016). *Organizaciòn Mundial de Turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es>
- OMT. (2016). Panorama OMT del turismo mundial.
- OMT. (2017). Panorama OMT del turismo mundial. <http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-17/el-turismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-pese-las-dificul>.
- Poma Sanchez, L. (2012). *Universidad Privada del Nortw, Perú*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/MartinPolo84/costos-abc-13464458>
- Pombo, J. R. (2011). *Contabilidad General*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Ramis, F., Neriz, L., Cepeda, C., & Rosales , V. (2001). *COSTEO DE PRODUCTOS EN LA INDUSTRIA DEL MUEBLE MEDIANTE MÉTODO ABC*. Obtenido de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-221X2001000100002



- Rodriguez, E. A. (2011). Evolución histórica del turismo. Recuperado de Revista Vinculando:
http://vinculando.org/vacaciones_viajes/turismo_sostenible/3_evolucion_historica_del_turismo.html. *Revista Vinculando*.
- Sánchez Barraza, B. (2013). IMPLICANCIA DEL MÉTODO DE COSTEO ABC. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables UNMSM, Lima, Peru*.
Obtenido de
http://ateneo.unmsm.edu.pe/ateneo/bitstream/123456789/2762/2/Quipukamayoc08v21n39_2013.pdf
- Zapata, P. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Pearson Education.
- Zapata, P. (2015). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Pearson Education.



ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

La presente encuesta tiene como objetivo conocer el sistema de costos que utilizan las agencias de viajes en Cuenca. Le pedimos su colaboración y sus sinceras respuestas a las siguientes preguntas.

Datos:

Nombre de la empresa:

Cargo:

Fecha: __/__/2016

Parroquia:

Preguntas

1. ¿Qué tipo de contribuyente es la empresa?

- | | | | |
|---|--------------------------|----------|--------------------------|
| Persona natural no obligada a llevar contabilidad Anónima | <input type="checkbox"/> | Sociedad | <input type="checkbox"/> |
| Persona natural obligada a llevar contabilidad Limitada | <input type="checkbox"/> | Compañía | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene la empresa?

- | | | | |
|----------|--------------------------|--------------------------|---------------|
| 0-2 Años | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | más de 5 Años |
| 3-5 Años | <input type="checkbox"/> | | |

3. Número de empleados de la empresa.

- | | | | |
|------|--------------------------|--------------------------|-----------|
| 0-5 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | más de 10 |
| 5-10 | <input type="checkbox"/> | | |



4. ¿Qué tipo de productos o servicios ofrece la empresa?

Tickets Aéreos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Asesorías en
Visas			
Paquetes Turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Consultorías
Servicio de Transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Otros

Especifique: _____

5. ¿La empresa cuenta con organigrama, manual interno de funcionamiento, misión, visión, políticas, reglamentos, donde se encuentren delimitadas las funciones y/o actividades que se deben realizar en la empresa?

SI NO

6. Señale los organismos a los que se encuentra afiliada la empresa

Ministerio de Turismo	<input type="checkbox"/>	Ninguno	<input type="checkbox"/>
Cámara de Turismo Provincial del Azuay	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Especifique:

7. De acuerdo a la siguiente escala ¿Qué nivel de ingresos anuales tiene la empresa?

0,00-60.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>	180.000,00-240.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>
60.000,00-120.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>	240.000,00-300.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>
120.000,00-180.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>	300.000,00-en adelante	dólares	<input type="checkbox"/>

8. De acuerdo a la siguiente escala ¿Qué nivel de gastos-costos anuales tiene la empresa?

0,00-60.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>	180.000,00-240.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>
60.000,00-120.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>	240.000,00-300.000,00	dólares	<input type="checkbox"/>



120.000,00-180.000,00 dólares

300.000,00-en adelante dólares

9. ¿En la distribución de los costos hacia los productos-servicios, aplica algún sistema de costeo?

¿Cuál? S NO

10. ¿Para conocer el costo de los productos o servicios y fijar sus precios, señale los elementos que son considerados?

Costo Directo
Mano de Obra Directa
Costos Indirectos

11. ¿Realiza algún procedimiento para el control de la distribución de los costos indirectos de fabricación?

S NO
Especifique _____

12. La contabilidad que lleva la empresa, le permite conocer con precisión y oportunidad los costos de los productos-servicios que oferta.

S NO

13. Las decisiones tomadas en base a los reportes generados en la empresa han sido:

Confiable Poco confiable No se can

14. ¿Tiene conocimiento acerca del Costeo Basado en Actividades?

S NO

Nota: Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 17



15. ¿En la empresa se ha aplicado el costeo basado en actividades?

SI

NO

16. ¿Se encontraría Ud. dispuesto a dar apertura en su empresa para la aplicación de un sistema de Costeo Basado en Actividades?

S

NO

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a invertir para levantar la plataforma del Costeo ABC?

0,00-2.000,00 dólares

2.000,00-4.000,00 res

4.000,00-6.000,00 dólares

6.000,00-en adelante ares

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Anexo 2: Análisis de estados financieros presentados a la Superintendencia de Compañías de las empresas encuestadas.

		COMPAÑIAS										
Código	Cuenta	ANDES TOUR	RUTEROS TOUR	CAROLSOS E TRAVEL	EMIVALTUR	MOMPOTRAVEL	AYAXTRAVEL	DISCOVERY TRAVEL	AEQUATORI AN TOURING	RUTA DEL VALE	APULLACTA	ICOPMED TRAVEL
6999	TOTAL INGRESOS	\$ 1,550.00	\$ 8,686.26	\$ 53,868.36	\$ 540,941.53	\$ 197,475.34	\$ 266,012.05	\$ 934,288.49	\$ 11,680.18	\$ 6,438.26	\$ 667,839.15	\$ 247,490.46
7991	TOTAL COSTOS		\$ 6,123.60	\$ 0.00		\$ 0.00	\$ 209,065.67	\$ 795,083.91	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 390,736.77	\$ 166,902.05
7992	TOTAL GASTOS	\$ 1,539.28	\$ 968.30	\$ 53,045.26	\$ 537,885.06	\$ 171,557.20	\$ 53,782.55	\$ 133,718.97	\$ 11,023.42	\$ 6,428.26	\$ 257,316.26	\$ 76,694.13
7999	TOTAL COSTOS Y GASTOS	\$ 1,539.28	\$ 7,091.90	\$ 53,045.26	\$ 537,885.06	\$ 171,557.20	\$ 262,848.22	\$ 928,802.88	\$ 11,023.42	\$ 6,428.26	\$ 648,053.03	\$ 243,596.18
801	UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 10.72	\$ 1,594.36	\$ 823.10	\$ 3,056.47	\$ 25,918.14	\$ 3,163.83	\$ 5,485.61	\$ 656.76	\$ 10.00	\$ 19,786.12	\$ 3,894.28
802	PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00



Anexo 3: Inductor de recurso de Arriendos

Oficina Icopmed Travel en metros cuadrados.

7.5 m ²	15m ²	18m ²
7.5 m ²		
10.5 m ²	10.5 m ²	7.5m ²
27m ²		

Actividades que se realizan en los distintos espacios físicos de la oficina de Icopmed Travel

A1, A2, A4, A5,A6,A7,A10,A11		A1, A2, A5
A2		
A2, A3, A4, A5, A6,A7,A8,A9,A10,A12,A14	A1, A2, A4, A5, A6, A7, A9, A10, A11, A12, A13, A14	A2, A4, A5, A6, A7, A9, A10, A11, A12, A14
A2, A7, A12 ,A13 ,A14		



Anexo 4: Inductor de recurso de Equipos de Computación

Equipos de computación de Icopmed Travel ubicados en los distintos espacios físicos de la oficina.

1 Computador				
1 Computador Impresora 1 Computador	1 Computador	1 Computador		

Actividades que utilizan equipos de computación.

Equipos	#	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14
Computadora portátil Acer	1				x	X	x	x		x	x	x	x		x
Computadora portátil Asus	1			x	x	X	x	x	x	x	x		x		x
Computadora portátil Asus	1				x	X	x	x		x	x	x	x	x	x
Computadora de escritorio Dell	1				x	X	x	x		x	x	x	x		x
Computadora portátil + Monitor	1				x		x						x		x
Impresora	1						x					x	x		x



Anexo 5: Inductor de recurso de Muebles y Enseres

Muebles y Enseres de Icopmed Travel ubicados en los distintos espacios físicos de la oficina.

1 Escritorio Madera, 1 Silla Rodante			1 Escritorio de Madera, 1 Silla Rodante, 2 Silla Madera
1 Mesa Redonda, 5 Sillas Madera			
1 Escritorio Metal, 1 Silla Rodante, 1 Silla Metálica	1 Escritorio Metal, 1 Silla Rodante, 2 Silla		1 Escritorio Metal, 1 Silla Rodante, 3 Silla

Actividades que utilizan muebles y enseres.

Muebles	#	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14
Escritorio Madera	1	x	x		x	x	x	x			x	x			
Silla Rodante	1	x	x		x	x	x	x			x	x			
Mesa Redonda	1		x												
Silla de madera	5		x												
Escritorio Madera	1	x	x			x									
Silla Rodante	1	x	x			x									
Silla de madera	2	x	x			x									
Escritorio Metal	1	x		x	x	x	x	x	x	x	x		x		X
Silla Rodante	1	x		x	x	x	x	x	x	x	x		x		X
Silla Metálica	1	x		x	x	x	x	x	x	x	x		x		X
Escritorio Metal	1	x	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x	X
Silla Rodante	1	x	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x	X
Silla Metálica	2	x	x		x	x	x	x		x	x	x	x	x	X
Escritorio Metal	1		x		x	x	x	x		x	x	x	x		X
Silla Rodante	1		x		x	x	x	x		x	x	x	x		X
Silla Metálica	3		x		x	x	x	x		x	x	x	x		X
Sofá	1		x					x							X
Librero	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
Archivero	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
Aparador de madera	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
Estante mediano de madera con vidrio	1	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X



Anexo 6: Inductor de recurso de Equipos de Oficina

Equipos de oficina de Icopmed Travel ubicados en los distintos espacios físicos de la oficina.

1 Teléfono			
1 Teléfono	1 Teléfono	1 Teléfono	

Actividades que utilizan equipos de oficina.

TELEFONOS	#	A 1	A 2	A 3	A 4	A 5	A 6	A 7	A 8	A 9	A1 0	A1 1	A1 2	A1 3	A1 4
Teléfono Inalámbrico	1	x			x	X	x	x		x		x	x		x
Teléfono de escritorio blanco	1	x		x	x	X	x	x	x	x			x		
Teléfono de escritorio blanco	1	x			x	X	x	x		x		x	x	x	x
Teléfono Inalámbrico	1	x			x	X	x	x		x		x	x		



Anexo 7: Inductor de recurso de Programas de Computación

Computadores con sistema Fénix de Icopmed Travel ubicados en los distintos espacios físicos de la oficina.

1 Computador Con Sistema Fénix		
	1 Computador Con Sistema Fénix	

Actividades que utilizan el sistema fénix.

Computadores con sistema	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14
Computadora de escritorio Dell													x	X
Computadora portátil Acer													x	X

**Anexo 8:** Hoja de costos Paquete Turístico bajo sistema tradicional

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA				
HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN: PAQUETE TURISTICO				
CLIENTE: EDUARDO UGALDE Y SRA				
FECHA DE INICIO: 25/04/2016		FECHA DE TERMINACION: 30/05/2016		
LÍNEA: CONCIERGE TRAVEL AGENCY				
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS
	Seguros de Viaje	\$162.75		
	Circuito Europa	\$2684.55		
	CIF			\$370.91
	TOTALES	\$2847.3	0	\$370.91
RESUMEN				
	COSTOS DIRECTOS			\$2847.3
	MANO DE OBRA DIRECTA		0	
	COSTO PRIMO			\$2847.3
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			\$370.91
	COSTO TOTAL PAQUETE TURÍSTICO			\$3218.21

**Anexo 9:** Hoja de costos Ticket Nacional bajo sistema tradicional

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA				
HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN: TICKET NACIONAL				
CLIENTE: CAMILO ONTANEDA				
FECHA DE INICIO: 04/05/2016		FECHA DE TERMINACIÓN: 04/05/2016		
LÍNEA: CONCIERGE SERVICES				
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS
	Tickets Aéreos	\$100.37		
	CIF			\$13.07
	TOTALES	\$100.37	0.00	\$13.07
RESUMEN				
	COSTOS DIRECTOS			\$100.37
	MANO DE OBRA DIRECTA			0
	COSTO PRIMO			\$100.37
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			\$13.07
	COSTO TOTAL TICKET AÉREO			\$113.44

**Anexo 10:** Hoja de costos Ticket Internacional bajo sistema tradicional

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA				
HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN: TICKET INTERNACIONAL				
CLIENTE: ROSA ENCALADA CORONEL				
FECHA DE INICIO: 31/05/2016		FECHA DE TERMINACIÓN: 31/05/2016		
LÍNEA: CONCIERGE SERVICES				
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS
	Tickets Aéreos	\$472.18		
	CIF			\$61.51
	TOTALES	\$472.18	0	\$61.51
RESUMEN				
	COSTOS DIRECTOS			\$472.18
	MANO DE OBRA DIRECTA			0
	COSTO PRIMO			\$472.18
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			\$61.51
	COSTO TOTAL TICKET AÉREO			\$533.69

**Anexo 11:** Hoja de costos Audio guía bajo sistema tradicional

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA				
HOJA DE COSTOS				
DESCRIPCIÓN: KIT AUDIO GUIA				
CLIENTE: CURIA ARQUIDIOCESANA DE CUENCA				
FECHA DE INICIO: 01/05/2016		FECHA DE TERMINACIÓN: 01/05/2016		
LÍNEA: AUDIOSERVICIOSTURISTICOS				
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS
	HIT AUDIO GUIA MANUAL X 10	\$3650.44		
	Gastos de Importación	\$1312.28		
	CIF			\$646.47
	TOTALES	\$4962.72	0	\$646.47
RESUMEN				
COSTOS DIRECTOS				\$4962.72
MANO DE OBRA DIRECTA			0	
COSTO PRIMO				\$4962.72
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				\$646.47
COSTO TOTAL AUDIO GUÍA				\$5609.19

**Anexo 12:** Hoja de costos Asesoría en Visa bajo sistema tradicional

ICOPMED TRAVEL CIA LTDA				
HOJA DE COSTOS				
O/P:				
DESCRIPCIÓN: ASESORÍA EN VISA				
CLIENTE: DIEGO CORDERO				
FECHA DE INICIO: 10/05/2016 FECHA DE TERMINACIÓN: 10/05/2016				
LÍNEA: CONCIERGE SERVICES				
FECHA	DESCRIPCIÓN	COSTOS DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS
10/05/2016	Visa (Pago Consulado)	\$105.00		
10/05/2016	CIF			\$13.68
	TOTALES	\$105.00	0.00	\$13.68
RESUMEN				
	COSTOS DIRECTOS			\$105
	MANO DE OBRA DIRECTA			0.00
	COSTO PRIMO			\$105.00
	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			\$13.68
	COSTO TOTAL ASESORÍA EN VISA			\$118.68



Anexo 13: Diseño Trabajo De Titulación

SELECCIÓN Y DELIMITACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

El trabajo de titulación surgió de la necesidad que se presenta en el Sector Turístico-Agencias de Viaje de aplicar un sistema de costos ideal para la actividad económica que desarrollan estas empresas, debido a que por el giro de negocio, incurren en costos indirectos elevados, los mismos que necesitan ser distribuidos correctamente.

El sistema de costos que se propone es el ABC, que se aplica ante la existencia de variedad de servicios y costos indirectos elevados, por lo que será de gran utilidad para la empresa debido a que el sistema de costos actual no reconoce los diferentes recursos y actividades necesarias para prestar el servicio, evitando la adecuada toma de decisiones. La investigación irá dirigida al diseño de un sistema de costos ABC en la empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., para lo cual se analizará el primer semestre del año 2016, para mejorar la oferta de servicios y el posicionamiento de la empresa en el mercado local, regional, nacional.

Delimitación

Contenido: Sistema de Costos ABC

Aplicación: Contabilidad de Costos

Espacio: Icopmed Travel Cía. Ltda.

Periodo: Primer semestre del 2016

De esta manera el tema de investigación se estructura de la siguiente manera:
“Diseño de un Sistema de Contabilidad de Costos ABC, para el Sector Turístico-Agencias de Viajes, Caso Práctico: Icopmed Travel Cía. Ltda. Periodo: Primer Semestre del 2016”



JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación está dirigida al Sector Turístico-Agencias de Viaje aplicado a la empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., de la ciudad de Cuenca, la misma que en la actualidad cuenta con un sistema de costos tradicional que impide a la empresa: conocer el margen de utilidad de cada uno de sus servicios, tomar decisiones estratégicas que ayuden a una mejora competitiva, identificar y costear las actividades que generan valor.

La propuesta que se presenta a la empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., es demostrar los beneficios del sistema de costos ABC en la toma de decisiones.

El sistema de costos ABC proporciona información precisa sobre la rentabilidad de cada servicio, mejora la asignación de los costos ya que se reconocen los recursos y actividades utilizados para la prestación del servicio, esta información será de gran ayuda para la empresa, ya que a partir de esto se establecerán precios exactos los cuales serán comparados con el mercado y se podrá tomar decisiones estratégicas que ayuden a mejorar la competitividad de la empresa.

“El costeo ABC establece que cada producto u objeto económico a costear además de costear todos los costos directos requeridos en el desarrollo del mismo debe absorber los costos y gastos causados por los procesos operativos y comerciales administrativos, por cuanto sus actividades constituyen una serie interaccionada de tareas o labores que permiten convertir tales recursos básicos en resultados.” Zapata (2007). Por lo que los costos que impliquen dichas actividades deben constituir parte del costo de sus servicios, para lo cual se identificará las actividades que generen valor que son necesarias para llegar al servicio final.

El sistema de costos ABC es una herramienta que identifica actividades, procesos, y recursos en los que se incurren para llevar a cabo la producción del



bien o servicio. Con este sistema la administración de la empresa objeto de estudio tendrá una idea clara del verdadero costo de sus productos y servicios, y logrará establecer márgenes de utilidad óptimos para mejorar la eficiencia administrativa y cumplir sus objetivos planteados

BREVE DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

El estudio va enfocado al Sector Turístico que ha tenido gran crecimiento en los últimos años siendo así que se ha convertido en un fuerte ingreso que aporta en gran magnitud al PIB (Producto Interno Bruto). Todo esto gracias a la gran diversidad de nuestro país que cuenta con cuatro regiones cada una con ecosistema único, podemos pasar de la Amazonía a volcanes y nevados de los Andes; playas en la Costa hasta las maravillosas islas Galápagos.

La investigación se desarrollará en la empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., constituida el 24 de Agosto del 2012 con un capital inicial de \$40.000,00 dólares por aporte de los socios. Está ubicada en la ciudad de Cuenca, provincia del Azuay en las calles Paseo tres de noviembre 2-451 Edificio El Barranco. Su objeto social es prestar servicio de agencias de viajes, prestadora de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

En la actualidad el total de sus Activos asciende a \$68.851,25 dólares conformado por: efectivo y equivalentes \$12.497,38 dólares, documentos y cuentas por cobrar \$20.571,20 dólares y sus activos depreciables suman \$33.433,63 dólares entre los que se encuentran: equipos de oficina, computación, muebles y enseres, etc.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El sistema de costos tradicional genera inconvenientes debido a que no permite la correcta asignación de los costos indirectos, lo que ocasiona el desconocimiento de la rentabilidad de cada servicio, evitando la toma de decisiones oportuna y retrasando la consecución de sus objetivos.



LISTADO DE PROBLEMAS

- Desconocimiento de sistemas de costos alternativos.
- Ineficiente asignación de los costos indirectos.
- Inapropiada identificación de actividades que agregan valor a cada servicio.
- Decisiones equivocadas por falta de información confiable que impide establecer el margen de utilidad de cada servicio.
- Ausencia de personal con conocimientos generales en costos.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo ayudará el sistema de costos ABC a la correcta asignación de los costos indirectos?

¿El sistema de costos ABC aplicado en el Sector Turístico-Agencia de Viajes mejorará la eficiencia administrativa?

¿Cómo afectaría al precio de los servicios la metodología ABC?

¿Cómo beneficiará el sistema de costos ABC la competitividad de la empresa a través de la toma de decisiones?

¿Qué impacto tiene el sistema de costos ABC en los estados financieros de una empresa?

DETERMINACIÓN DE LOS OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un sistema de Costos ABC en la empresa Icopmed Travel Cía. Ltda., para la determinación de los costos reales de los servicios que oferta, para la correcta toma de decisiones y mejoramiento del posicionamiento en el mercado.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar el sector turístico a nivel del Azuay para conocer el entorno en el que se desarrolla la empresa.
- Conocer los fundamentos teóricos del costeo ABC y elaborar el diseño del sistema de costos para la empresa.
- Demostrar los beneficios del sistema de costos ABC y el impacto en los estados financieros para la toma de decisiones.

ELABORACIÓN DEL MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

MARCO DE ANTECEDENTES

Título: “Implementar el costeo ABC en PROALICARNIC” Tesis previo a la obtención del título de Contador Público Auditor, Universidad de Cuenca.

Autores: Arias Pachar Ximena, Lema Tamay Juan

Año: 2012

Resumen: La presente Tesis trata sobre la implementación de costos ABC a una empresa de embutidos donde se usa como una herramienta para distribuir los CIF hacia los productos finales.

Título: “Propuesta e implementación de un modelo de costos basado en actividades ABC para el taller Elecon” Tesis previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, Universidad Politécnica Salesiana.

Autores: Campoverde Reyes Ana Patricia

Año: 2015

Resumen: El presente trabajo va dirigido a mejorar el control de las actividades, procesos de dicho taller y de esta manera el sistema de costos se convierta en una herramienta para generar información y mejorar también la toma de decisiones.



Título: “Sistema de costos ABC aplicado al proceso de captaciones de Mutualista Azuay” Tesis previo a la obtención del título de Contador Público Auditor, Universidad de Cuenca.

Autores: Serrano Andrea

Año: 2011

Resumen: La metodología de Costeo Basado en Actividades (Activity Based Costing) asume como supuesto que una institución para producir productos o servicios necesita llevar a cabo actividades, el ABC es un valioso sistema que busca medir el desempeño de las distintas actividades que se ejecutan en la institución.

Título: “Propuesta para la aplicación del método de costeo por actividades ABC de la industria Graficas Olmedo” Tesis previo a la obtención del título de Ingeniera en Finanzas, Universidad Central del Ecuador

Autores: Silvana Andrea Vinza Romero

Año: 2012

Resumen: El presente trabajo va dirigido a entregar a los ejecutivos, gerentes y altos directivos información para tener una mejor visión de los costos, rentabilidad y planeación, es probable que esta forma de hacerlo lleve a un proyecto exitoso.

MARCO TEÓRICO

Contabilidad

La contabilidad es una técnica de registro, clasificación e interpretación de las operaciones de una empresa con el fin de brindar información oportuna que ayude en la toma de decisiones, de esta manera se podrá conocer el estado financiero de la misma. (Cuevas, 2010)

Existen tres tipos de contabilidad:



1. Contabilidad Financiera

Este tipo de contabilidad se rige a las Normas de Contabilidad Generalmente Aceptadas, los usuarios de la información que brinda son especialmente usuarios externos como por ejemplo inversionistas potenciales u organismos de control. (Cuevas, 2010)

2. Contabilidad Gerencial

Podemos definir a la contabilidad gerencial como: “El proceso de identificación, medición, análisis, preparación, interpretación y comunicación de la información financiera usada por la gerencia para planear, evaluar y controlar la organización y usar de manera apropiada sus recursos” (Cuevas, 2010). La contabilidad gerencial es de gran ayuda para la toma de decisiones de la gerencia, para la planeación y el control.

3. Contabilidad Financiera-Contabilidad Gerencial

Existen diferencias entre la contabilidad financiera y la contabilidad gerencial, una de ellas se encuentra en los usuarios, la contabilidad financiera está dirigida a usuarios externos, ya sean estos inversionistas u organismos de control, mientras que la contabilidad gerencial está dirigida a usuarios internos como la gerencia, esta contabilidad tiene incidencia en la toma de decisiones. Otra importante diferencia entre estas contabilidades se encuentra en el tiempo, la contabilidad financiera presenta información del pasado, en tanto que la contabilidad gerencial está dirigida al futuro en el corto y mediano plazo.

4. Contabilidad de Costos

“La contabilidad de costos es un sistema de información con el que se establece el costo incurrido al realizar un producto y la forma como fue generado, para cada una de las actividades en las que se desarrolla el proceso productivo.” (Medina, 2014) Podemos decir entonces que la contabilidad de costos está relacionada a la estimación de los costos, métodos de asignación y el establecimiento de los costos del producto o servicio.



La contabilidad de costos ayuda a la contabilidad financiera ya que en la presentación de estados financieros tiene gran incidencia el establecimiento de los costos a los productos, los mismos que representan el ingreso de la empresa.

Como se mencionó anteriormente la contabilidad de costos se trata de la asignación de los costos a los productos o servicios, existen varias clasificaciones de los costos de acuerdo a su comportamiento, a su naturaleza, a la organización que se relacionan.

Costos según la organización a la que se relacionan

(Heredia, 2010)

- Costos de Manufactura: Empresas fabricantes o industriales.
- Costos de Distribución o Costos de Mercadeo: Empresas comerciantes incluyen los costos administrativos y financieros
- Costos de Operación: Empresas prestadoras de servicios.

Costos según su naturaleza

- Directos: Facilidad en la identificación y asignación en el servicio.
- Indirectos: No son directamente identificables ni asignables al servicio.

Costos según su comportamiento

- Fijos: Los costos fijos son aquellos que su monto total no varía en relación al nivel de actividad de la empresa, es decir ante un aumento en la producción el costo fijo seguirá siendo constante.
- Variables: Son aquellos en los que su monto total varía en relación al nivel de actividad de la empresa, es decir ante un aumento en la producción el costo variable aumentara en la misma proporción.



Métodos de Costeo

Costeo por Procesos

(Cuevas, 2010)

Este tipo de costeo es utilizado cuando se trata de producir bienes con similares características y en grandes cantidades, su uso es frecuente en industrias como la química, procesadora de alimentos, farmacéutica entre otras.

Para este método la atención se dirige a los procesos, periodos de tiempo y costo unitario.

Costeo por órdenes de trabajo

(Cuevas, 2010)

El costeo por órdenes de trabajo es aplicable cuando se producen varios bienes con características diferentes lo que implica procedimientos distintos para cada orden de trabajo, es decir la asignación de los costos se lo hace en forma independiente de acuerdo a cada orden de trabajo.

Costeo ABC (Activity Based Costing)

El sistema de costos por actividades, conocidos por la denominación anglosajona como "Activity Based Costing" (ABC) se presenta como una herramienta de análisis del costo y seguimiento de actividades. Este costeo propende por la correcta relación de los costos indirectos de producción y de los gastos administrativos con un producto, servicio o actividad específicos, mediante una adecuada identificación de aquellas actividades o procesos de apoyo, la utilización de bases de asignación y su medición razonable en cada uno de los objetos o unidades de costeo.

Definición:

Según (Sundem & William, 2007)"Sistema que primero acumula los costos indirectos de cada una de las actividades de una organización y después



asigna los costos de actividades a productos, servicios u otros objetos de costo que causaron esa actividad".

Características:

- Es un modelo de costos completo en el que todos los costes directos e indirectos se asignan a los productos o servicios.
- La asignación de los costos directos es inmediata.
- Es un sistema de gestión "integral", donde se puede obtener información de medidas financieras y no financieras que permiten una gestión óptima de la estructura de costos.
- Permite conocer el flujo de las actividades.
- Elimina actividades que no generan valor.
- Determina costos unitarios estándares más exactos y oportunos de los productos y tiene como base el concepto de cadena de valor.

Objetivos

Para (Zapata, 2007) Los objetivos fundamentales del costeo basado en actividades son:

- Obtener información precisa sobre el costo de las actividades y procesos de la empresa optimizando el uso de los recursos y dando a la organización una orientación hacia el mercado.
- Ser una medida de desempeño que permita mejorar los objetivos de satisfacción y eliminar el desperdicio en actividades operativas y administrativas.
- Proporcionar información para la planeación del negocio, determinación de utilidades, control y reducción de costos y toma de decisiones estratégicas.
- Integrar toda la información necesaria para llevar adelante la empresa. Así, las organizaciones pueden extender la administración de costos para que reflejen las actividades como fabricación, ventas, finanzas, procesos, etc.



Ventajas

- Analiza el proceso de producción enfocado a las actividades.
- Determina bienes o servicios que generan mayor contribución al negocio.
- Mejor control y asignación de los CIF.
- Suministra información para decisiones estratégicas.
- Identifica y precisa los costos de cada actividad.
- Analiza los objetos del costo además de los productos.
- Ayuda a la identificación y comportamiento de los costos para mejorar la estimación de los mismos.

Etapas para implementar y organizar el sistema de costos ABC

Según (Zapata, 2007) se puede mencionar las siguientes etapas:

Etapas Previa

- f) Determinar si es factible poner en marcha el proyecto ABC.
- g) Definir el alcance del proyecto.
- h) Organizar el equipo encargado del proyecto ABC.
- i) Capacitar debidamente a los miembros del equipo en el modelo ABC.
- j) Socializar las ventajas a fin de comprometer a los miembros de la empresa.

Etapas Decisiva: Implementación

- k) Diagnóstico Preliminar.
- l) Análisis de Procesos.
- m) Inventario y flujo de actividades.
- n) Analizar si cada actividad identificada en el inventario agrega valor o no.
- o) Contabilización de los costos directos e indirectos.
- p) Asignación de los recursos directos de los objetos de costos.
- q) Asociación de los recursos indirectos con las actividades.
- r) Asignación del costo de las actividades a los productos.
- s) Determinación de costos totales.
- t) Análisis e interpretación de resultados de ABC.



MARCO CONCEPTUAL

Actividad: Para Padilla e Ibid, citado por (Zapata, 2007) “Conjunto interrelacionado de operaciones o tareas propias de una empresa que a su vez constituyen una cadena de valor que conforma los procesos, los cuales utilizan unos recursos y los transforman para obtener un producto o servicio”

Cadena de valor: Según (Foster & Datar, 2007) “La cadena de valor se refiere a la secuencia de funciones de negocios en las que se añaden utilidad a los productos o servicios de una organización.”

Costos: Para (Horngren, Sundem, & William, 2007) “Sacrificio o dedicación de recursos a un propósito particular, con frecuencia se mide en unidades monetarias que una organización debe pagar por los bienes y servicios”

Costos directos: Para (Horngren, Sundem, & William, 2007) “Costos que pueden identificarse específica y exclusivamente con un target costing dado de manera económicamente factible”

Costos indirectos: Para (Horngren, Sundem, & William, 2007) “Costos que no pueden identificarse ni específica y ni exclusivamente con un target costing dado de manera económicamente factible”

Estrategias: Para (Horngren, Foster, & Datar, 2007) “La estrategia específica cómo una organización iguala sus propias capacidades con las oportunidades existentes en el mercado para cumplir sus objetivos”

Inductores de Costos (Cost Drivers): Para Hansen, Don y Maryane citado por (Zapata, 2007) “una medida cuantitativa de lo que se invierte de un determinado recurso en una actividad”

Objeto del costo: Para (Zapata, 2007) “Es un elemento final para el cual se desea una acumulación de costos, es decir, es todo aquello que queremos medir por su costo final o provisional.”



Productos: Cualquier bien o servicio que la empresa ofrece a los clientes generalmente en venta. Ejemplo: muebles y enseres, partes y piezas de autos, combustibles, lubricantes, películas, libros, servicios odontológicos o médicos, protección y seguros, préstamos bancarios, servicios de consultoría, espectáculos públicos, etc. (Zapata, 2007)

Recursos: Factores de la producción que permiten la ejecución de una actividad específica. Ejemplo: fuerza laboral, tecnología, maquinaria y equipo, suministros, sistemas de información, seguros, utilización real de activos fijos (terrenos, planta, muebles y enseres, vehículos), repuestos, capacidad administrativa y de ventas. Los recursos tienen un costo, es decir, un valor monetario para efectos de asignarlos entre las actividades. Estos recursos se clasifican en específicos y comunes. (Zapata, 2007)

Formulación de la hipótesis

El costeo ABC contribuirá a identificar actividades que añaden valor a sus servicios, de esta manera se obtendrá una adecuada asignación de los costos estableciendo así un margen de utilidad óptimo para cada servicio lo que permitirá tomar decisiones oportunas y acertadas.

CONSTRUCCIÓN DE VARIABLES E INDICADORES



ESQUEMA TENTATIVO	VARIABLES	INDICADORES
Capítulo 1: Conocimiento del sector y la empresa en el que se desarrolla la investigación.		
1.1. Antecedentes históricos del Sector Turístico.		
1.2. Impacto económico del Sector Turístico.		
1.3. Reseña histórica de las Agencias de Viaje.		
1.4. Actualidad de las Agencias de Viaje.		
1.5. Normativa vigente que rige a las Agencias de Viaje.		
1.6 Antecedentes de la Empresa.		
1.6.1 Reseña Histórica.		
1.6.2 Objeto Social.		
1.6.3 Misión, visión y valores.		
1.6.4 Estructura organizacional.		
1.6.5 Objetivos.		
1.6.6 Productos y servicios.		
Capítulo 2: Contenidos Teóricos del Costeo ABC.		
2.1. Definición de la contabilidad.		
2.2. Clasificación de la contabilidad.		
2.3. Definición de Contabilidad Financiera.		
2.4. Definición de Contabilidad Gerencial.		
2.5. Definición de Contabilidad de Costos.		
2.6. Clasificación de Contabilidad de Costos.		
2.7. Definición de los costos.		
2.8. Clasificación de los costos.		
2.9. Importancia de los costos.		



2.10. Tipos de Sistemas de Costeo.		
2.11. Costos por Procesos.		
2.12. Costos por Órdenes de Producción.		
2.13. Costeo ABC.		
2.14. Características del Costeo Basado en Actividades.		
2.15. Componentes del Costeo ABC.		
2.16. Objetivos de Sistema de Costos ABC.		
2.17. Comparación del Sistema Tradicional y el Sistema de Costos ABC.		
2.18. Ventajas del Costeo ABC.		
2.19. Fases de la implementación de Sistema de Costos ABC.		
2.20. Comparación del Sistema Tradicional y el Sistema de Costos ABC.		
Capítulo 3: Análisis de la información actual y desarrollo del costeo ABC.		
3.1. Identificación de productos y servicios.		
3.2. Análisis del Sistema de Costos Actual.		
3.3. Identificación de procesos, recursos y actividades.		
3.4. Determinación de Centros de Costos.		
3.5. Determinación de inductores de costos.		
3.6. Distribución y asignación de los Costos Indirectos.		
3.7. Determinación de costos de los servicios bajo el Sistema ABC.		
3.8. Determinación de precios de los servicios bajo el Sistema ABC.		
3.9: Elaboración de la Cadena de Valor.		
	<p>Costos Precios Costos Directos, Costos Indirectos Productos, Servicios Producción Eficiencia Eficacia Inductores de Costo Cadena de Valor Centros de costos Actividades.</p>	<p>-Porcentaje de la eficiencia de los inductores de costos al finalizar la investigación. -Porcentaje de actividades que generan valor a cada servicio. -Durante la investigación se valorará los costos indirectos que se incluirán en los precios de los servicios.</p>



Capítulo 4: Comparación e impacto del Sistema de Costos ABC en la empresa.		
4.1. Proceso de contabilización bajo el sistema ABC.		-Al final de la investigación la variación de los precios de los servicios orientará la toma de decisiones estratégicas.
4.2. Elaboración del Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados bajo Sistema de Costos ABC.		
4.3. Comparación Sistema de Costos Actual vs Sistema de Costos ABC.		
4.4. Análisis del impacto del sistema ABC en los precios de los servicios.		-En la ejecución de la investigación el registro de las cuentas contables bajo el método ABC permitirá mejorar la toma de decisiones.
4.5. Análisis del impacto del Sistema ABC en el Estado de Costos.		
4.6. Análisis del impacto del Sistema de Costos ABC en el Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados.	Costos Precios Costos Directos, Costos Indirectos Productos, Servicios Producción Eficiencia Eficacia Inductores de Costo Cadena de Valor Centros de Costos Actividades.	Al final del primer semestre del 2016 calcular el porcentaje de la variación de la utilidad al utilizar el sistema ABC.
Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones.		
5.1. Conclusiones.		
5.2. Recomendaciones.		
5.3. Anexos.		
5.4. Bibliografía.		



DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de investigación

Debido a que el estudio tiene como objetivo dar a conocer mediante la práctica las ventajas tanto a nivel administrativo como económico en la utilización del sistema de costos ABC el tipo de investigación será aplicada, pero también tendrá un enfoque descriptivo ya que se utilizará la recolección y análisis de datos para llegar a las conclusiones esperadas en la investigación.

Método de investigación

Para el desarrollo de la investigación el enfoque que se aplicará será mixto ya que mediante el método cuantitativo se establecerá una base de datos mediante la cual se postulará una hipótesis la misma que dará solución al problema planteado inicialmente y dichas conclusiones podrán ser utilizadas para problemas similares.

En cuanto a la modalidad de investigación el estudio se centrará en el análisis de estados financieros y la incidencia que tiene el sistema de costos propuesto en el mismo por lo que será un método cuantitativo.

Se utilizará también el enfoque cualitativo mediante el método de razonamiento inductivo para obtener información por medio de entrevistas con el personal operativo de la empresa para conocer las actividades que generan valor a los servicios así como las deficiencias de la empresa.

Población

En el Ecuador podemos encontrar una vasta y amplia riqueza natural y cultural por lo que existe también gran variedad de flora y fauna, todo esto hace de Ecuador una gran potencia turística desarrollando así el sector turístico en el país. Dentro de este sector económico se encuentran las agencias de viaje



cuyo objeto social consta el desarrollo de actividades turísticas dirigidas a la prestación de servicio sea esta de forma directa o por intermediación.

Dicho sector económico se clasifica en agencias de viaje mayoristas y agencias de viaje, en la actualidad las agencias de viaje han sentido una baja en sus porcentajes de venta debido a una disminución en la demanda de vuelos nacionales.

Muestra

La selección de la muestra para la investigación se basó en un muestreo al azar simple, en la cual todos los elementos que conforman la población tenían la misma probabilidad de ser escogidos.

ESQUEMA TENTATIVO DEL INFORME

Objetivos Específicos	Capítulos
<p>1. Diagnosticar el sector turístico a nivel del Azuay para conocer el entorno en el que se desarrolla la empresa.</p> <p>2. Conocer los fundamentos teóricos del costeo ABC y elaborar el diseño del sistema de costos para la empresa.</p> <p>3. Demostrar los beneficios del sistema de costos ABC y el impacto en los estados financieros para la toma de decisiones.</p>	<p>Capítulo 1: Conocimiento del sector y la empresa en el que se desarrolla la investigación.</p>
	<p>1.1. Antecedentes históricos del Sector Turístico.</p>
	<p>1.2. Impacto económico del Sector Turístico.</p>
	<p>1.3. Reseña histórica de las Agencias de Viaje.</p>
	<p>1.4. Actualidad de las Agencias de Viaje.</p>
	<p>1.5. Normativa vigente que rige a las Agencias de Viaje.</p>
	<p>1.6 Antecedentes de la Empresa.</p>
	<p>1.6.1 Reseña Histórica.</p>
	<p>1.6.2 Objeto Social.</p>
	<p>1.6.3 Misión, visión y valores.</p>
	<p>1.6.4 Estructura organizacional.</p>
	<p>1.6.5 Objetivos.</p>
	<p>1.6.6 Productos y servicios.</p>
	<p>Capítulo 2: Contenidos Teóricos del Costeo ABC.</p>
	<p>2.1. Definición de la contabilidad.</p>
	<p>2.2. Clasificación de la contabilidad.</p>
<p>2.3. Definición de Contabilidad Financiera.</p>	
<p>2.4. Definición de Contabilidad Gerencial.</p>	



2.5. Definición de Contabilidad de Costos.
2.6. Clasificación de Contabilidad de Costos.
2.7. Definición de los costos.
2.8. Clasificación de los costos.
2.9. Importancia de los costos.
2.10. Tipos de Sistemas de Costeo.
2.11. Costos por Procesos.
2.12. Costos por Órdenes de Producción.
2.13. Costeo ABC.
2.14. Características del Costeo Basado en Actividades.
2.15. Componentes del Costeo ABC.
2.16. Objetivos de Sistema de Costos ABC.
2.17. Comparación del Sistema Tradicional y el Sistema de Costos ABC.
2.18. Ventajas del Costeo ABC.
2.19. Fases de la implementación de Sistema de Costos ABC.
2.20. Comparación del Sistema Tradicional y el Sistema de Costos ABC.
Capítulo 3: Análisis de la información actual y desarrollo del costeo ABC.
3.1. Identificación de productos y servicios.
3.2. Análisis del Sistema de Costos Actual.
3.3. Identificación de procesos, recursos y actividades.
3.4. Determinación de Centros de Costos.
3.5. Determinación de inductores de costos.
3.6. Distribución y asignación de los Costos Indirectos.
3.7. Determinación de costos de los servicios bajo el Sistema ABC.
3.8. Determinación de precios de los servicios bajo el Sistema ABC.
3.9. Elaboración de la Cadena de Valor.
Capítulo 4: Comparación e impacto del Sistema de Costos ABC en la empresa.
4.1. Proceso de contabilización bajo el sistema ABC.
4.2. Elaboración del Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados bajo Sistema de Costos ABC.
4.3. Comparación Sistema de Costos Actual vs Sistema de Costos ABC.
4.4. Análisis del impacto del sistema ABC en los precios de los servicios.



4.5. Análisis del impacto del Sistema ABC en el Estado de Costos.
4.6. Análisis del impacto del Sistema de Costos ABC en el Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados.
Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones.
5.1. Conclusiones.
5.2. Recomendaciones.
5.3. Anexos.
5.4. Bibliografía.



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Selección y delimitación del tema de investigación.	■	■																						
2.- Justificación de la investigación.	■	■																						
3.- Breve descripción del objeto de estudio.	■	■																						
4.- Formulación del problema.	■	■																						
5.- Determinación de los objetivos.			■	■																				
6.- Elaboración de marco teórico de referencia.			■	■																				
7.- Formulación de la hipótesis.			■	■																				
8.- Contrucción de variables e indicadores.			■	■																				
9.- Diseño metodológico.			■	■																				
10.- Esquema tentativo de la investigación.			■	■																				
11.- Cronograma de actividades.			■	■																				



PRESUPUESTO REFERENCIAL

DETALLE DE GASTOS	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	TOTAL
Copias blanco y negro	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29.00
Copias a color	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18.00
Internet	24.90	24.90	24.90	24.90	24.90	24.90	149.40
Transporte	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	90.00
Servicios Básicos	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	60.00
Diseño de Encuestas		91.50	0.00	0.00	0.00	0.00	91.50
Impresión de Encuestas		5.00					5.00
Elaboración de Encuestas		30.50	0.00	0.00	0.00	0.00	30.50
Impresión de Trabajo de Titulación						60.00	60.00
Empastado						40.00	40.00
					TOTAL		573.40



BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- ❖ Charles T. Horngren, George Foster, Srikant M. Datar (2007). Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial. Pearson Educación
- ❖ Charles T. Horngren, Gary L. Sundem, William O. Stratton (2007). Contabilidad Administrativa. Pearson Educación, 2007
- ❖ Pedro Zapata Sánchez (2007). Contabilidad de Costos. McGraw-Hill

Tesis:

- ❖ Arias Pachar Ximena, Lema Tamay Juan, Astudillo Hernán (2012). Implementar el costeo ABC en PROALICARNIC
- ❖ Campoverde Reyes Ana Patricia (2015). Propuesta e implementación de un modelo de costos basado en actividades ABC para el taller Elecon.
- ❖ Serrano Andrea, Astudillo Hernán (2011). Sistema de costos ABC aplicado al proceso de captaciones de Mutualista Azuay
- ❖ Silvana Andrea Vinza Romero (2012). Propuesta para la aplicación del método de costeo por actividades ABC de la industria Graficas Olmedo

Sitios de internet:

- ❖ Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN). Consultado el de 18 de Mayo de 2016 <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- ❖ Fundación Municipal de Turismo para Cuenca. Consultado el de 18 de Mayo de 2016 <http://www.cuenca.com.ec/>
- ❖ Ministerio de Turismo. Consultado el de 18 de Mayo de 2016 <http://www.turismo.gob.ec/>
- ❖ Servicio de Rentas Internas (SRI). Consultado el de 18 de Mayo de 2016 <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- ❖ Superintendencia de Compañías. Consultado el de 18 de Mayo de 2016 <http://www.supercias.gob.ec/portal/>