

# 5.

## **Diseño de un sistema de costos para la producción y la comercialización de cuadernos personalizados**

Felipe Jara <sup>1</sup>, Génesis Jiménez <sup>2</sup>, Marco Imbaquinga <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidad Tecnológica Indoamérica, [adrianfelipejara@hotmail.com](mailto:adrianfelipejara@hotmail.com)

<sup>2</sup> Universidad Tecnológica Indoamérica, [genejime2000@gmail.com](mailto:genejime2000@gmail.com).

<sup>3</sup> Universidad Tecnológica Indoamérica, [marco\\_1405@hotmail.com](mailto:marco_1405@hotmail.com)

Fecha de presentación: 29 de julio de 2018

Fecha de aceptación: 24 de agosto de 2018

# RESUMEN

Nuestro proyecto tiene como objetivo innovar, realizando diferentes modelos y formas más cotizados por el público para personalizar sus cuadernos, con material reciclable. Una de nuestras metas es liderar el mercado, basándonos en las opiniones y necesidades del cliente, así como influir e incentivar a la causa por el medio ambiente. La producción y/o comercialización del producto será en base a la elaboración de un correcto proceso, distribución, proyección y diseño de un sistema de costos, permitiendo el adecuado manejo de los recursos que tenemos a disposición.

El estudio e investigación, se realizará en base a empresas, referencias, y trabajos ya realizados, debido a que buscamos fundamentos para solventar todo el proceso que pondremos en práctica, siendo la experiencia y el trabajo ya efectuado, lo que nos permitirá seguir como ejemplo, para desarrollar los lineamientos planteados de la manera más eficaz y estableciendo los mejores estándares de calidad, como sea posible.

**Palabras claves:** Producción, Comercialización, Sistema de costos, Diseño, Innovación.

# ABSTRACT

Our project has as aim innovate, realizing different models and forms more quoted by the public to personalize his notebooks, with recyclable material. One of our goals is to lead the market, basing on the opinions and needs of the client, as well as to influence and to stimulate to the reason for the environment. The production and / or commercialization of the product will be on the basis of the production of a correct process, distribution, projection and design of a system of costs, allowing the suitable managing of the resources that we have to disposition.

The study and investigation, it was realized on the basis of companies, references, and already realized works, due to the fact that we look for foundations to settle the whole process that we will put into practice, being the experience and the already effected work, which will allow us to continue as example, to develop the silver limits of a most effective way and to establish the best standards of quality, since it is possible.

**Key Words** Production, Commercialization, System of costs, Design, Innovation.

## 1 INTRODUCCIÓN

la producción y comercialización de cuadernos personalizados a través de material reciclado, con diseños interesantes y muy originales para poder llamar la atención de los clientes, otra de nuestras metas es innovar el mercado ofreciendo un producto de calidad, accesible a todo público, y sobre todo que satisfaga las necesidades, gustos y preferencias del consumidor.

Para ello pondremos en práctica el desarrollo y diseño de un sistema de costos, precisando conceptos que nos facilitaran su correcto proceso, interpretación y elaboración.

Algunos de los temas que tendremos como objeto de estudio para el desarrollo del proyecto a lo largo de la investigación, son: ¿Qué es la contabilidad general?, un tema muy importante, pues de este se desprende otras definiciones como: ¿Qué es y para que sirve un sistema de costos? ¿Cuál es el beneficio de un sistema de costos en la empresa? ¿Qué tipos de diseños de sistemas de costos son los adecuados para cualquier tipo de empresa? ¿Qué sistema de costos aplicaremos para nuestra empresa?, entre otros temas, que se irán desglosando a medida se desarrolle la materia.

Entrando en el tema, y hablando sobre la contabilidad general decimos que nos “permite realizar un análisis desde distintos sectores de todas las variables que inciden en el campo de la contabilidad, mediante un registro sistemático y cronológico de las operaciones financieras (Bernard, 1984).” (Véase la Figura 1)

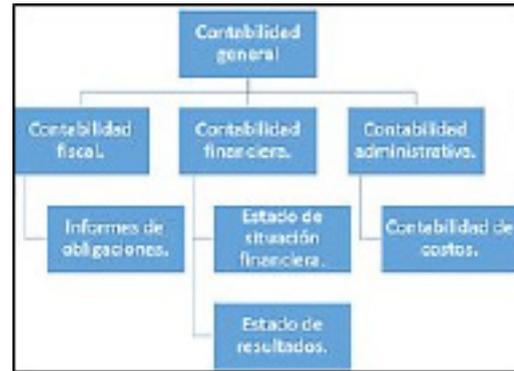


Figura 1. Diagrama de contabilidad general.

En cambio al hablar de contabilidad de costos decimos que “se relaciona con la información de costos para uso interno de la gerencia, ayuda de manera considerable en la formulación de objetivos y programas de operación, en la comparación del desempeño real con el esperado y en la presentación de informes (Alvarez, 2011).”

La importancia de la contabilidad de costos influye mucho en una empresa, aquí se registra, resume, analiza, interpreta y detalla cada uno de los recursos utilizados para la elaboración de un producto o servicio, para poder controlar los resultados del proceso de producción, a través de la obtención de los costos parciales y totales, como: costos de materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Permitiendo un correcto seguimiento de cada una de las partes que intervienen, para posteriormente no tener dificultades a la hora de calcular pérdidas e ingresos que ha tenido la compañía.

La retroalimentación de los datos o resultados de los costos de producción proporciona una base para determinar el valor o coste de las mercancías o servicios a vender posteriormente.

Aquellos, como algunos temas a tener en cuenta como parte de todo el proceso de producción.

Hablando en cuanto a la comercialización de cualquier producto o servicio, refiriéndonos al área de marketing y comercio, es responsable de crear la demanda y vender los productos en los distintos mercados.

Para alcanzar este objetivo con éxito se deberá hacer un análisis exhaustivo de las características de los mercados, la competencia y establecer un plan de comercio dirigido a mejorar la imagen del producto en y de acuerdo al mercado, tomando en cuenta factores clave, como: el precio, la publicidad, la calidad, la distribución y la red comercial, entre otros.

El plan de Marketing o comercio tiene como objetivo despertar e incentivar el deseo del público por comprar, ya sea un producto o servicio, para alcanzar las expectativas se establecen objetivos comerciales y estrategias.

En base a todo lo planteado el objetivo de nuestra empresa es competir en el mercado y si es posible liderarlo, a través de varias estrategias, y con el correcto diseño de un sistema de costos, cumpliendo con objetivos y metas planteados.

A continuación profundizaremos cada uno de los temas que hemos expuesto.

## 2 DESARROLLO

### Producción

Teniendo en cuenta el fin de nuestra empresa “Producción y comercialización de cuadernos personalizados”

Para entender de mejor manera el tema tendremos presentes algunos conceptos que derivan a la contabilidad de costos, el tema principal a tratar.

Uno de los temas a tener en cuenta es, ¿qué es la contabilidad general?, pero antes definiremos algunos términos los cuales nos ayudaran a la mejor comprensión de la materia, como: contabilidad, costos, sistema, diseño, entre otros.

### ¿Qué es contabilidad?

Es el arte de registrar, clasificar y resumir en forma significativa y en términos de dinero, las operaciones y los hechos que son cuando menos de carácter financiero, así como el de interpretar sus resultados (Bernard, 1984).

La contabilidad tiene como objetivos:

- (1) registrar en forma metodológica, clara y precisa las operaciones de carácter financiero que ocurren en una empresa;
- (2) realizar reportes de la situación financiera y los resultados de las operaciones de una compañía en un momento y periodo determinado;
- (3) analizar e interpretar los resultados obtenidos, sirve para elaborar presupuestos para actividades futuras;
- (4) y por ultimo presenta datos precisos para que la administración de dicha empresa pueda tomar las decisiones, establecer responsabilidades, definir políticas y delegar autoridades, más adecuadas en cualquier momento.

### Contabilidad general

Profundizando sobre la contabilidad general tenemos que, es el eje de la información financiera para todo negocio.

Tiene mucha importancia, ya que implica el control y análisis de todas las operaciones diarias de la empresa, como: compra, venta, gastos, inversiones, ingresos, entre otros.

La persona encargada, el contador, deberá: registrar, analizar, clasificar y resumir cada una de las operaciones, para detallarlas mediante resultados con información veraz.

Una vez definido que es contabilidad y contabilidad general, entraremos ya en el tema “contabilidad de costos”, para ello, antes, definiremos:

### **¿Qué es costo?**

El costo se define como toda erogación, desembolso de dinero o equivalente para obtener algún bien o servicio, mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. (Alvarado, 2011)

### **Contabilidad de costos**

La importación de la contabilidad de costos radica en los objetivos que persigue y los datos que proporciona dicha empresa.

La contabilidad de costes o costos, se define como un sistema de información que permite la valoración de los bienes y servicios derivados de la actividad productiva de la empresa, cumpliendo para ello los principios contables.

Algunos de los objetivos en función a la contabilidad de costos de nuestra empresa FGM, son:

- Proporcionar información oportuna y clara a la dirección de la empresa para una mejor toma de decisiones.
- Proporcionar información y contenido que sirva para ayudar a la dirección para beneficios

generales, tanto en planear, evaluar y controlar todas las operaciones de la empresa.

- Determinar según registros de resultados específicos los costos unitarios para evaluar inventarios de producción tanto en proceso, como artículos terminados.
- Generar los respectivos informes de resultados para hacer un análisis y determinar las utilidades según la proporción del coste de los artículos ya vendidos.
- Ayudar a la correcta planeación de un informe de utilidades, proporcionando con anticipo, los costos utilizados en los sectores de: producción, distribución, administración y financiamiento.
- Contribuir en la correcta y específica realización de los presupuestos de la empresa en programas de venta, producción, administración y financiamiento.

Cuando hablamos de costos, no solo debemos referir a los generales, sino también a los específicos, que como empresa nos interesa en mayor proporción, como: los costos de producción y todo lo que interviene en ellos.

### **Costos de producción**

#### **¿Qué son los costos de producción?**

El costo de producción es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado, en condiciones de ser entregado al sector comercial (Alvarado, 2011).

Ahora que tenemos precisados conceptos básicos y elementales, definamos que es un:

Diseño de un sistema de costos

Cuando hablamos de diseños de costos, nos referimos a un modelo a detalle que registra cada uno de los costes materiales en base a la estructura de los procesos de producción o servicio de la empresa.

La importación de un diseño o modelo de un sistema de costo radica en lo principal en determinar el coste de los productos en proceso en los inventarios, así como, de aquellos ya fabricados y terminados, tanto unitario, como global, también determina las utilidades o pérdidas de la empresa, por medio del valor específico de productos ya vendidos.

Otra de las importancias es proveer a la gerencia de la empresa una herramienta que sea útil para una correcta planeación, control, dirección y precisión metódica de los costos de producción; y por último fundamenta los costos para estudios específicos económicos y la toma de decisiones determinadas relacionadas con las inversiones del capital.

Las características de la producción e industria en la que se requiere aplicar son la base para seleccionar un sistema contable y poder calcular los costos de producción.

**Los sistemas que serán útiles para desarrollar en el proyecto se describen a continuación:**

### **Sistemas de Costos por Órdenes de Producción.**

El sistema de costos por órdenes de producción, también es conocido como “costos por órdenes específicos de producción”, por “lotes de trabajo”, o por “pedidos de los clientes” (Alvarado, 2011).

El poder segregar y reconocer de manera con-

table el producto, es un requisito esencial para certificar un sistema de costos por órdenes de producción. Este tipo de sistemas nos permiten unir cada elemento referente y relacionado al costo del artículo.

Este sistema es propio de empresas en donde los costos se identifican con el producto, dependiendo de cada orden de trabajo en particular, y de acuerdo al proceso y orden por medio del cual se realizan las distintas operaciones.

Este sistema puede basarse en datos históricos: reales, o en datos predeterminados (Alvarado, 2011).

En el caso de Datos históricos, los elementos del costo se toman como valores reales, aunque esto no es del todo cierto, los costos generales de fabricación, solo pueden calcularse para un periodo corto, mediante la utilización de un registro predeterminado.

En el segundo caso los datos se toman como predeterminados, los cuales serán comparados al final de un periodo con los datos reales, con el objetivo de mantener un eficiente control de la producción, durante el proceso de elaboración de los artículos.

El producto se fabrica estrechamente a las especificaciones y orden del cliente, y el precio con el que se cotiza está estrechamente ligado al costo estimado, para posteriormente, una vez finalizada la producción y en base a resultados reales y específicos, designar el precio respectivo a la mercancía.

El costo incurrido se asigna a los artículos producidos en la fabricación de un orden específico. En este sistema la unidad de costeo es generalmente un grupo o lote de productos iguales, la fabricación de cada lote se empen-

de mediante una orden de producción (Alvarado, 2011).

Los costos se acumulan para cada orden de producción por separado y la obtención de los costos unitarios es el resultado de una división de los costos totales de cada orden, por el número de unidades producidas en dicha orden (Alvarado, 2011).

Para que un sistema de costos por órdenes de producción funcione adecuadamente es necesario poder identificar físicamente cada orden y separar sus costos relacionados.

Los requerimientos de material directo y los costos de la mano de obra llevan el número de orden específica y los costos indirectos de fabricación generalmente se aplican a las órdenes individuales basadas en una tasa predeterminada de costos indirectos.

Los costos por órdenes de producción tienen como objetivo:

- Calcular el costo de manufactura de cada pedido o artículo elaborado, por medio de un registro adecuado y preciso de los elementos en las "hojas de costos".
- Para no perjudicar el producto, se debe mantener un correcto proceso de manufactura de cada producto, realizando un adecuado seguimiento de todo el proceso de fabricación intervenido.
- Controlar de manera exhaustiva la producción, ya sea después de terminado el proceso, teniendo en cuenta los costos de elaboración para su máxima reducción, y continuar con el proceso de nuevos lotes o productos de trabajo.

El proceso de control por órdenes de produc-

ción tiene varias características representativas que ayudan a decidir el porqué de la utilización de este tipo de sistemas en una determinada empresa, algunas de ellas son (Alvarado, 2011):

- Permite reunir toda la información más relevante separada de cada uno de los procesos productivos, asignando de esta manera un costo a cada sección, ya sea a un producto terminado o en proceso.
- Permite dividir la producción de acuerdo a las necesidades que tenga cada empresa o por el departamento de producción.
- Para obtener excelentes resultados la empresa deberá emitir una orden de producción al departamento de fabricación con las especificaciones del producto a realizarse, la cantidad, el detalle de cómo hacer, entre otros.
- La hoja de costos sirve de documento en donde se acumulan los costos de los distintos recursos utilizados como materia prima, mano de obra y costos indirectos, con la finalidad de determinar el costo unitario de cada producto que se realice.
- Este tipo de sistemas es de gran ayuda para la determinación del costo unitario pero no siempre es el que se emplea, depende del tipo de empresa o de la manera de operar.
- Exige una mayor utilización de esfuerzos por parte de los responsables para obtener datos con precisión.

Antes de seguir con el tema de estudio definiremos:

¿Qué es una Hoja de costos?

A cada orden le corresponde una hoja de costos, que será abierta, mantenida, actualizada y

liquidada en la sección contabilidad de costos. Este registro contable constituye el auxiliar del inventario de productos en proceso (Alvarado, 2011).

Su diseño y elaboración será de acuerdo a las necesidades que tiene la empresa; es decir mientras más departamentalizada este su producción más compleja será la hoja de costos. (Véase Figura 2)

LA HOJA DE COSTOS					
EMPRESA:		Manufacturas Caracas, C.A.		CANTIDAD:	11220
PRODUCTO:		"J"		FECHA:	30-07-2018
ORDEN N°	2001				
FECHA	DIA	COSTOS MATERIALES	COSTOS MANO DE OBRA	COSTOS DE FABRICACION	TOTAL
Inicio	5	35000	47000	53000	135000
	10	150 040.00			150040
	15	272 250.00			272250
	20	303 395.00			303395.6
	25	136 125.00			136125
	30	106 722.00			106722
	30	281 325.00			281325
Fin	5			957000	957000
	17		330000		330000
SUB-TOTAL		1401857.6	807000	1496000	3704857.6
PROD DAÑADOS		561	529		296290
TOTAL					3408549.6
COSTO UNITARIO		340449.6	13659		319 4154799

Figura 2. Hoja de costos.

Continuando con el tema tenemos que, los elementos que intervienen en los costos de producción, son:

- Materia:
- Prima: Cuando se emplea el término materia prima en la compra de los materiales se debe entender claramente que se hace referencia tanto a los materiales directos como a los indirectos, sin distinciones de ninguna naturaleza
  - Directa: Son aquellos que entran directamente en la producción o, dicho de otra manera, los pueden ser identificados plenamente con el producto (Alvarado, 2011). (Véase Figura 3)
  - Indirecta: Son aquellos que se incorporan en pequeña proporción al producto y que son indispensables dentro del proceso de manufactura. (Véase Figura 4)

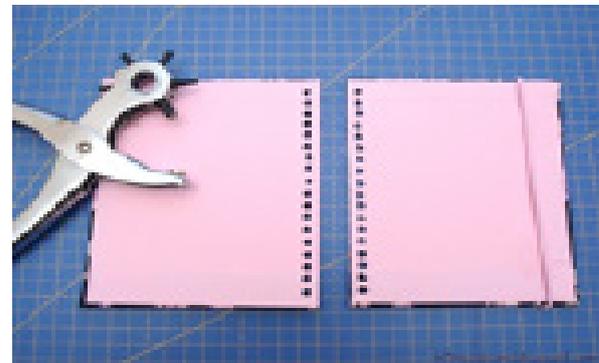


Figura 3. Material para elaborar cuadernos.

### Suministros de fábrica:

- Por lo general, cuando se habla de suministros de fábrica no se hace referencia a materiales sino a diversos implementos o artículos que se requieren para mantener una fábrica o planta en buen estado (Alvarado, 2011). (Véase Figura 5)

Figura 4. Perforaciones para las hojas.



### Mano de obra:

- Es todo el personal que contribuye, ya sea de forma directa o indirecta en el proceso de transformación de la materia prima.
- Son las destrezas, experiencia y conocimientos, ya sea físico o mental, que se emplea en la elaboración de un producto.



Figura 5. Suministros de limpieza.

- Son las destrezas, experiencia y conocimientos, ya sea físico o mental, que se emplea en la elaboración de un producto.
- Costo de la mano de obra representa el importe o el precio que se paga por emplear recursos humanos (Alvarado, 2011).
- Es la compensación o remuneración al personal que trabaja en determinada orden de producción (Alvarado, 2011).

A pesar de la naturaleza diferente de la mano de obra con respecto a los materiales, su control y los procesos de manufactura persigue los mismos objetivos:

- Producir en mayores cantidades y reducir costos.
- Controlar las labores realizadas por los obreros, disminuye el incorrecto proceso de mano de obra disponible.
- Asignar los costos de mano de obra a labores específicas, proceso o actividades.
- Proporcionar el pago puntual y correcto de sus labores a los trabajadores, permite su satisfacción e incentivo.
- Llenar los requerimientos legales y proporcionar una base para la preparación de los informes solicitados.

### **Gastos Indirectos de Fabricación:**

- Los gastos generales de fabricación comprenden todos costos de producción que no se encuentran catalogados: ni como materiales directos, ni como mano de obra directa.
- Son todos los costos diferentes de los materiales directos y la mano de obra directa que se incurren para producir un producto.
- No son identificables o cuantificables con los productos terminados o en un área específica de producción.

### **Gastos operacionales:**

- Gastos de Administración
- Gastos de Ventas

En resumen un sistema de costos por órdenes de producción tiene como objetivo que los costos se identifiquen con el producto, en cada orden de trabajo en particular, en un orden específico, a medida que se realizan las distintas operaciones de producción, por pedido o por lote de producción o trabajo.

### **Sistemas de Costos Predeterminados.**

Consiste en calcular los costos, antes de que se inicie la fabricación del producto y se subdivide en:

#### **Costos Estimados**

- Son aquellos que para el cálculo se realizan sobre bases experimentales, es decir con un previo conocimiento de la industria en todo su proceso, antes de que se inicie la fabricación del artículo y su finalidad es la de pronosticar los elementos del costo a incurrirse.

#### **Costos Estándar**

o Son circulantes, fijos o básicos, aquellos que para el cálculo se realizan sobre bases técnicas, para cada uno de los elementos del costo con el propósito de poder determinar aproximadamente lo que a un producto le debe constar en condiciones de eficiencia normal, sirviendo por lo tanto como factor de medición de la eficiencia aplicada.

Sistema de costos por órdenes de trabajo.

Este tipo de sistemas se aplica a empresas manufactureras que producen de acuerdo a las especificaciones y pedidos de los clientes.

Las empresas que utilizan este sistema normalmente son: constructoras, mueblería, imprentas, cartoneras, plásticos, zapatería, entre otros.

En este sistema es importante llevar un control exhaustivo de todas las órdenes que se llevan



a cabo, a través de numeraciones específicas asignadas a cada parte en el proceso. (Véase Figura 6)

Figura 6. Proceso de un sistema por órdenes de trabajo.

Estos son los principales modelos de sistemas de costos a considerar de acuerdo al fin del proyecto, teniendo en cuenta cada uno de los detalles para así poder cumplir con todo lo establecido en los objetivos, además de poder

Diseño de un sistema de costos para la producción y la comercialización de cuadernos personalizados  
obtener una especificación óptima de los procesos de producción y comercialización.

Existen también otros tipos de sistemas de costos, como: costos por procesos, costos ABC y contabilidad de Trúput.

## Comercialización

Antes de hablar exclusivamente de lo que es la comercialización precisaremos algunos de los términos que incluye el tema.

### ¿Qué es comercio?

El comercio es una actividad económica del sector terciario que se basa en el intercambio y transporte de bienes y servicios entre diversas personas o naciones. El término también es referido al conjunto de comerciantes de un país o una zona, o al establecimiento o lugar donde se compra y vende productos (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011).

### ¿Qué es mercado?

Es el lugar de encuentro de todos los productos de distinta gama entre la oferta y la demanda.

### ¿Qué es la comercialización?

Es el conjunto de todas las funciones que se desarrollan para la distribución de un producto desde que sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor en el mercado.

La comercialización es la actividad que se realiza en el comercio. Es el intercambio que se aplica cuando una persona quiere adquirir un producto y a cambio entrega una cantidad de dinero impuesta. Es todo ese conjunto de actividades que pueden llegar a tener un complejo procedimiento, todo depende de la magnitud de la transacción (CONCEPTODEFINICION.DE,

2011).

La comercialización comprende un procedimiento en donde se evalúa, analiza, y estudia el campo en donde se quiere implantar el proceso de compra y venta.

En este importante análisis se toman en cuenta muchas variables considerables, por ejemplo: calcular un aproximado de cuanto se va a vender, evaluar el tipo de público presente en la localidad, qué impacto tendrá en la población, el precio estipulado por la ley y el precio que se desea imponer, Entre otras, son variables que determinan un posible comercio en un sitio (CONCEPTODEFINICION.DE, 2011).

Cuando hablamos de comercialización no referimos en otras palabras al Marketing, pero ¿qué es? Es una palabra inglesa que significa mercado o mercadotecnia, tiene como responsabilidad el estudio de los mercados y consumidores. Analiza la gestión comercial de las compañías con la finalidad de atraer, captar, retener y fidelizar a los clientes finales a través de la satisfacción de sus deseos y necesidades (Cyberclick ).

El Marketing trabaja con los siguientes elementos: "Las 4 P's"

### **¿Qué son "Las 4 P's"?**

Tienen como función principal explicar el marketing de una manera íntegra y completa, y hace referencia a: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

#### **Producto**

Es el elemento principal sobre el que gira toda la comercialización y cualquier campaña de Marketing, así como es el responsable de todas y cada una de las acciones que gira alrededor

de este. (Véase Figura 7)

Es todo aquello que se coloca en un mercado para su adquisición, así como para satisfacer una necesidad o deseo del consumidor (INBOUND CYCLE , 2014).

El producto no necesariamente es tangible, puede ser también o englobar ideas o valores.

Siempre en cada una de las estrategias del Marketing es necesario definir con exactitud el producto, se lo realiza respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Qué es lo que vendo?
- ¿Qué necesidades va o satisface mi producto?
- ¿Cuáles son las características y beneficios de mi producto?
- ¿Qué valor agregado puede proporcionar mi producto?

#### **Precio**

Es difícil fijar el más adecuado y aceptado. Se trata del valor o cantidad de dinero que el cliente o consumidor debe o paga para poder tener acceso al producto o servicio.

La fijación del precio es una de las cuestiones más complejas e importantes de una campaña, compañía o empresa, pues de eso depende la demanda del producto. De hecho, es innegable que el precio es lo primero en que se fija el consumidor.

#### **Para fijar el precio es necesario:**

- Realizar un estudio sobre cuánto están dispuestos a pagar los consumidores por el producto, sin especificación de todo el proceso que interviene en el mismo.

- Tener en cuenta los precios ya fijados por la competencia a productos iguales o similares.
- Calcular precios netos a obtener con cada precio.
- Responder lo más adecuado a las siguientes preguntas.

o ¿Qué valor tiene el producto para el cliente?

o ¿Existen precios estándar establecidos o fuertemente asumidos por los consumidores para nuestro producto o para productos similares?

o Si se reduce el precio del artículo, ¿logrará ventaja competitiva en el mercado?

## Plaza

Es el punto de distribución, es el proceso por el cual el producto o servicio llega al mercado siendo accesible para el consumidor o cliente, quien puede ser comprador al por mayor o menor.

Es uno de los elementos altamente influyentes en el margen de ganancias y satisfacción del cliente, debido a que si existe una buena ubicación los ingresos y la accesibilidad se verán beneficiados.

Existen múltiples variables a estudiar, es necesario tomarlas muy en cuenta en los análisis de la empresa, pues de estas depende la buena distribución, pérdidas y ganancias de la compañía, los elementos son:

- Almacenamiento.
- Transporte.
- Tiempos de la operación.
- Costes de los envíos.
- Canales que más me conviene utilizar: venta

## Promoción

Aquí se incluyen todos aquellos medios, canales y técnicas que van a dar a conocer el producto (INBOUND CYCLE, 2014).

Con todo el avance tecnológico, es posible realizar una buena promoción, accesible para cualquier tipo de consumidor y quien dese realizar la promoción, con distinto concepto y filosofía.

En la actualidad, medios tradicionales, como: vallas publicitarias, anuncios de radio o televisión, ya no bastan para una buena publicidad, pues las personas ya se interesan en una mayor proporción en esos medios, ya no como lo hacían antes, por ello se deben tener ideas que atraigan al público, incentivándolo a la compra del producto o servicio.

Se debe utilizar medios los cuales sean amigables y menos intrusivos, basados en contenido elaborado y lo mejor argumentado posible, y con el mayor valor agregado como sea posible para los consumidores.

Es preciso valorar todas las posibilidades y seleccionar la o las más adecuadas para llegar al público, realizando estudios precisos de elementos que interviene mucho en la promoción de un producto como: edad, población, sexo, necesidades, gustos y preferencias.

La definición de las 4 "P", además de ser uno de los puntos básicos del marketing que permite obtener una visión panorámica de todo lo que se quiere abarcar, tiene una utilidad muy práctica: pueden servir para elaborar una lista de las acciones y los análisis o estudios más básicos a realizar antes de lanzar al mercado un nuevo

producto o servicio (INBOUND CYCLE, 2014).

Todos estos aspectos tomaremos en cuenta para la adecuada distribución de nuestro producto para así tener un óptimo beneficio y aceptación en el mercado.

## **3** CONCLUSIONES

Al desarrollar un diseño de sistema de costos para la producción y la comercialización, es primordial tener en cuenta todos los detalles que se quiere priorizar, debido a que existen muchos que son utilizados con diferentes finalidades basándose en departamentos o secciones específicas, que depende de la finalidad del proyecto o empresa.

En base a todo lo desarrollado, podemos concluir que para una buena comercialización y producción de un servicio o producto, es necesario establecer parámetros que nos ayuden o faciliten el correcto proceso de elaboración y distribución de todos los elementos que intervienen a la hora de efectuar un producto para su mercadeo.

Para ello es necesario el estudio de las fortalezas y debilidades de un proyecto o empresa, y de todos los procedimientos que realizan, ya que así se tendrá presente que es lo que beneficia o no a la compañía.

Al estudiar los procedimientos es decir (sistemas de costos, comercialización y producción) y en si todo lo que tiene que ver la empresa, una de las debilidades es el estudio exhaustivo y extenso que implica, ya que si no sé lo realiza de la manera más adecuada y correcta, tendríamos que volver a empezar, lo que implica más tiempo en el desarrollo y elaboración, es decir, el

retardo al mercado de un producto o servicio, lo que implica pérdidas para la empresa.

En base a nuestro proyecto el utilizar un sistema de costos nos ayudara a evitar errores al momento de gastar para nuestra producción, otros de los beneficios es que nos ayuda a una correcta distribución de los materiales, así como de todo aspecto indirecto que interviene en el proceso, es decir nos permite un mejor organización de cada elemento.

Al trabajar de acuerdo a los pedidos de los clientes, y en si a gustos escogidos por los consumidores, la distribución del producto será más sencilla, ya que no estaríamos a la espera de una aceptación en el mercado.

Otro de los beneficios es que al intervenir en la elaboración material reciclado, a la hora de asignar un costo será accesible al público, ya que se evitaría los gastos de material para hacer los diferentes modelos y diseños.

Nos fijaremos muy bien en las necesidades de cada uno de nuestros clientes con el fin de satisfacerlos, y así lograr que nuestra empresa crezca reduciendo costos y maximizando ganancias.

Las debilidades que se tiene como proyecto, es que, al trabajar con gustos de los clientes pueda que a la hora de entregar el producto, no sea lo esperado, por lo que el consumidor se niegue a pagar o pague menos de lo que se plateo.

Otra de las desventajas es el lugar de distribución, hablando en términos de comercialización, ya que puede que el producto no tenga la misma aceptación en un lugar, que en otro.

Una de las debilidades en cuanto al sistema

de costos, sería que, al no tener un valor definido en los materiales reciclados a la hora de establecer un precio al producto puede haber pérdidas o el precio puede resultar mayor a lo estimado, produciendo una menor aceptación y demanda en el mercado.

En cuanto a la comercialización de nuestro producto tomaremos muy en cuenta cada uno de los elementos expuestos, ya que es una de las partes fundamentales para la distribución, aceptación, compra y venta.

Finalizando, es necesario el estudio de cada aspecto que vinculan a la empresa, en cuanto al desarrollo, distribución, y comercialización de un producto o servicio, pues así se establecen todos los límites que el proyecto se quiera plantear, además que permite el cumplimiento de todos los objetivos y metas que se ha planteado dicha compañía.

En el caso de nuestro proyecto es comercializar y producir cuadernos personalizados, de acuerdo a especificaciones del cliente, y preferencias varias de los consumidores, para así satisfacer sus necesidades, además de que ayude a la causa del medio ambiente, pues gran parte del material para realizar el cuaderno será reciclado, con ello otro de nuestros objetivos es competir en mercado y liderarlo, haciendo conocer a nuestra empresa FGM, para beneficio del consumidor y compañía.

En fin la utilización de un sistema de costos tanto para la producción y comercialización de cualquier producto o servicio, es necesaria y todas las compañías, están en la obligación de llevarla a cabo, pues es un resumen o control organizado de todos los procedimientos, material y actividades, a realizarse, además de permitirnos con eso obtener el estimado más

apropiado del costo de producto, además de que tú puedes elegir el sistema más apropiado para tu empresa, pues no existe un solo régimen estricto, que exija que deban llevar todos, sin excepción.

## 4

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvarez, Y. J. (2011). Ilustrados. Obtenido de Ilustrados: <http://ilustrados.com/tema/12144/Sistema-costo-ordenes.html>

Bernard, J. H. (1984). EcuRed . Obtenido de EcuRed : [https://www.ecured.cu/Contabilidad\\_General](https://www.ecured.cu/Contabilidad_General)

CONCEPTODEFINICION.DE . (5 de Marzo de 2011). Obtenido de CONCEPTODEFINICION.DE : <http://conceptodefinicion.de/comercio/>

CONCEPTODEFINICION.DE. (22 de Septiembre de 2011). Obtenido de CONCEPTODEFINICION.DE: <http://conceptodefinicion.de/comercializacion/>

Cyberclick . (s.f.). Obtenido de Cyberclick : <https://www.cyberclick.es/marketing>

INBOUNDCYCLE . (2014). Obtenido de INBOUNDCYCLE : <https://www.inbound-cycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

J, A. M.

(2011). Universidad de Cuenca. Obtenido de Universidad de Cuenca: