



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y**  
**FINANZAS**

**“DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN  
PARA LA IMPRENTA GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. UBICADA EN  
SANTA MARÍA DE HUACHIPA (LIMA-PERÚ)”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:

**BACHILLER EN CONTABILIDAD Y FINANZAS**

Presentado por:

Lucero Lizeth Tanta Taboada (0000-0002-0329-402X)

Yenny Smith Correa Davila (0000-0002-9894-3845)

Keyla Sofía Ortiz Pecho (0000-0001-7353-8184)

Elizabeth Karin Pérez Tambine (0000-0002-6532-428X)

Maribel Melendez Parco (0000-0002-7685-7823)

Lima – Perú

2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6**

**ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO**

Fecha: 02/07/2022

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Hugo Jesús Salas Canales

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA IMPRENTA GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. UBICADA EN SANTA MARÍA DE HUACHIPA (LIMA-PERÚ)"

Presentado por las estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071938	Tanta Taboada, Lucero Lizeth
100071996	Correa Davila, Yenny Smith
100071602	Ortiz Pecho, Keyla Sofia
100071330	Pérez Tambine, Elizabeth Karin
100072033	Melendez Parco, Maribel

Para optar al grado de Bachiller en: **Contabilidad y Finanzas** en la carrera de **Contabilidad y Finanzas** de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACIÓN	
100071938	Tanta Taboada, Lucero Lizeth	Aprobado ( 19 )	Desaprobado ( )
100071996	Correa Davila, Yenny Smith	Aprobado ( 19 )	Desaprobado ( )
100071602	Ortiz Pecho, Keyla Sofia	Aprobado ( 19 )	Desaprobado ( )
100071330	Pérez Tambine, Elizabeth Karin	Aprobado ( 19 )	Desaprobado ( )
100072033	Melendez Parco, Maribel	Aprobado ( 19 )	Desaprobado ( )

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Hugo Jesús Salas Canales

## TABLA DE CONTENIDO

LISTA DE TABLAS	
LISTA DE FIGURAS	
RESUMEN EJECUTIVO	
INTRODUCCIÓN	1
<b>CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>3</b>
1.1. Análisis de la empresa	3
1.2. Plan estratégico de la empresa	5
1.2.1. Visión	5
1.2.2. Misión	5
1.2.3. Valores	5
1.2.4. Objetivos estratégicos	6
1.2.5. Estrategia del negocio	6
1.2.6. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva	7
<b>CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>8</b>
2.1. Realidad problemática	8
2.2. Objetivos	9
2.2.1 Objetivo general	9
2.2.2 Objetivos específicos	9
2.3. Antecedentes	9

2.3.1. Antecedentes internacionales	9
2.3.2. Antecedentes nacionales	11
<b>CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO</b>	<b>13</b>
3.1. Sistema de costos	13
3.1.1. Clases de costos	13
3.1.2. Medición de costos	14
3.2. Contabilidad de costos	14
3.3. Economía y Marketing	14
3.4. Determinación del precio	16
3.4.1. Definición del precio	16
3.4.2. Importancia del precio	17
<b>CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA</b>	<b>18</b>
4.1. Población	18
4.1.1 Marco muestral	19
4.1.2. Tipo de muestreo	19
4.2. Técnicas e instrumentos	20
4.3. Controles patrimoniales	21
<b>CAPÍTULO V: SISTEMA DE COSTOS</b>	<b>22</b>
5.1. Implementación del sistema de costos	22
5.2. Hoja de costos	25

5.3.	Comparación de los costos por producto al aplicar el sistema	29
5.4.	Cálculo comparativo del precio	31
5.5.	Estado de resultados	32
5.6.	Asientos contables	33
5.7.	Aplicación del sistema de costos	34
<b>CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>		<b>35</b>
6.1.	Conclusiones	35
6.2.	Recomendaciones	36
<b>CAPÍTULO VII: REFERENCIAS</b>		<b>38</b>

## LISTA DE TABLAS

<b>Número</b>		<b>Página</b>
1	Productos que ofrece la empresa Grafiflex Perú S.A.C.	19
2	Marco muestral de los productos ofertados por la empresa Grafiflex Perú S.A.C.	20

## LISTA DE FIGURAS

<b>Número</b>		<b>Página</b>
1	Análisis FODA CRUZADO de la empresa Grafiflex Perú S.A.C.	4
2	Bienes que posee la imprenta Grafiflex Perú S.A.C.	22
3	Insumos de etiquetas industriales alimentarias	24
4	Insumos de etiquetas de línea agroindustrial	25
5	Insumos de etiquetas precintos de seguridad	25
6	Insumos de etiquetas de información variable	25
7	Costos de producción de las etiquetas industriales alimentarias	26
8	Costos de producción de la línea agroindustrial	27
9	Costos de producción de precintos de seguridad	28
10	Costos de producción de las etiquetas información variable	29
11	Comparación de los costos por productos	30
12	Determinación de precio de venta y comparación aplicando el sistema	31
13	Estado de resultados	32
14	Asientos contables	33

## RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente trabajo investigativo tuvo como propósito principal diseñar un sistema de costos para la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. ubicada en Santa María de Huachipa, así como también establecer el costo real de producción, evaluar el sistema en la elaboración de los productos y analizar la utilidad real. Para la determinación de precios de las etiquetas se elaboró un sistema de costos estándar, ajustado de acuerdo con el rubro de la empresa, detallando la cantidad exacta de medidas aplicadas para la fabricación de cada producto, así como también la cantidad de suministros e insumos que se usarán en la fabricación de cada tipo de etiqueta. Con base en los datos obtenidos, se ha tomado en consideración el costeo de materia prima directa; así como, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, donde se especifican los costos reales a invertir. De esta manera la imprenta tiene la posibilidad de ejecutar adecuadamente el sistema para fijar los precios más competitivos y adecuados para las etiquetas, en conformidad con los costos empleados.

## INTRODUCCIÓN

Dentro de la investigación que se realizó para la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. determinamos la implementación del sistema de costos por estándar, que le otorgará un mejor análisis de sus insumos que intervienen en la fabricación de diferentes etiquetas, el cual les posibilitará llevar de una mejor manera sus procesos de producción y así fijar precios competitivos.

La investigación está conformada por siete capítulos que se describirán a continuación:

En el capítulo I desarrollamos el análisis de la empresa, detallando la trayectoria y acerca de los representantes de la empresa; el análisis FODA donde se muestran las variables internas y externas a la empresa y cómo se podría aplicar las estrategias más adecuadas. Además, se plasmaron la visión, misión, valores, objetivos estratégicos, estrategia del negocio y las fuentes generadoras de la ventaja competitiva; los cuales permiten conocer de una mejor manera a la organización objeto de estudio.

En el capítulo II se detalló la realidad problemática, objetivos y antecedentes de la investigación; es decir, dentro de este capítulo damos a conocer los problemas que presenta la empresa y los objetivos que se propondrán de acuerdo con el sistema de costos a desarrollar, tomando como referencia investigaciones desarrolladas con anterioridad.

En el capítulo III precisamos los conceptos del sistema de costos por diferentes autores, clases de costos, así como la medición de estos; del mismo modo, se define a la contabilidad de costos, la economía, marketing y la importancia de la determinación de precio.

En el capítulo IV especificamos la población que abarca los diferentes tipos de productos de la empresa, el marco muestral está conformado por cuatro modelos de etiquetas, el tipo de muestreo que utilizamos es no probabilístico por conveniencia, se puntualizan las técnicas e instrumentos para poder recopilar la información; y finalmente, se desarrollan los controles patrimoniales de la empresa.

En el capítulo V realizamos la implementación del sistema de costo, elementos del costo por etiquetas, hoja de costos, comparación de los costos por producto al aplicar el sistema, cálculo comparativo del precio, estado de resultados, asientos contables y aplicación del sistema de costos.

En el capítulo VI presentamos las conclusiones y recomendaciones a las que se pudieron llegar luego de todo el proceso investigativo. Finalmente, en el capítulo VII se presentaron las referencias que fueron utilizadas dentro de la investigación; como tesis, libros, entre otros que ayudaron en los antecedentes y demás conceptos relacionados con la temática de estudio.

## CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

### 1.1. Análisis de la empresa

GRAFIFLEX PERÚ es una empresa dedicada a la impresión gráfica, fundada por el Sr. Luiggi Bullón Ravines y un socio administrativo en agosto del año 2016, con inicio de actividades en enero del 2017. Al principio, el funcionamiento general dependía solo de ambos socios y el actual jefe de producción, Ing. Joe Paz Lingán. A partir de agosto del 2021, el Sr. Bullón junto a su esposa, Sra. Jennifer Torres adquieren todas las acciones de la empresa, asumiendo la Dirección General absoluta. Con esta importante decisión, GRAFIFLEX PERÚ ingresa a formar parte del GRUPO TORRES & TORRES CALDERON.

En la actualidad, la empresa cuenta con más de 50 colaboradores, entre las áreas administrativas y la planta de producción; gracias a la calidad de sus productos, excelentes tiempos de entrega y al servicio sobresaliente ofrecido, el crecimiento de la empresa fue exponencial, logrando a la fecha atender a los clientes más renombrados y exigentes del mercado local e internacional.

**Figura 1**
*Análisis FODA CRUZADO de la empresa Grafiflex Perú S.A.C.*

	<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
<b>GRAFIFLEX PERÚ S.A.C.</b>	F1. Personal altamente calificado F2. Oportunidad de desarrollo de línea de carrera para el personal F3. Flexibilidad y capacidad para procesar diferentes pedidos F4. Proveedores idóneos de los diferentes productos y servicios requeridos por la empresa	D1. Poco personal D2. Estrategia de costos inadecuada D3. No cuenta con página web D4. Ausencia de un plan estratégico en el área de producción.
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>ESTRATEGIA (FO)</b>	<b>ESTRATEGIA (DO)</b>
O1. Maquinarias modernas	F1/O1: Capacitación constante del personal, para la operación de las máquinas.	D1/O1: Tener convenios con instituciones educativas del manejo y conocimiento de las maquinarias.
O2. Buena comunicación con los clientes	F3/O2: Envío de correos electrónicos detallados con la proforma de pedidos. F4/O3: Ampliar y negociar con nuevos proveedores ya que estos pueden proporcionarnos algunas condiciones que se pueden mejorar a partir de nuestras condiciones existentes, tales como precio y tiempo de entrega.	D3/O2: Implementar la estrategia de posicionamiento web, para facilitar el acceso de nuestros clientes. D2/O3: La implementación de un sistema de costos adecuados nos permitirá llevar adecuadamente los costos de la organización.
O3. Implementación de un sistema de costos		
O4. Modernización e inversión en infraestructura, equipos y maquinaria	F2/O4: Pago de la capacitación del personal en los modernos equipos en adquisición.	D4/O4: Implementación de un sistema de plan de actividades para el mantenimiento de las maquinarias e instalaciones.
<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>ESTRATEGIA (FA)</b>	<b>ESTRATEGIA (DA)</b>
A1. Los precios de las materias primas y suministros gráficos internacionales están al alza	F4/A1: Firmar contratos con proveedores internacionales para la adquisición de los materiales para realizar la producción.	D2/A1: Contratar con proveedores directos para que nos puedan brindar materia prima al mismo costo y con la ventaja de seguir creciendo ambos.
A2. Peligro de perder clientes	F1/A2: Realizar contratos con las empresas por periodo para realizar las impresiones de sus etiquetas y así tenerlos fidelizados. F3/A3: Implementar un software que nos facilite el registro de los pedidos, de esa manera nuestra atención al cliente sería mucho más eficaz ante nuestras competencias.	D3/A2: Desarrollar sistemas de comercio electrónico a través de una página web, y enfocarse en promover el método de ventas. D2/A3: Implementar una estrategia de costos para disminuir algunos gastos y eso nos daría una ventaja ante nuestros competidores.
A3. Entrada de nuevos competidores		
A4. Riesgo de obsolescencia de los equipos y maquinarias disponibles	F3/A4: Contratar personal capacitado para el mantenimiento constante de todas las maquinarias.	D1/A4: Contratar personal para la gestión y planificación de la obsolescencia de equipos y maquinarias, esto permitirá averiguar cuál es el fallo y si este tiene reparación.

## 1.2. Plan estratégico de la empresa

### 1.2.1. Visión

Ser la compañía líder en la industria y posicionarnos en la mente de nuestros clientes como la mejor opción al momento de desarrollar su marca. Esto nos permitirá convertirnos en una de las empresas top del mercado de etiquetas autoadhesivas a nivel nacional.

### 1.2.2. Misión

Somos una empresa dedicada al diseño e impresión de etiquetas autoadhesivas. Todos nuestros procesos están enfocados en plasmar de forma precisa la idea de la marca de nuestros clientes, cumplir con un tiempo óptimo de entrega y satisfacer sus expectativas de calidad de imagen y funcionalidad.

### 1.2.3. Valores

- Excelencia
- Ética
- Eficacia
- Honestidad y transparencia
- Lealtad
- Liderazgo
- Puntualidad
- Profesionalismo
- Respeto
- Responsabilidad

#### 1.2.4. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos le permitirán a la empresa ser líder en el sector de etiquetas autoadhesivas; de acuerdo con lo mencionado, a continuación, detallamos los siguientes objetivos estratégicos.

- Aumentar los ingresos anualmente en 15% durante los próximos cuatro años.
- Implementar una nueva sucursal de la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C en el Cercado de Lima, con un equipamiento adecuado para la mejora del rendimiento.
- Incrementar la fidelización de nuestros clientes, para posicionarnos y liderar en el sector.
- Ofrecer servicios de prensa digital y flexográfica con la mejor calidad, tiempos flexibles de entrega y precios competitivos para beneficio de nuestros clientes.

#### 1.2.5. Estrategia del negocio

En la empresa GRAFIFLEX PERÚ S.A.C se utilizará la estrategia de liderazgo en costos, para ofrecer a nuestro público productos de calidad a los mejores precios del mercado nacional, dependiendo de la cantidad del producto en la orden de compra.

### 1.2.6. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

GRAFIFLEX PERU S.A.C. cuenta con las siguientes fuentes generadoras de ventaja competitiva que la convertirán en una empresa líder en la industria gráfica, a continuación, las describiremos en detalle:

- Nuevas máquinas tecnológicas, como la flexográfica de ocho colores y la máquina Etirama SPS2, las cuales son operadas por personal capacitado. Estas nos permitirán brindar a nuestros clientes mejores productos, optimizar tiempos y costos.
- Ofrecemos a nuestros clientes precios adecuados a la cantidad de orden de compra, brindándoles mejores ofertas y promociones.
- Realizamos una planificación de compras de materia prima en grandes cantidades para poder minimizar costos y tenerlos bajo disponibilidad inmediata.
- La empresa está ubicada en un punto estratégico para la fácil distribución de sus productos.

## CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 2.1. Realidad problemática

La imprenta “GRAFIFLEX PERÚ S.A.C.” ofrece el servicio de prensa digital y flexográfica, con diferentes acabados y sobre diferentes productos, tales como: etiquetas, empaques, folletos, gigantografías, entre otros. En agosto del 2021 tras asumir la Dirección General absoluta el Sr. Luiggi Bullón y esposa, detectaron diversas irregularidades en distintas áreas de la empresa; una de ellas fue el inadecuado manejo contable y el mal control en el área de producción, pues al momento de rendir cuentas sobre los costos y gastos en la elaboración de sus productos, no tenían un control realista de los precios, porque la organización no ha desarrollado un sistema de costos, el cual le posibilite el desarrollo y control de sus actividades.

El sistema de costos dentro de una empresa es fundamental, especialmente dentro de las empresas industriales, pues permite contabilizar los costos en que se incurren para la realización de un bien, el costo de ventas, la fuerza laboral y ayuda a la planeación estratégica. Por esta razón, es necesario diseñar un sistema de costos de producción para la imprenta, el cual ayudará a controlar los insumos, permitiendo determinar los precios implicados en la producción de las etiquetas y demás productos que brindan.

## 2.2. Objetivos

### 2.2.1 Objetivo general

Diseñar un sistema de costos para la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. ubicada en Santa María de Huachipa.

### 2.2.2 Objetivos específicos

- Determinar el costo real de producción de las etiquetas por órdenes de pedido en la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. ubicada en Santa María de Huachipa.
- Evaluar el sistema de trabajo para la elaboración de las etiquetas en la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. ubicada en Santa María de Huachipa.
- Analizar la utilidad real implementando el sistema de costos en la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. ubicada en Santa María de Huachipa.

## 2.3. Antecedentes

### 2.3.1. Antecedentes internacionales

Quevedo (2018) desempeñó una investigación sobre la compañía “ECOVITAL”, ubicada en Ecuador. Tenía como finalidad diseñar un método de costos por procesos automatizados que le permitiera el impulso de la productividad y competitividad en su crecimiento económico, la metodología de investigación utilizada fue mixta que consistió en la estimación de los métodos cuantitativos y cualitativos; para hallar la información numérica y a su vez obtener información referente a los procesos de producción que se ejecutaban en la empresa, para el estudio realizado se solicitó la participación del personal administrativo y de fábrica (nueve colaboradores; tres administrativos y seis

operativos), los cuales se destinaron para dar a conocer la problemática financiera, el enfoque del servicio al cliente, qué contabilidad llevaba la empresa y confirmar de que la empresa conociera cuáles eran los costos de su producción. En conclusión, el sistema de costos que favorecía a la entidad sería por procesos automatizados, debido a que, obtendría una visión concisa de los recursos de producción, llegando a tener un manejo adecuado de los registros contables obtenidos en los estados financieros, dando a conocer si tuvieron ganancia o pérdida, ayudando en la toma de decisiones.

Aguirre (2019) realizó una investigación dentro de la empresa Miguel Martín y Cia S.A.S, ubicada en Colombia, tuvo como objetivo llevar a cabo un sistema de costos que le permitiera maximizar el desarrollo productivo de la crianza de aves domésticas para la producción de huevos, la metodología que utilizó fue de manera cuantitativa, para que pudiera evaluar los costos dentro del proceso de vida de las aves, el estudio se realizó dentro de la empresa con la intervención de las áreas a cargo, los resultados que obtuvo dentro del proceso de costeo por la producción de huevos de las aves determinaron el desarrollo eficiente del sistema de costeo en cada etapa que le permitió saber la cantidad de huevos que ponían las aves, en conclusión el mejor sistema de costeo que adoptaron fue por procesos, ya que la producción era constante.

Ruiz (2021) realizó una investigación en la empresa Negocios Gráficos Grafinpren S.A, ubicada en Ecuador, tuvo como objetivo implementar el sistema de costos de producción para demostrar si la rentabilidad había sido afectada dentro de la empresa, el método de investigación que utilizaron fue de manera

descriptiva y documental, empleando una población de 51 colaboradores que trabajaban dentro del Área de Producción; asimismo, el resultado que obtuvieron fue que la compañía utilizaba un sistema de costos por órdenes de trabajo inadecuado y realizado incorrectamente; en consecuencia, no consiguieron identificar los resultados reales de los costos por los pedidos que sus clientes realizaban, en conclusión la empresa Gráficos Grafipren S.A utilizaba una estructura ineficiente que no le permitía conectar con las etapas de la producción y esto causó el uso incorrecto y el mal manejo del sistema de costos.

### **2.3.2. Antecedentes nacionales**

Bendezú y Torres (2018) buscaron determinar que los sistemas de costos de producción no eran valorados como un instrumento administrativo y pretendieron conocer cómo aquellos sistemas podrían ayudar a generar una ventaja competitiva que les permitiera diferenciarse de los demás entes del sector de joyería. Se aplicó el método de tipo correlacional y explicativo, de enfoque mixto. Concluyendo que el componente más dificultoso y relevante de establecer a los bienes eran los CIF (costos indirectos de fabricación). También, implementaron una óptima estructura de un sistema de costos, que ayudaría a la organización a utilizar adecuadamente el empleo de los materiales de su línea de negocio. Se recomendó entre otros aspectos, implementar una política a nivel interno y externo; y una estructura organizacional para aplicar estrategias empresariales.

Peña y Condori (2019) realizaron una investigación en la empresa ETIGRAFIC SAC, ubicada en Lima, donde tuvieron como objetivo determinar el costo de impresión de etiquetas que respaldaría la evaluación del valor de venta de impresión de etiquetas, el estudio fue de tipo documental no experimental, la recopilación de datos fue mediante entrevistas a los colaboradores de la empresa, los investigadores precisaron que los costos indirectos intervinieron de manera razonable en la definición del precio de la impresión, por lo que utilizaron el presupuesto de costos indirectos por órdenes de trabajo y bajo el método de costeo absorbente. Después de la investigación concluyeron que la organización ETIGRAFIC SAC para determinar el costo de venta, solamente utilizaba los costos de los materiales directos y no consideraban los demás costes y gastos que intervienen en su fabricación, debido a que su costeo era inadecuado para la determinación de precio.

Hospina y Gamarra (2020) realizaron una investigación en la empresa Marie E.I.R.L. ubicada en Huancayo, tuvieron como objetivo examinar el alcance del sistema de costeo por procesos para la determinación de la rentabilidad, la investigación fue de tipo explicativa y diseño no experimental, para el estudio recopilaron datos del Área Contable; asimismo, los resultados de la investigación demostraron que no contaban con documentos que respaldaban el análisis de los estados financieros y la aplicación de un sistema de costos por procesos de unidades que determinarían la toma de decisiones financieras. Por lo tanto, se concluyó que el sistema de costos por procesos sí incidía en el análisis de la rentabilidad en la empresa.

## CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

### 3.1. Sistema de costos

Sinisterra (1997, como se citó en Gallegos y Mostajo, 2019) indica que, la contabilidad tiene subsistemas, algunos de los cuales son los sistemas de costos, que guardan un informe minucioso sobre los costos de producción. Estos datos se organizan, agregan, distribuyen y controlan, lo que requiere un conjunto de reglas, procedimientos y técnicas contables para recopilar la información y determinar los costos unitarios de producción.

Campa (2005, como se citó en Hernández, 2016), respecto al sistema de costos menciona que, “el fin es proporcionar; información necesaria para la planificación y control de la actividad, información complementaria para la elaboración de la contabilidad financiera e información necesaria para la toma de decisiones en la empresa” (p. 17).

#### 3.1.1. Clases de costos

Mera (2019) menciona que los sistemas de costos según las necesidades de la empresa se dividen en dos clases:

- **Costo por órdenes de producción**

Este sistema se maneja en industrias que fabrican de acuerdo con diseños o especificaciones especiales proporcionadas por el cliente, cuando la producción es discontinua o estandarizada, el costo de fabricación se asigna a unidades individuales, generalmente iniciando la producción después de recibir una orden del cliente.

- **Costo por procesos**

Este sistema se utiliza cuando el bien se produce como resultado de una operación continua y por lotes, en la que los productos no se procesan por separado, sino que se mezclan en un lote diferente e indistinguible.

### 3.1.2. Medición de costos

Gómez (2005) menciona que según la forma en que se miden los costos de producción, se dividen en:

- **Costeo por absorción**

Conocido también como costos totales y globales, el costo de cada artículo deriva de los costos de materiales directos, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

- **Costeo directo**

Llamado también costo marginal y costo variable, el costo de cada producto se obtiene tomando en cuenta los costos de materiales directos, el costo variable de la mano de obra directa, los costos indirectos variables de fabricación, los gastos administrativos y de ventas que también cambian con el tiempo.

### 3.2. Contabilidad de costos

Arredondo (2016) la considera como fundamento clave para la dirección, en sus actividades de planeación, control y formulación de estrategias, debido a que provee los instrumentos contables que son importantes para garantizar un buen desarrollo de las

etapas en el procedimiento administrativo para el establecimiento del costo de fabricación de un bien o servicio.

Sinisterra (2017) define que la contabilidad de costos es cualquier proceso o mecanismo contable que permite a la empresa determinar el costo de producción de un bien o servicio; es decir, todos los costos y gastos que estarán involucrados para poder contabilizar los costos totales de producción y ser asignados a los costos unitarios.

Suaste (2020) la conceptualiza como un sistema que facilita la presentación de información contable de una organización, que ayuda al registro, clasificación, asignación, distribución y manejo de los costos que van influir en la producción, distribución, administración y financiamiento de la empresa; tiene como función interpretar la información recaudada para presentar a la junta de accionistas de la compañía.

Según Rojas (2020), la contabilidad de costos como los presupuestos se desarrollan en torno a la contabilidad administrativa, debido a que son base fundamental para la planeación, control de operaciones y resultados para la organización en lo económico.

### **3.3. Economía y Marketing**

#### **Economía**

Toscano et al. (2019) sostienen que la economía aborda desde la producción de un bien o servicio hasta la distribución y consumo. Asimismo, se encarga de la

satisfacción de carencias de la sociedad y de cómo administran la obtención de sus escasos recursos que disponen.

Según Carbaugh (2009), en ningún país existe aislamiento económico. Todos los aspectos están relacionados dentro de un Estado; así como empresas, ingresos, empleo, niveles de vida que están vinculados con la circulación y globalización de la economía.

## **Marketing**

Morgane (2016) y Salas-Canales (2021) afirman que en el marketing mix se da a conocer el aumento del consumo dentro de la sociedad para poder satisfacer necesidades de las personas, ofreciendo productos y servicios constantemente; y procurando el cuidado y desarrollo de la economía global.

Ferrell y Hartline (2012) argumentan que en el marketing su meta principal es vincular a la empresa con sus clientes, los colaboradores tienen el compromiso de administrar los productos desde la forjación de la idea hasta el momento en que llega al consumidor para la satisfacción de sus necesidades y bienestar de las personas. También añade que el marketing tiene que asumir cualquier problema ocurrido dentro de la demanda.

### **3.4. Determinación del precio**

#### **3.4.1. Definición del precio**

Según Díaz et al. (2020), el precio es la cantidad monetaria que va utilizar el comprador para poder intercambiar un bien o servicio que será otorgado por el vendedor.

Sevilla (2022) conceptualiza al precio como el importe necesario para poder comprar un bien servicio, para que pueda suceder la transacción del precio es necesario que ambas partes estén de acuerdo; es decir, el vendedor y comprador.

### 3.4.2. Importancia del precio

Según Rojas (2017), permite dar forma la percepción del producto a los ojos del cliente; es decir, el cliente relaciona el precio con el producto, si el precio es bajo, puede indicar que el producto no es bueno, por lo tanto, antes de poner un producto al mercado se tiene que realizar un correcto estudio del público objetivo y el mercado.

Franco (2022) menciona que el precio es un elemento clave en la economía, debido a que es la referencia monetaria que un consumidor otorgará al vendedor para la adquisición de un bien o servicio.

## CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

### 4.1. Población

Se sabe que la empresa GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. ofrece 20 productos que se encuentran clasificados en tres secciones. En la tabla 1 se muestra el detalle de los bienes que ofrece la imprenta:

**Tabla 1**

*Productos que ofrece la empresa Grafiflex Perú S.A.C.*

<b>Etiquetas integrales</b>	<b>Volantes</b>	<b>Gigantografía</b>
Etiquetas industriales alimentarias	Folletos	Letreros
Etiquetas promocionales y de marketing	Bolsa corporativa	Roll screen Parante de fierro
Premium labels	Volantes monócromos	
Aplicadores automáticos de etiquetas	Volante lanzamiento de local	
Línea agroindustrial	Volantes propagandistas	
Precintos de seguridad	Volantes promocionales	
Etiquetas pre impresas	Volantes informativos	
Etiquetas de información variable		
Impresoras de termo transferencia		
Codificadoras		

#### 4.1.1 Marco muestral

La muestra para la investigación está conformada por una de las categorías considerada la más importante (etiquetas integrales) para la empresa GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. En la tabla 2 se expone el detalle de productos seleccionados:

**Tabla 2**

*Marco muestral de los productos ofertados por la empresa Grafiflex Perú S.A.C.*

<b>Etiquetas integrales</b>
Etiquetas industriales alimentarias
Línea agroindustrial
Precintos de seguridad
Etiquetas de información variable

#### 4.1.2. Tipo de muestreo

En este trabajo utilizamos el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, de manera que queda comprobado que de toda la gama que conforma la población, solo se ha escogido a cuatro modelos de etiquetas. Por lo cual, los modelos que hemos seleccionado son: etiquetas industriales alimentarias, línea agroindustrial, precintos de seguridad y etiquetas de información variable, porque según lo investigado son las más solicitadas por los clientes, generando mayores ventas a la empresa GRAFIFLEX PERÚ S.A.C.

#### 4.2. Técnicas e instrumentos

Es vital seleccionar instrumentos confiables de medición con la finalidad de medir los comportamientos y cualidades que habrán de estudiarse.

##### **Técnicas de recolección de datos:**

- **Entrevistas**

Según Mejía (2018), la entrevista es un método invaluable para recolectar data y poseen ciertas propiedades especiales que todavía se usan con frecuencia, hay que tener en cuenta la clase de entrevistado y la situación donde se desarrollará la entrevista.

- **Encuestas**

Según Briones (2020), es una técnica que engloba una gama de recursos dirigidos a recolectar, proponer y examinar la información debidamente estructurada y dirigida a un público objetivo que debe contestar de una manera adecuada para la investigación, con el fin de obtener datos confiables.

##### **Instrumentos de recolección de datos:**

- **Cuestionario**

Según Hurtado (2019), es el instrumento que agrupa un grupo de preguntas respecto a una o más variables a medir y también nos ayuda a recabar información y datos para la tabulación, ordenamiento, clarificación y examinación en un trabajo investigativo.

- **Guía de entrevista**

Es una técnica que nos ayuda a recopilar datos a través de una serie de preguntas que planteamos y que se les efectuará a las personas que están implicadas en la investigación que estamos desarrollando, dicha entrevista se realizó vía la plataforma Zoom (Hernández, 2016).

### 4.3. Controles patrimoniales

**Figura 2**

*Bienes que posee la imprenta Grafiflex Perú S.A.C.*

<b>ADMINISTRACIÓN</b>		
Código	Bien	Cantidad
001	Computadoras	12
002	Impresora	7
003	Laptop	14

<b>GERENCIA</b>		
Código	Bien	Cantidad
001	Laptop	1
002	Macbooks	1

<b>DISEÑO</b>		
Código	Bien	Cantidad
001	Mac 21.5"	2
002	Mac 27"	1

<b>PLANTA</b>		
Código	Bien	Cantidad
001	Impresoras flexográficas	5
002	Compresora	4
003	Rebobinado	5
004	Troqueladora plana	4
005	Troqueladora rotativa	3
006	Impresora TSC	1

<b>ALMACÉN</b>		
Código	Bien	Cantidad
001	Impresora TSC	1

## CAPÍTULO V: SISTEMA DE COSTOS

### 5.1. Implementación del sistema de costos

De acuerdo con lo investigado en la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C., se recomienda implementar un sistema de costos de producción que determine el valor real de la materia prima; asimismo, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación en la elaboración de las etiquetas. Se propone un sistema de costo estándar que ayude a determinar el costo de cada producto fabricado, porque los factores que intervienen en el proceso de producción afectan directamente a cada área hasta que se completa la fabricación del producto.

A continuación, detallaremos dichas áreas que están directamente involucradas en la fabricación de etiquetas:

- **Área de Ventas:** Tiene la función de recibir pedidos mediante dos fuentes: la cartera de clientes que ya posee la empresa y la captación de nuevos clientes mediante publicidad directa a cargo de grupos de visita a distintas empresas.
- **Área de Compras:** Es la encargada de cotizar y adquirir la materia prima y demás insumos necesarios para la fabricación de las etiquetas.
- **Área de Almacén:** Es donde se almacenan las compras adquiridas, que son codificadas para su debido despacho.
- **Área de Diseño:** Se encarga de la creación y el diseño de las etiquetas de acuerdo con la necesidad del cliente.

- **Área de Producción:** De acuerdo con el diseño aprobado, esta área solicita la materia prima y demás insumos al Área de Almacén para programar la ejecución del producto según órdenes de producción.
- **Área de Control de Calidad:** Verifica que la producción se lleve a cabo respetando las políticas de la empresa de acuerdo con las medidas necesarias ante los riesgos de manipulación de insumos y el debido uso de las máquinas. El fin es garantizar que los productos elaborados estén en conformidad con lo solicitado por el cliente.

### 5.1.1. Elementos del costo por etiquetas

**Figura 3**

*Insumos de etiquetas industriales alimentarias*

ETIQUETAS INDUSTRIALES ALIMENTARIAS			
Costo directo		Costos indirectos de fabricación	
MPD	Mano de obra	MPI	Servicios básicos
Papel couché	Diseñador	Barniz	Luz
Cliché	Operador de máquina		Agua
Tinta magenta			Internet
Tinta yellow			Equipo de cómputo
Tinta black			

**Figura 4**

*Insumos de etiquetas de línea agroindustrial*

ETIQUETAS AGROINDUSTRIAL			
Costo directo		Costos indirectos de fabricación	
MPD	Mano de obra	MPI	Servicios básicos
Papel PPB MATE FH	Diseñador	Barniz	Luz
Cliché	Operador de máquina		Agua
Tinta magenta			Internet
Tinta cyan			Equipo de cómputo
Tinta yellow			
Tinta black			

**Figura 5**

*Insumos de etiquetas precintos de seguridad*

ETIQUETAS DE SEGURIDAD			
Costo directo		Costos indirectos de fabricación	
MPD	Mano de obra	MPI	Servicios básicos
Papel couché	Diseñador	Barniz	Luz
Cliché	Operador de máquina		Agua
Tinta black			Internet
			Equipo de cómputo

**Figura 6**

*Insumos de etiquetas de información variable*

ETIQUETAS DE INFORMACIÓN VARIABLE			
Costo directo		Costos indirectos de fabricación	
MPD	Mano de obra	MPI	Servicios básicos
Papel couché	Diseñador	Barniz	Luz
Cliché	Operador de máquina		Agua
			Internet
			Equipo de cómputo

## 5.2. Hoja de costos

**Figura 7**

*Costos de producción de las etiquetas industriales alimentarias*

MATERIALES	CANT.	U.M.	C. UNIT.	C. TOTAL
Papel couché	ROLLOS	1.00	9.94	9.94
Cliché	M2	292.10	2.41	703.96
Tinta yellow	KILOS	1.00	54.80	54.80
Tinta magenta	KILOS	0.75	54.80	41.10
Tinta black	KILOS	2.00	38.44	76.87
<b>TOTAL M.P.D</b>				<b>886.67</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>				
Barniz	KILOS	0.75	80.88	60.66
<b>TOTAL M.P.I.</b>				<b>60.66</b>
Luz				29.44
Agua				2.36
Internet				4.25
Equipo de cómputo				1.67
<b>Servicios básicos</b>				<b>37.72</b>
<b>TOTAL CIF</b>				<b>98.38</b>
<b>Costo de Materia Prima Directa</b>		<b>(A)</b>		<b>0.44</b>
DISEÑADOR				10.41
OPERADOR DE MÁQUINA				1.7
<b>M.O.D.</b>		<b>(B)</b>		<b>0.01</b>
<b>Costo Primo</b>		<b>(A+B)</b>		<b>0.45</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>		<b>(C)</b>		<b>0.01</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>(D)</b>		<b>0.05</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>(A+B+C+D)</b>		<b>0.51</b>

**Figura 8**
*Costos de producción de la línea agroindustrial*

MATERIALES	CANT.	U.M.	C. UNIT.	C. TOTAL
Papel PPB mate FH	ROLLOS	1.00	9.94	9.94
Cliché	M2	292.10	2.41	703.96
Tinta yellow	KILOS	1.00	54.80	54.80
Tinta magenta	KILOS	0.75	54.80	41.10
Tinta cyan	KILOS	0.75	18.48	13.86
tinta black	KILOS	2	38.44	76.87
<b>TOTAL M.P.D</b>				<b>900.53</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>				
Barniz	KILOS	0.75	80.88	60.66
<b>TOTAL M.P.I.</b>				<b>60.66</b>
Luz				29.44
Agua				2.36
Internet				4.25
Equipo de cómputo				1.67
<b>Servicios básicos</b>				<b>37.72</b>
<b>TOTAL CIF</b>				<b>98.38</b>
<b>Costo de Materia Prima Directa</b>		<b>(A)</b>		<b>0.45</b>
DISEÑADOR				10.41
OPERADOR DE MÁQUINA				1.7
<b>M.O.D.</b>		<b>(B)</b>		<b>0.01</b>
<b>Costo Primo</b>		<b>(A+B)</b>		<b>0.46</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>		<b>(C)</b>		<b>0.01</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>(D)</b>		<b>0.05</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>(A+B+C+D)</b>		<b>0.51</b>

**Figura 9**
*Costos de producción de precintos de seguridad*

MATERIALES	CANT.	U.M.	C. UNIT.	C. TOTAL
Papel couché	ROLLOS	1.00	9.94	9.94
Cliché	M2	292.10	2.41	703.96
Tinta black	KILOS	2	38.44	76.87
<b>TOTAL M.P.D</b>				<b>790.77</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>				
Barniz	KILOS	0.75	80.88	60.66
<b>TOTAL M.P.I.</b>				<b>60.66</b>
Luz				29.44
Agua				2.36
Internet				4.25
Equipo de cómputo				1.67
<b>Servicios básicos</b>				<b>37.72</b>
<b>TOTAL CIF</b>				<b>98.38</b>
<b>Costo de Materia Prima Directa</b>		<b>(A)</b>		<b>0.40</b>
DISEÑADOR				10.41
OPERADOR DE MÁQUINA				1.7
<b>M.O.D.</b>		<b>(B)</b>		<b>0.01</b>
<b>Costo Primo</b>		<b>(A+B)</b>		<b>0.40</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>		<b>(C)</b>		<b>0.01</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>(D)</b>		<b>0.05</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>				<b>0.46</b>

**Figura 10**
*Costos de producción de las etiquetas información variable*

MATERIALES	CANT.	U.M.	C. UNIT.	C. TOTAL
Papel couchè	ROLLOS	1.00	9.94	9.94
Cliché	M2	292.10	2.41	703.96
<b>TOTAL M.P.D</b>				<b>713.90</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>				
Barniz	KILOS	0.75	80.88	60.66
<b>TOTAL M.P.I.</b>				<b>60.66</b>
Luz				29.44
Agua				2.36
Internet				4.25
Equipo de cómputo				1.67
<b>Servicios básicos</b>				<b>37.72</b>
<b>TOTAL CIF</b>				<b>98.38</b>
<b>Costo de Materia Prima Directa</b>		<b>(A)</b>		<b>0.36</b>
DISEÑADOR				10.41
OPERADOR DE MÁQUINA				1.7
<b>M.O.D.</b>		<b>(B)</b>		<b>0.01</b>
<b>Costo Primo</b>		<b>(A+B)</b>		<b>0.36</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>		<b>(C)</b>		<b>0.01</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		<b>(D)</b>		<b>0.05</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>		<b>(A+B+C+D)</b>		<b>0.42</b>

### 5.3. Comparación de los costos por producto al aplicar el sistema

Para conocer el sistema de costos que se aplicará en la empresa GRAFIFLEX PERÚ realizamos una comparación de costos según el análisis aplicado y de acuerdo con el costo que maneja la empresa.

En la figura 11 apreciamos la aplicación del sistema de costeo que realizamos, resulta favorable para la empresa, ya que observamos una reducción dentro de la fabricación de los cuatro tipos de etiquetas.

**Figura 11**

*Comparación de los costos por productos*

Comparación de los costos por productos									
Producto		Costos según análisis			Costos según análisis GRAFIFLEX PERÚ			Reducción de costo	Margen en %
N°	Descripción	Costo de Producción (CP)	Utilidad 30%	Valor Venta	Costo de Producción (CP)	Utilidad 30%	Valor Venta		
1	Etiquetas industriales alimentarias	0.51	0.15	0.66	1.056	0.32	1.37	0.71	52%
2	Linea agroindustrial	0.51	0.15	0.67	1.685	0.51	2.19	1.52	69%
3	Precintos de seguridad	0.46	0.14	0.60	1.415	0.42	1.84	1.24	68%
4	Etiquetas información variable	0.42	0.13	0.55	0.593	0.18	0.77	0.22	29%

#### 5.4. Cálculo comparativo del precio

**Figura 12**

*Determinación de precio de venta y comparación aplicando el sistema*

COMPARACIÓN DE PRECIOS DE PRODUCTOS POR 2 MILLARES DE ETIQUETA C/U										
PRODUCTO		PRECIO APLICANDO EL SISTEMA				PRECIO SEGÚN LA EMPRESA				
N°	Descripción	Valor de venta	Igv	Precio de venta	Total	Valor de venta	Igv	Precio de venta	Total	Diferencia
1	Etiquetas industriales	S/ 0.66	S/ 0.12	S/ 0.78	S/1,557.60	S/ 1.37	S/ 0.25	S/ 1.62	S/ 3,233.20	S/ 1,675.60
2	Línea agroindustrial	S/ 0.67	S/ 0.12	S/ 0.79	S/1,581.20	S/ 2.19	S/ 0.39	S/ 2.58	S/ 5,168.40	S/ 3,587.20
3	Precintos de seguridad	S/ 0.60	S/ 0.11	S/ 0.71	S/1,416.00	S/ 1.84	S/ 0.33	S/ 2.17	S/ 4,342.40	S/ 2,926.40
4	Etiquetas información variable	S/ 0.55	S/ 0.10	S/ 0.65	S/1,298.00	S/ 0.77	S/ 0.14	S/ 0.91	S/ 1,817.20	S/ 519.20

#### **Interpretación:**

En la determinación de precios se realiza una comparación con una muestra de dos millares de etiquetas de distintos modelos según el manejo actual de costos de la organización y aplicando un sistema de costos, se puede visualizar un beneficio muy relevante, ya que, con la ejecución de un sistema de costos de producción, se podrá determinar un precio más competitivo con el propósito de que la empresa pueda reducir sus costos de insumos y tener más margen de ganancias.

## 5.5. Estado de resultados

**Figura 13**

*Estado de resultados*

Estado de Resultados (Del 01/01 al 31/12 del 2020)		
Ventas netas o ing. Por servicios	461	8649347
Desc. Rebajas y bonif. Concedidas	462	(0)
Ventas netas	463	8649347
Costo de ventas	464	(6198515)
Resultado bruto Utilidad	466	2450832
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(1251664)
Gastos administrativos	469	(200630)
Resultado de operación utilidad	470	998538
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(107169)
Ingresos financieros gravados	473	112138
Otros ingresos gravados	475	1400
Otros ingresos no gravados	476	0
Enajen. De val y bienes del act. F	477	0
Costo enajen. De val y bienes del A.	478	(0)
Gastos diversos	480	(0)
REI del ejercicio positivo	481	0
Resultados antes de part. - Utilidad	484	1004907
Resultados antes de part. - Pérdida	485	(0)
Distribución legal de la renta	486	0
Resultado antes del imp - Utilidad	487	(0)
Resultado antes del imp - Pérdida	489	1004907
Impuesto a la renta	490	(296725)
Resultado del ejercicio - Utilidad	492	708182
Resultado del ejercicio - pérdida	493	(0)

## 5.6. Asientos contables

**Figura 14**
*Asientos contables*

Cuentas	Asiento Contable	Debe	Haber
60	COMPRAS	6,198,515.00	
61	VARIACIÓN DE EXISTENCIAS		6,198,515.00
	Por las compras		
61	VARIACIÓN DE EXISTENCIAS	6,198,515.00	
69	COSTO DE VENTAS		6,198,515.00
	Por el costo de ventas		
70	VENTAS NETAS O ING. POR SERV.	8,649,347.00	
80	MARGEN COMERCIAL		8,649,347.00
	Por las ventas netas		
79	CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS	1,559,463.00	
94	GASTOS ADMINISTRATIVOS		200,630.00
95	GASTOS DE VENTAS		1,251,664.00
67	GASTOS FINANCIEROS		107,169.00
	Por los gastos		
80	MARGEN COMERCIAL	2,450,832.00	
82	VALOR AGREGADO		2,450,832.00
	Por la utilidad bruta		
82	VALOR AGREGADO	2,450,832.00	
83	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN		2,450,832.00
	Por el valor agregado		
83	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN	2,450,832.00	
84	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN		2,450,832.00
	Por el excedente bruto		
84	RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	1,004,907.00	
85	RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN E IMP.		1,004,907.00
	Por el resultado antes del impuesto		

85	RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	1,004,907.00	
89	UTILIDAD DEL EJERCICIO		1,004,907.00
	Utilidad del ejercicio		
89	UTILIDAD DEL EJERCICIO	296,725.00	
88	IMPUESTO A LA RENTA - CORRIENTE		296,725.00
	Impuesto a la renta		
88	IMPUESTO A LA RENTA - CORRIENTE	145,740.00	
40	RENTA DE TERCERA CATEGORÍA		145,740.00
	Impuesto a pagar		
89	UTILIDAD	708,182.00	
59	UTILIDADES ACUMULADAS		708,182.00
	Utilidad acumulada		
20	MERCADERÍAS		1,273,264.00
33	INMUEBLE MAQ. Y EQUIPOS		1,639,117.00
39	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZ ACUMULADA	327,823.00	
40	TRIBUTOS POR PAGAR	145,740.00	
46	DEBITOS POR PAGAR DIVERSAS	465,213.00	
50	CAPITAL	1,265,423.00	
89	UTILIDAD DEL EJERCICIO	708,182.00	
	Por el cierre de cuentas		
		<b>36,031,178.00</b>	<b>36,031,178.00</b>

### 5.7. Aplicación del sistema de costos

El sistema de costo estándar aplicado en la imprenta GRAFIFLEX, nos permite conocer el costo de producción real de los cuatro tipos de etiquetas integrales, como etiqueta industrial alimentaria, línea agroindustrial, precintos de seguridad y etiqueta de información variable que se tomaron como muestra, contribuyendo a especificar el costo unitario y total de cada etiqueta. De igual manera, facilita el cálculo exacto del costo en otros tipos de etiquetas que el cliente nos pueda solicitar, sin perder en cada una de ellas la calidad y diseño del producto.

La aplicación de este sistema del costo de cada etiqueta nos ayudará a tener mayor control en la adquisición de los materiales para la elaboración y nos permitirá fijar precios competitivos que nos diferencien dentro del sector, por ende, nos posibilitará solventar los gastos y llegar a tener una utilidad favorable para la empresa, tal como se visualiza en el estado de resultados.

La implementación de este sistema permitirá a los socios de la empresa GRAFIFLEX S.A.C una mejora en su gestión, optando por usar este método para el establecimiento de mejores precios, ya que se podrán reducir los costos que actualmente ellos manejan y así incrementar su rentabilidad económica.

## CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6.1. Conclusiones

Se aseveró que la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. no cuenta con un sistema de costeo, lo cual le ocasiona problemas con la producción de las distintas etiquetas para tener un adecuado cálculo y un manejo óptimo en los costos. Para ello se diseñará e implementará un sistema de costeo estándar el cual le permitirá llevar un adecuado control de la producción de cada una de las etiquetas, posibilitándole identificar los costos unitarios y totales por producto.

Dentro de la investigación que realizamos en la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. se pudo conocer que, al carecer de un sistema de costos, la empresa solo los evalúa mediante un cálculo simple. Así, establecimos que es favorable llevar un sistema de costos estándar para que puedan realizar un costeo adecuado por los pedidos que realizan sus clientes y así optimizar los costos en que incurren para la fabricación de las etiquetas y poder fijar nuevos precios competitivos.

Los costos juegan un papel muy importante en el procedimiento de elaboración, ya que facilitan a la empresa en la toma de decisiones oportunas con el fin de mejorar la eficiencia productiva y aumentar los niveles de productividad. Con la implementación del sistema aplicado a la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C., se pudo evaluar más a detalle el proceso de fabricación de cada etiqueta, indicando la cantidad a fabricar, medidas, papel a utilizar, número de tintas, pago del personal y demás costos (energía eléctrica, agua, internet y equipo de cómputo) en que se incurren para la impresión de dichas etiquetas, además el sistema podrá ser utilizado para realizar pronósticos y modificaciones en el Área de Producción.

Al efectuar el sistema de costos estándar en la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. se pudo evaluar el costo real de cada muestra de etiqueta que la empresa produce, porque realizamos una comparación con el costo tradicional que actualmente maneja, pudiendo visualizar que hay una gran diferencia que beneficia a la imprenta con reducción de costos de compras de insumos, por lo cual arribamos a la conclusión que eso beneficia de manera positiva en la rentabilidad anual del negocio.

## 6.2. Recomendaciones

En la imprenta GRAFIFLEX PERÚ S.A.C. se recomienda aplicar un sistema de costos estándar para determinar el costo por cada etiqueta y así realizar un trabajo más ordenado y saber cuántos insumos se desean adquirir para las distintas órdenes de pedidos, con el objetivo de mejorar el sistema de producción. Además, para que los socios y encargados puedan tener un mayor conocimiento sobre el costo de las etiquetas y así mejorar la gestión de la empresa.

Poder determinar el precio unitario en la etapa de producción es muy importante, por lo que recomendamos elaborar e implementar un sistema de costos de producción. La metodología del sistema permite determinar, analizar y evaluar los procesos que más recursos consumen; por ejemplo, las materias primas, la mano de obra y los CIF, permitiendo utilizar la misma proporción de insumos para una mayor producción. Se puede utilizar este conocimiento para identificar áreas o procesos que aumentan la concentración de producción y obtener los datos correctos para poder tomar las decisiones adecuadas, logrando la tasa de rendimiento requerida.

La empresa debe elaborar cada etiqueta utilizando las cantidades exactas como ya se han establecido en el sistema desarrollado, para que así cada proceso de

elaboración sea uniforme con el fin de no alterar medidas y cantidades; además, mantener los costos de acuerdo con la inversión que se ha realizado para llevar a cabo el proceso de producción.

Se sugiere ejecutar el sistema de costos estándar en la imprenta GRAFIFLEX PERU S.A.C., porque al evaluar el precio real de cada etiqueta producida por la empresa, se generarán muchos beneficios desde la adquisición de la materia prima, se harían diversas proformas de proveedores y se negociaría a mejores costos los insumos con la finalidad de calcular un menor precio y ello ayudaría a fijar un precio de venta de las etiquetas competitivo, así como también tendríamos mayor rentabilidad económica.

## CAPÍTULO VII: REFERENCIAS

- Aguirre, H. A. (2019). *Implementación de un sistema de costos para la empresa Miguel Martin y Cia S.A.S de Palmira - Valle del Cauca. Colombia, 2019* [Trabajo de investigación, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Académico. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/76573>
- Carbaugh, R. (2009). *Economía Internacional* (Decimosegunda ed.). Cengage Learning.
- Díaz, M., Rondan, F. y Diez, E. (2013). *Gestión de Precios* (Sexta ed.). Esic Editorial.
- Ferrell, O. C. y Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de Marketing* (Quinta ed.). Cengage Learning.
- Franco, I. (2022). *El precio es más importante de lo que se piensa*. América Economía.
- Gallegos, G. y Mostajo, K. (2019). *Sistema de costos para optimizar la toma de decisiones en las empresas de instalaciones de geomembranas, Arequipa 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Académico. [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2845/Gaby%20Gallegos Katherine%20Mostajo Tesis Titulo%20Profesional 2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2845/Gaby%20Gallegos%20Katherine%20Mostajo%20Tesis%20Titulo%20Profesional%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gómez, Ó. (2005). *Contabilidad de costos* (Quinta ed.). McGraw Hill/Interamericana Editores.
- Hernández, J. J. (2016). *Sistema de costos de producción y su influencia en la determinación de costo y precio de las comidas de la empresa El Paisa E.I.R.L distrito de Cusco, período agosto-octubre del 2016* [Tesis de licenciatura,

Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio Académico.

[http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2349/1/RE\\_CONT\\_JEFERSON.HERNANDEZ\\_SISTEMA.DE.COSTOS.DE.PRODUCCION.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.DETERMINACION.DEL.COSTO\\_DATOS.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2349/1/RE_CONT_JEFERSON.HERNANDEZ_SISTEMA.DE.COSTOS.DE.PRODUCCION.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.DETERMINACION.DEL.COSTO_DATOS.pdf)

Hospina, B. J. y Gamarra, R. M. (2020). *Sistemas de Costos por Procesos y Rentabilidad Fabrica Marie E.I.R.L - 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de los Andes]. Repositorio Académico.

<https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/3332>

Mera, R. (2019). *Contabilidad de costos* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana]. Repositorio Académico.

[https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/5697/Rodrigo\\_examen\\_titulo\\_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/5697/Rodrigo_examen_titulo_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Morgane, K. (2016). *El Marketing Mix Las 4 Ps para aumentar sus ventas*. Plurilingua Publishing

Peña, R. y Condori, F. (2019). *Los costos en la elaboración de etiquetas y su influencia en la determinación del precio de venta en la empresa ETIGRAFIC SAC durante el ejercicio 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú].

Repositorio Académico.

<https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4264>

Rojas, M. (2020). *Contabilidad de costos en industrias de transformación* (Segunda ed.). Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Ruiz, G. (2021). *Sistemas de producción en la Industria Gráfica* [Tesis de maestría, Universidad Laica Vicente Rocafuerte]. Repositorio Académico.

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/4565>

Salas-Canales, H. J. (2021). Construcción de marcas verdes: Preocupación de las organizaciones por el cuidado y protección ambiental. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 415-427. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36779>

Sevilla, A. (29 de enero, 2016). *Precio*. Economipedia.com.  
<https://economipedia.com/definiciones/precio.html>

Sinisterra, G. (2017). *Contabilidad de Costos*. Eco Ediciones.

Suaste, M. (2020). *Contabilidad I*. Klik Soluciones Educativas.

Toscano, R. M., Rosero, T. F., Vaca, A. G. y Viteri, P. A. (2019). *Introducción a la Economía* (Primera ed.). Grupo Compás.