



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

**“DISEÑO DEL SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA
D LUXE E.I.R.L, UBICADA EN ATE VITARTE (LIMA-PERÚ)”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de
Bachiller en Contabilidad y Finanzas

Presentado por:

Mónica Katuska Arenas Jauregui (0000-0002-3676-6353)

Melania Luján Melendez (0000-0002-4132-6934)

Lima – Perú

2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 27/11/2021

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 DEL SISTEMA DE COSTOS PARA LA EMPRESA D LUXE E.I.R.L, UBICADA EN ATE VITARTE (LIMA-PERÚ)”

Presentada por las estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100071611	Arenas Jauregui, Mónica Katiuska
100071816	Luján Melendez, Melania

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	CALIFICACION	
100071611	Arenas Jauregui, Mónica Katiuska	Aprobado (16)	Desaprobado ()
100071816	Luján Melendez, Melania	Aprobado (16)	Desaprobado ()

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Hugo Jesús Salas Canales

Índice General	
Índice de figuras	
Resumen Ejecutivo	
Introducción	1
CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	3
1.1. Análisis de la empresa	3
1.2. Plan estratégico de la empresa	4
1.2.1. Visión	4
1.2.2. Misión	4
1.2.3. Objetivos estratégicos	4
1.2.4. Estrategia del negocio	4
1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva	4
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
2.1. Realidad Problemática	6
2.2. Objetivos	7
2.2.1. Objetivos específicos	7
2.3. Antecedentes	7
2.3.1. Internacionales	7
2.3.2. Nacionales	9
CAPITULO III: MARCO TEÓRICO	10

3.1.	Sistema de Costos	10
3.1.1	Diseño del Producto	11
3.1.2	Productos	11
3.2.	Contabilidad de Costos	11
3.2.1	Costo directo	12
3.3.	Economía y Marketing	12
3.3.2	Segmentación	12
3.3.3	Posicionamiento	13
3.3.4	Herramienta de apoyo Facebook	13
3.4.	Determinación del Precio	14
	CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	14
4.1.	Población	14
4.2.	Técnicas e Instrumentos	16
4.3.	Controles Patrimoniales	17
	CAPITULO V: SISTEMA DE COSTOS	18
5.1.	Implementación del Sistema de Costos	18
5.2.	Hoja de Costos	19
5.3.	Comparación de los costos por producto al aplicar el sistema	20
5.4.	Determinación del Precio	22
5.5.	Estado de Resultados	23

5.6. Asientos Contables	23
5.7. Aplicación del Sistema de Costos	24
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	25
6.1 Conclusiones	25
6.2 Recomendaciones	25
CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27
Bibliografía	27

Índice de figuras

Figura		Página
1	Análisis FODA de la empresa D LUXE E.I.R.L.	3
2	Presentación de tipos de costos de la empresa D LUXE E.I.R.L.	12
3	Enfoque de mercado de la empresa D LUXE E.I.R.L.	13
4	Página de Facebook de la empresa D LUXE E.I.R.L.	14
5	Extensión de línea de la empresa D LUXE E.I.R.L.	15
6	Muestra de productos acorde al mercado de la empresa D LUXE E.I.R.L.	16
7	Presentación del control patrimonial de la empresa D LUXE E.I.R.L.	17
8	Presentación de la categoría Whisky que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.	18
9	Presentación de la categoría Cervezas que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.	18
10	Presentación de la categoría Vodka que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.	19
11	Presentación de la categoría Pisco que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.	19
12	Presentación de la categoría Ron que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.	19

13	Presentación de la Hoja de costos por categorías de la empresa D LUXE E.I.R.L.	20
14	Presentación de la relación de productos aplicando el sistema de costos en la empresa D LUXE E.I.R.L.	21
15	Presentación de la determinación del precio en la empresa D LUXE E.I.R.L.	22
16	Presentación del estado de resultados de la empresa D LUXE E.I.R.L.	23
17	Presentación de la determinación del precio en la empresa D LUXE E.I.R.L.	24

Resumen Ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de diseñar un sistema de costos para la empresa D Luxe E.I.R.L. ubicada en Ate Vitarte (Lima-Perú). Con el fin de poder llevar un mejor control y registro detallado sobre el efectivo; las compras y ventas de la empresa, la cual se dedica a la comercialización de licores dentro del distrito de Ate Vitarte, la demanda por parte del público es alta, los canales que se usan son los más favorables e innovadores al igual que la segmentación de mercado y valor agregado que fueron puestos en práctica pensando en las necesidades de los clientes. El diseñar un sistema de costos para una empresa comercializadora es caótico, debido a que siempre que se habla de comercializadoras de un producto final, tradicionalmente solo se aplica el Kardex, según el método que se ajuste al tipo de producto a vender; otro punto a tocar sobre el sistema de costo es que siempre se ha llevado un control exacto dentro de la materia prima, al aplicar el sistema de costos se pudo demostrar que no es viable en algunos productos, esto se puede observar dentro del capítulo V figura número 15 en la categoría de whisky y cerveza, ya que aplicando el sistema hay una pérdida muy notoria por ejemplo: En el Old Times la ganancia mensual aplicando el sistema es de S/885.00 y sin el sistema es de S/895.62 dando una diferencia total de S/10.62, como también, en la bebida Red Label la ganancia mensual aplicando el sistema es de S/1,947.00 y sin el sistema es de S/ 2,216.92 dando una diferencia total de S/169.92, esto quiere decir que aplicando el sistema en la categoría del whisky obtenemos una pérdida notoria a diferencia de las otras categorías en las que si es viable.

Introducción

En el presente estudio investigativo, se ha propuesto desarrollar un sistema de costos por órdenes en el cual llevaremos un registro y control sobre los costos operativos, costos indirectos, costos fijos y costos variables con la finalidad de poder determinar correctamente los precios de venta, la empresa está ubicada en el distrito de Ate Vitarte, perteneciente a la ciudad de Lima, D Luxe E.I.R.L es una empresa peruana que inició en el mes de enero del 2021, esta empresa comercial se ha dedicado a la compra y venta de licores en general.

Con lo mencionado en líneas posteriores podremos optimizar los costes de la empresa, para así obtener rentabilidad sin fallas en sus procedimientos, con la información respectiva que nos permitirá realizar una toma de decisiones oportuna, tomando como base los presupuestos, inversiones y mejora de las finanzas de la empresa en marcha.

La presente investigación consta de 6 capítulos, en el primer capítulo se analizará brevemente a la empresa D Luxe E.I.R.L, el plan estratégico en donde podremos ver la misión, visión, objetivos, estrategias de negocios y sus fuentes de ventaja competitiva al igual que también podemos observar a detalle su marco teórico, el cual tiene la finalidad de darle sustento y validez gracias a las teorías, bases propuestas, definiciones y conceptos al trabajo investigativo.

En el segundo capítulo vemos la realidad problemática de la empresa que al ser nueva tiene sus ventajas y desventajas, se mostraron los antecedentes internacionales y nacionales, se determinó el objetivo de implementar una metodología de costos para la empresa D LUXE E.I.R.L ubicada en el distrito de Ate Vitarte (Lima-Perú).

En el tercer capítulo, explicamos lo que es un sistema de costos y mencionamos los productos que la empresa comercializa, se llevó a cabo la segmentación de mercado, el valor agregado, los canales que se usarán para llegar al cliente además de especificar el servicio de delivery, determinamos los precios para cada categoría de licor.

En el cuarto capítulo determinamos la población y la muestra de nuestro trabajo de investigación, el método utilizado fue el cuantitativo, la técnica aplicada fue la encuesta, el instrumento usado fue el cuestionario el cual tuvo como objetivo demostrar la aceptación que tiene la empresa D LUXE E.I.R.L. también se realizó el control patrimonial con el fin de conocer los bienes e inmuebles con los que contamos.

En el quinto capítulo, se detalla la aplicación del sistema de costo como tal, agregando la hoja de costos de los licores a comercializar, permitiendo identificar y detallar el proceso que se seguirá, según las categorías de licores, podremos observar que a la empresa le conviene implementar el sistema de costos por categoría, facilitando así la determinación del precio por producto, además de obtener un resultado factible para la organización.

En el sexto capítulo, se llegó a la conclusión de que el sistema de costos planeado para la empresa D LUXE E.I.R.L sí es viable para las categorías de ron, pisco entre otros a excepción de la categoría de cervezas y whiskis.

CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. Análisis de la empresa

La empresa D LUXE E.I.R.L., se dedica a la comercialización de licores nacionales e importados, así como otros preparados en la misma ciudad. La empresa se encuentra ubicada en el distrito de Ate Vitarte.

Figura 1

Análisis FODA de la empresa D LUXE E.I.R.L.

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
Precios accesibles	Segmentación de mercado
Atención al Cliente	Proveedores
Variedad de Productos	Clientes
Eficiencia en la entrega	Comercialización
DEBILIDADES	AMENAZAS
Infraestructura	Inflación
Comunicación	Restricción horarios de venta de licores
Publicidad	Competencia
Ser nuevo en el mercado	Productos sustitutos

Se evidencia que la compañía no posee un sistema de costos adaptado a las necesidades comerciales que día a día en el mercado se van exigiendo además de no llevar un control sobre su contabilidad y finanzas, como consecuencia se realizaba la compra de mercaderías sin realizar los cálculos ni mediciones necesarias que se deben de tener en cuenta con la finalidad de mejorar los bienes e incrementar la rentabilidad financiera de la empresa.

1.2. Plan estratégico de la empresa

1.2.1. Visión

Ser líderes en el mercado de licores reconocido a nivel local por su calidad y variedad de productos y servicios.

1.2.2. Misión

Brindar variedades de licores nacionales e importados de calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

1.2.3. Objetivos estratégicos

- Incrementar la fidelización a 5% trimestral, al nivel socio-económico B, basado en promociones, servicio de delivery y buen trato.
- Lograr la rentabilidad del capital de un 15%, a partir del segundo año de operaciones de la empresa.
- Inauguración de una sucursal en otro distrito dirigido al nivel socio-económico A-B.

1.2.4. Estrategia del negocio

La empresa D Luxe ha decidido implementar una de las estrategias de Porter, específicamente la estrategia de liderazgo de costos, ya que, a diferencia de la variedad de productos, cuenta con promociones a bajos costos y sirve como oportunidad de poder llegar hacia nuestros clientes, ya que al generar más pedidos hacia nuestra empresa daremos incentivos por cada compra realizada.

1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

Se ha identificado la ventaja competitiva de la empresa al implementar un catálogo con la finalidad de mejorar el servicio de distribución de licores por la noche ya

que se detalla los productos que hay en stock, los precios, promociones, horario y rutas del servicio de delivery; así el cliente tendría a la mano toda la información que necesite.

Por lo general la demanda de licores tienen una mayor demanda en fechas festivas, feriados y en los días cotidianos por la noche, son muy pocas las licorerías que se encuentran abiertas a altas horas de la noche debido a que en ciertos sectores hay un mayor control por parte de las autoridades, como consecuencia las personas van en busca de licorerías que se encuentran más alejadas de la zona en que residen arriesgando su integridad; es por ello que la empresa D LUXE ha decidido que implementará el servicio del delivery en el cual el personal motorizado estará identificado; ya que realizarán las entregas de los licores en horario nocturno a la ubicación del cliente que puede encontrarse dentro de Pariachi - Horacio Zevallos.

CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Realidad Problemática

La empresa D LUXE E.I.R.L se dedica a la compra y venta de licores al por mayor y menor, pero al ser nueva no posee disponibilidad de usar un sistema de costo idóneo que facilite tener mayor control sobre la cantidad de productos que ha de comprar, cuántos ha vendido y a qué precio los debe vender para tener un margen de ganancia aceptable; además, elaborar el punto de equilibrio para conocer a partir de qué cantidad vendida se obtendrían ganancias con la finalidad de propiciar el desarrollo de la empresa, dado que es una empresa nueva en el mercado, además de que al ser nueva en el mercado tiene una gran cantidad de competencia y precios es por ello que es imprescindible realizar el sistema de costeo detallado de las compras, ventas y precios.

Las personas en ocasiones queremos engreírnos y darnos nuestros gustos uno de ellos es consumir una bebida que además de ser de calidad y de precio cómodo, también queremos al momento de comprar un buen tarta por parte del personal del establecimiento en el que nos encontremos es por ello que la empresa D LUXE E.I.R.L tiene como prioridad cumplir lo antes mencionado además de brindar una rápida atención ya que hoy en día este detalle le agrada al público. A medida que la competencia se intensifica, la oferta de productos es más variada.

Gracias al sistema de costos podremos tener un detalle de las actividades de la empresa tales como la publicidad, el servicio de delivery, distribuidor y refrigerador para los licores y tener un registro de inventario de los productos utilizados para fidelizar al cliente, procurando ofrecerles productos con un valor agregado.

2.2. Objetivos

Diseñar el sistema de costos para la empresa D LUXE E.I.R.L ubicada en el distrito de Ate Vitarte (Lima-Perú).

2.2.1 Objetivos específicos

- Describir el procedimiento del sistema de costos para la empresa D LUXE E.I.R.L ubicada en el distrito de Ate Vitarte (Lima-Perú).
- Determinar a través del sistema de costos la base de los precios y servicios de la empresa D LUXE E.I.R.L ubicada en el distrito de Ate Vitarte (Lima-Perú).
- Analizar la rentabilidad que presenta la empresa D LUXE E.I.R.L ubicada en el distrito de Ate Vitarte (Lima-Perú).

2.3. Antecedentes

2.3.1 Internacionales

Espitia et al (2018) en la investigación realizada donde el objetivo fue elaborar un sistema de costos; para la elaboración de productos de aseo de la empresa QUÍMICOS P&C S.A.S ubicada en la ciudad de Palmira (Colombia). En este proyecto se aplicó el método de investigación deductivo, el cual empezó con una condición general para formular conclusiones. El instrumento utilizado fue el de la entrevista la cual tuvo como participante a la Empresa Químicos P&C S.A.S. El personal del área administrativa y del personal delegado de los procesos productivos fueron la muestra, donde se pudo demostrar que el ente no tenía un control sobre los costos de forma detallada sino que era una data general e informal que no permitía la acumulación de datos necesarios que se ajusten a la realidad impidiendo así la determinación idónea del precio y utilidades, es por ello que con su investigación llegaron a la conclusión de que el sistema que mejor

se ajustaba a esta empresa era el sistema de costos por procesos ya que de esa forma podían hallar los precios unitarios de cada producto y así determinar cuál sería el precio de venta.

Santa et al (2019), ejecutaron una investigación que tuvo como objetivo el buscar y plantear un sistema de costos para las líneas de panadería tradicional e integral que tengan respuesta a los costos en los que inciden los negocios del sector panadero del municipio de Cartago (Colombia), durante el proceso de producción con el fin de obtener información que permita alcanzar los objetivos propuestos por la gerencia. Por tal razón se desarrolla el diseño de investigación no experimental de tipo cuantitativo, luego de realizar la recolección de datos donde se probó su hipótesis en base a la medición numérica y análisis estadístico, utilizando el método deductivo donde llegaron a describir, y luego generar perspectivas sobre el sector panadería, dentro de sus conclusiones y gracias a su encuesta se demostró que un 84% de las empresas o negocios que se dedicaban a la panadería, sí contaban con una buena data financiera y óptimo registro de su contabilidad, además se demostró que un 36% ejecutaba algún tipo de costeo dentro del proceso de producción.

Camacho et al (2019) en la investigación que hicieron tuvo como objetivo general elaborar y poner en práctica un sistema que reúna los costos de una empresa de carácter especial indígena ubicada en el departamento del Cauca. El diseño utilizado fue de tipo descriptivo y el método de investigación deductivo, los instrumentos utilizados fueron entrevistas y encuestas, el ente fue usado como muestra; gracias al estudio realizado se pudo diseñar los formatos, documentos y manuales que se necesitaban en el área de

producción con la finalidad de poder reunir la data necesaria del ente y emitir los informes correspondientes de los costos de producción de la sociedad.

2.3.2 Nacionales

García (2017) en su trabajo investigativo el cual tuvo como finalidad estimar un sistema de costos por proceso dirigida a la Empresa Pesquera Flores S.A.C en Nuevo Chimbote. La muestra partió con base en los costos asignados según el tiempo de producción del periodo 2017 de dicha empresa. El instrumento utilizado fue el análisis del acervo documentario y la entrevista. Se llegó a la conclusión de que el ente no poseía ningún método de control de costos que le permitiera encaminar un registro estructurado de los elementos del costo (MO, CIF Y MP).

Fernández et al (2019), ejecutaron una investigación que tuvo como finalidad elaborar un sistema de costos por órdenes específicas para el Viñedo Narváez SAC ubicada en Juanjví (San Martín) para su presentación de 750ml con el objetivo de hallar la rentabilidad del ente. El diseño que se usó fue no experimental de tipo descriptivo y propositivo, el acervo documentario y el ente forman parte de la muestra, el estudio de los documentos y la entrevista fueron aplicados como técnica e instrumento. Se llegó a la conclusión de que antes de aplicar el sistema de costos por órdenes específicas la presentación de 750 ml tenía el valor de S/ 6.19 y después de la aplicación del sistema se demostró que el costo unitario era de S/ 5.75, demostrándose una diferencia de S/ 0.44.

Palacios (2021) en su investigación que tenía la finalidad de plantear una metodología de costos para Global Project Solution Consultores Asociados E.I.R.L

ubicado en Jesús María - Lima. El análisis fue mediante el enfoque cualitativo y cuantitativo. El diseño de la investigación fue de tipo no experimental y se utilizó un muestreo no probabilístico del instrumento utilizado fue el de la encuesta, los entrevistados fueron los copartícipes de las áreas esenciales para el sistema de costos. Palacios llegó a la conclusión de que se debía realizar un diagnóstico del trámite de los costos de la distribución o reparto de los productos dentro de la costa norte, además de analizar las estructuras y metodologías de costeo.

CAPITULO III: MARCO TEÓRICO

3.1. Sistema de Costos

Cuando hablamos del sistema de costos nos referimos a que este se encarga de llevar un registro detallado de los procesos administrativos y contables de una empresa con la finalidad de determinar los costes de sus operaciones en sus diversas fases para

así poder determinar los costes unitarios y usar la información acumulada con el fin de elaborar los informes y así realizar la toma de decisiones.

3.1.1 Diseño del Producto

La licorería D Luxe a través de las plataformas de Facebook y WhatsApp exhibirá los licores y snack que se comercializan por medio de un catálogo en el cual se podrán ver los precios, ofertas, promociones que se están dando; además de los horarios de atención y límites del servicio de delivery. Así cada cliente tendrá conocimiento de los precios de cada producto que desee comprar y realizar el pago mediante transferencias (App - billetera digital), para pedidos mayores transfiriendo el 50% y contando con la factibilidad del pago contra entrega, para constatar los datos del cliente será previa coordinación mediante WhatsApp.

3.1.2 Productos

La empresa cuenta con una extensión de línea. El trabajo de investigación nos presentó mucha acogida en los licores (Ron, Vodka, Red Label, Smirnoff, Wild, Black Label, Gaseosa (Evervess, Pepsi, Guaraná), Cervezas (Corona, Pilsen, Heineken) y Hielo.

3.2. Contabilidad de Costos

Los costos es el análisis del proceso que ha ocurrido para la elaboración de un producto el cual se encuentra conformado por (M.O.D), (M.P.D) y (C.I.F); hay diferentes tipos de costos.

A continuación, se presenta la tabla de tipo de costos.

Figura 2

Presentación de tipos de costos de la empresa D LUXE E.I.R.L.

Según el tipo de producción	El momento en que se determina	Según los elementos que lo integran
Por órdenes específicas	Reales o históricos	Directos
Por procesos continuos	Predeterminados (estimados y estándar)	Por absorción

3.2.1 Costo directo

En el costo directo usamos los costos fijos (gastos de administración y costos indirectos fijos) y los costos variables (M.O, M.P, C.I y gastos de venta) para hallar nuestra utilidad neta o utilidad operativa, este sistema ayuda a la toma de decisiones a corto plazo, no existen fluctuaciones en el coste unitario y facilita la obtención del punto de equilibrio.

3.3. Economía y Marketing

La economía es el estudio y análisis del comportamiento que tienen las personas y empresas por satisfacer sus necesidades llevando así el ciclo de la economía un ejemplo sería Juan tiene 2 hijos y con su paga del mes parte de ella lo usa para pagar a la niñera y esta usa ese dinero para comprar ropa; el ingreso de dinero para la empresa sirve para cumplir con sus obligaciones pasivas.

3.3.2 Segmentación

Se ha considerado para la segmentación de nuestro mercado lo siguiente:

Figura 3

Enfoque de mercado de la empresa D LUXE E.I.R.L.

Enfoque de Mercado:	
Varones y Mujeres	desde los 18 años a 50 años
Nivel socioeconómico	A-B

3.3.3 Posicionamiento

Respecto al competidor: Son pocas licorerías que venden diferentes tipos de licor y bebidas alcohólicas, gran parte de la competencia no atienden toda la noche y sus precios son elevados es por eso es por ello que la empresa D Luxe ha implementado el servicio de delivery.

Respecto al producto: Con la implementación del servicio de delivery dispondremos de la accesibilidad de comprar licores, ya que evitaremos que el cliente pueda ocasionar un accidente y continuar con su celebración.

3.3.4 Herramienta de apoyo Facebook

Se creó la página de Facebook de D LUXE, donde se va a promocionar los productos y promociones vigentes, habilitaremos la opción de mensaje automático por Facebook como también por WhatsApp.

Figura 4

Página de Facebook de la empresa D LUXE E.I.R.L.



Primero buscamos hacernos conocer mediante la red social, ya que, nos ayudará a encontrar a nuestros clientes, en el entorno de nuestra ubicación.

3.4. Determinación del Precio

En la determinación de precio, se calculó con base en los costos de los productos adquiridos a los proveedores. Se sumarán los costos con el margen con el fin de obtener el precio promedio de venta para el periodo 2021 a 2022.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Población

La empresa cuenta con una gran variedad de licores una de ellas es el pisco el cual se encuentra agrupado con sus diferentes presentaciones, marcas y tamaños al igual que los demás productos.

A continuación, presentaremos las categorías con la que cuenta la empresa

D LUXE:

Figura 5

Extensión de línea de la empresa D LUXE E.I.R.L.

Categorías
Whisky
Vodka
Ron
Pisco
Four Loko
Complemento(hielo, jarabe de goma)
Bebidas sin alcohol (agua, gaseosas, frugos)
Snacks
Cigarros

4.1.1 Muestra

El presente trabajo de investigación se ha realizado con las muestras escogidas dentro de las 5 categorías de licores más comerciales de la empresa D Luxe, los cuales se detallan en la siguiente figura 6:

Figura 6

Muestra de productos acorde al mercado de la empresa D LUXE E.I.R.L.

Whisky	Cerveza	Vodka	Pisco	Ron
Old Times	Pilsen	Russkaya	Chilcano	Ron Cartavio Black
Red Label	Grolsh	Smirnoff	Pisco Queirolo	Ron Pomalca
Black Label	Cusqueña	Wild	Pisco la Botija	Kankun
Whisky Something Special	Corona		Piscano	
Vat 69	Budwiser			
Royal Crest	Beck's			
Ballantimes Finest	Stella Artois			
	Groisch			
	Barril Helneken 5 litros			

4.2. Técnicas e Instrumentos

El método que se aplicará será el cuantitativo, siendo la técnica la encuesta y el instrumento el cuestionario, el cual tiene como objetivo el demostrar la aceptación que tiene la licorería D LUXE E.I.R.L con su servicio de delivery en la actualidad y el posicionamiento de esta en el mercado competitivo; trayendo así beneficios a través de la elaboración de un catálogo adjunto a la creación de la página de la empresa en las redes sociales tales como Facebook y WhatsApp en donde tendrán conocimiento sobre los productos, precios, promociones, horario de atención y límites del delivery.

4.3. Controles Patrimoniales

En la inspección de los bienes patrimoniales ha de realizarse una evaluación previa para conocer si los productos cumplen con el control de calidad de la empresa solicitando los requisitos necesarios para la verificación que son: estado físico del envase, fecha de vencimiento. Si el producto tiene un daño durante el traslado de la mercadería, se deben descontar del inventario y señalar cuál fue la eventualidad.

Figura 7

Presentación del control patrimonial de la empresa D LUXE E.I.R.L.

CÓDIGO	BIEN	CANTIDAD
LDL-00001	SILLA	1
LDL-00002	SILLA	1
LDL-00003	SILLA	1
LDL-00004	SILLA	1
LDL-00005	COOLER	1
LDL-00006	MINI BAR	1
LDL-00007	MOSTRADOR	1
LDL-00008	MOSTRADOR	1
LDL-00009	MOSTRADOR	1
LDL-000010	VITRINA PEQUEÑA	1

CAPITULO V: SISTEMA DE COSTOS
5.1. Implementación del Sistema de Costos

El sistema de costos a utilizar con la finalidad de demostrar si este sistema de costos es viable o no para cada categoría de licor que la empresa D LUXE E.I.R.L. comercializa, con respecto al precio y a su vez demostrar el margen de ganancia o pérdida antes y luego de ejecutar el sistema de costos.

Figura 8

Presentación de la categoría Whisky que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.

CODIGO	WHISKY	CANTIDAD	C/U	TOTAL
WHI01	OLD TIMES	6	15.83	94.98
WHI02	RED LABEL	12	45.00	540.00
WHI03	BLACK LABEL	12	45.00	540.00
WHI04	WHISKY SOMETJING SPECIAL	12	45.00	540.00
WHI05	VAT 69	6	17.00	102.00
WHI06	ROYAL CREST	6	19.00	102.00
WHI07	BALLANTIMES FINEST	12	56.00	672.00

Figura 9

Presentación de la categoría Cervezas que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.

CODIGO	CERVEZA	CANTIDAD	C/U (SIX PACK)	TOTAL
CER01	PILSEN	3	17.00	51.00
CER02	GROLSH	3	25.00	75.00
CER03	CUSQUEÑA	6	17.00	102.00
CER04	CORONA	13	20.00	260.00
CER05	BUDWISER	5	20.00	100.00
CER06	BECK'S	3	25.00	75.00
CER07	STELLA ARTOIS	3	25.00	75.00
CER08	BARRIL HELNEKEN 5 LITROS	1	80.00	80.00

Figura 10

Presentación de la categoría Vodka que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.

CODIGO	VODKA	CANTIDAD	C/U	TOTAL
VOD01	RUSSKAYA	12	15.00	180.00
VOD02	SMIRNOFF PERSONAL	12	6.00	72.00
VOD03	WILD	6	4.00	24.00

Figura 11

Presentación de la categoría Pisco que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.

CODIGO	PISCO	CANTIDAD	C/U	TOTAL
PIS01	CHILCANO	6	4.00	24.00
PIS02	PISCO QUEIROLO	3	25.00	75.00
PIS03	PISCO BOTIJA	1	25.00	25.00
PIS04	PISCANO	6	4.00	24.00

Figura 12

Presentación de la categoría Ron que compra y vende la empresa D LUXE E.I.R.L.

CODIGO	RON	CANTIDAD	C/U	TOTAL
RON01	RON CARTAVIO BLACK 750ML	8	17.00	136.00
RON02	RON POMALCA	3	17.00	51.00
RON03	KANKUN	12	5.50	66.00

5.2. Hoja de Costos

En la hoja de costos registraremos los costos totales y unitarios de cada uno de las categorías, ya que, al finalizar se realizará un resumen de la inversión totalizando cada uno de los tres elementos en la empresa D LUXE E.I.R.L.

Figura 13

Presentación de la Hoja de costos por categorías de la empresa D LUXE E.I.R.L.

WHISKY	Materia Prima	Mano de Obra Directa	Costos Indirectos de Fabricación	Total
OLD TIMES	15.83	18.60	6.23	40.662
RED LABEL	45.00	18.60	6.23	69.832

CERVEZA	Materia Prima	Mano de Obra Directa	Costos Indirectos de Fabricación	Total
PILSEN	17.00	18.60	155.80	191.4
CORONA	20.00	18.60	155.80	194.4

VODKA	Materia Prima	Mano de Obra Directa	Costos Indirectos de Fabricación	Total
RUSSKAYA	15.00	18.60	155.80	189.4
SMIRNOFF PERSONAL	6.00	18.60	155.80	180.4

PISCO	Materia Prima	Mano de Obra Directa	Costos Indirectos de Fabricación	Total
CHILCANO	4.00	18.60	155.80	178.4
PISCO QUEIROLO	25.00	18.60	155.80	199.4

RON	Materia Prima	Mano de Obra Directa	Costos Indirectos de Fabricación	Total
RON CARTAVIO BLACK 750ML	17.00	18.60	155.80	191.4
RON POMALCA	17.00	18.60	155.80	191.4

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

Tomando en consideración el bajo costo administrativo se desarrolló un cuadro de comparación de los costos por producto en la empresa D LUXE E.I.R.L.

Se consideró este estudio ya que es ideal para aplicar en la empresa comercializadora, se adecúa a las actividades de venta.

La aplicación del sistema de costos en las actividades, presenta un costo más detallado a cada orden, ya que, aplicando los costos en el sistema, nos da una mínima diferencia en los costos reales.

Figura 14

Presentación de la relación de productos aplicando el sistema de costos en la empresa D

LUXE E.I.R.L.

COSTO AL APLICAR EL SISTEMA				COSTO SEGÚN EMPRESA				
WHISKY	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	REDUCCION DEL COSTO	MARGEN EN %
OLD TIMES	25	3.75	28.75	22.00	3.30	25.30	3.45	14%
RED LABEL	55	8.25	63.25	52.00	7.80	59.80	3.45	6%

COSTO AL APLICAR EL SISTEMA				COSTO SEGÚN EMPRESA				
CERVEZA	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	REDUCCION DEL COSTO	MARGEN EN %
PILSEN	25.5	3.825	29.325	23.00	3.45	26.45	2.88	11%
CORONA	30	4.5	34.5	27.00	4.05	31.05	3.45	11%

COSTO AL APLICAR EL SISTEMA				COSTO SEGÚN EMPRESA				
VODKA	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	REDUCCION DEL COSTO	MARGEN EN %
RUSSKAYA	22.5	3.375	25.875	22.00	3.30	25.30	0.57	2%
SMIRNOFF PERSONAL	9	1.35	10.35	8.00	1.20	9.20	1.15	13%

COSTO AL APLICAR EL SISTEMA				COSTO SEGÚN EMPRESA				
PISCO	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	REDUCCION DEL COSTO	MARGEN EN %
CHILCANO	6	0.9	6.9	6.00	0.90	6.90	0.00	0%
PISCO QUEIROLO	37.4	5.61	43.01	35.00	5.25	40.25	2.76	7%

COSTO AL APLICAR EL SISTEMA				COSTO SEGÚN EMPRESA				
RON	COSTO DE PRODUCTO FINAL	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	COSTO DE PRODUCTO	UTILIDAD 15%	VALOR VENTA	REDUCCION DEL COSTO	MARGEN EN %
BLACK 750ML	25.5	3.825	29.325	23.00	3.45	26.45	2.88	11%
RON POMALCA	30	4.5	34.5	25.00	3.75	28.75	5.75	20%

5.4. Determinación del Precio

En la empresa D LUXE E.I.R.L. la determinación del precio es una importante función en el sistema de costos, ya que, se va a sumar un margen de utilidad al costo total unitario del producto. Para ello, se ha determinado un volumen de ventas de productos para determinar el precio apropiado para cada unidad.

Figura 15

Presentación de la determinación del precio en la empresa D LUXE E.I.R.L.

PRECIOS AL APLICAR EL SISTEMA					PRECIOS SEGÚN EMPRESA			
WHISKY	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL
OLD TIMES	25	4.5	29.5	885	25.30	4.55	29.854	895.62
RED LABEL	55	9.9	64.9	1947	59.80	10.76	70.564	2116.92
PRECIOS AL APLICAR EL SISTEMA					PRECIOS SEGÚN EMPRESA			
CERVEZA	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL
PILSEN	25.5	4.59	30.09	902.7	22.42	4.03	26.45	793.5
CORONA	30	5.4	35.4	1062	26.31	4.74	31.05	931.5
PRECIOS AL APLICAR EL SISTEMA					PRECIOS SEGÚN EMPRESA			
VODKA	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL
RUSSKAYA	22.5	4.05	26.55	796.5	21.44	3.86	25.3	759
SMIRNOFF PERSONAL	9	1.62	10.62	318.6	7.80	1.40	9.2	276
PRECIOS AL APLICAR EL SISTEMA					PRECIOS SEGÚN EMPRESA			
PISCO	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL
CHILCANO	6	1.08	7.08	212.4	5.85	1.05	6.9	207
PISCO QUEIROLO	37.4	6.732	44.132	1323.96	34.11	6.14	40.25	1207.5
PRECIOS AL APLICAR EL SISTEMA					PRECIOS SEGÚN EMPRESA			
RON	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL	VALOR VENTA	IGV	PRECIO DE VENTA DIARIA	PRECIO DE VENTA MENSUAL
RON CARTAVIO BLACK 750ML	25.5	4.59	30.09	902.7	22.42	4.03	26.45	793.5
RON POMALCA	30	5.4	35.4	1062	24.36	4.39	28.75	862.5

5.5. Estado de Resultados

En el estado de resultados del ente D LUXE E.I.R.L. vamos a demostrar los ingresos y gastos que ha tenido la empresa durante un período preestablecido, ya que, se determina la utilidad o pérdida que la empresa está teniendo.

Figura 16

Presentación del estado de resultados de la empresa D LUXE E.I.R.L.

Estado de Resultados

Ventas =	6128.97
Costo de Ventas	<u>4085.98</u>
Margen de Contribucion	2042.99
Personal	930
Transporte	10
Luz	50
Agua	20
Internet	30
Otros gastos	<u>45.80</u>
Total Gasto	<u>1085.8</u>
Beneficio/Perdida	957.19

5.6. Asientos Contables

En la empresa D LUXE E.I.R.L. su principal acción es reflejar su contabilidad de las operaciones diarias que realiza la empresa mediante los asientos contables.

Figura 17

Presentación de la determinación del precio en la empresa D LUXE E.I.R.L.

Numero Correlativo del Asiento o Código Único de la Operación	Fecha de la operación	Glosa o Descripción de La Operación	REFERENCIA DE LA OPERACIÓN			Cuenta Contable Asociada a la Operación		Movimiento	
			Código del Libro o Registro (Tabla 8)	Número Correlativo	Número del Documento Sustentatorio	Código	Denominación	Debe	Haber
1		POR LA COMPRA DE LICORES				601	MERCADERIAS	S/. 3,462.69	
						4011	IGV	S/. 623.29	
						421	CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES TERCEROS		S/. 4,085.98
2		POR EL DESTINO DE LA MERCADERIA				211	MERCADERIAS	S/. 3,462.69	
						611	VARIACION DE INVENTARIOS		S/. 3,462.69
3		POR LA CANCELACION DE LA MERCADERIA				421	CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES TERCEROS	S/. 4,085.98	
						104	CUENTA CORRIENTE		S/. 4,085.98

5.7. Aplicación del Sistema de Costos

Según los resultados obtenidos, se puede observar que en la empresa D LUXE E.I.R.L, no posee una metodología de costos, que posibilite el registrar de manera ordenada y tener un adecuado control de las ventas; con los documentos y formatos respectivos. Por consiguiente, se determinan los costos y precios de la licorería D LUXE E.I.R.L, se basado en la experiencia de los clientes, ya que toma en cuenta que hay un 15% de ganancia, sea implementando un sistema de costos como también no implementándola, la cual será el costo real en el determinado sistema.

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Luego de elaborar el presente trabajo de investigación llegamos a la conclusión de que aplicar un sistema de costos para la empresa D Luxe E.I.R.L no es viable en cuanto a la categoría de cerveza y whisky; esto se puede observar en el capítulo V dentro de la figura 15.

Se realizó la comparación de la rentabilidad de la empresa antes y después de aplicar el sistema de costos, la cual dio como resultado que si se aplica el sistema en la empresa hay mayor utilidad.

El sistema de costos no es viable para la categoría de whisky y cerveza, asimismo, es viable para la categoría de pisco y vodka ya que la ganancia mensual aplicando el sistema es de S/212.40 y sin aplicar el sistema es de S/207.00 dando una diferencia de S/5.40.

6.2 Recomendaciones

Para la empresa D Luxe E.I.R.L se le recomienda utilizar el kardex con el método promedio ponderado, ya que de igual manera con él podrá llevar un control sobre sus ingresos y egresos en cuanto a la categoría de cerveza y wiski.

Se recomienda un sistema de costo ya que nos permite determinar y analizar los costos reales por producto, para que de esta forma evitemos pérdidas significativas por un mal cálculo o determinación del precio.

Sugerimos a la empresa D LUXE E.I.R.L. contar con un mayor stock y variedad de licores dentro de la categoría de pisco y vodka, ya que el margen de ganancia es favorable en cuanto a la calidad y atención; además, ello permitirá un mejor control de las actividades en la licorería.

CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**Bibliografía**

Blanco, L.M. (2004). *Definición y diseño de un sistema de información y de control de gestión de costos para el área de productos planos de la Siderúrgica del Orinoco C.A (SIDOR)*. [Tesis de grado, Universidad Católica Andrés Bello]. Repositorio académico.

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ3911.pdf>

Camacho, S.I. y Silva, M.A. (2019). *Diseño e implementación de un sistema de costos en la producción de arroz para la Sociedad Agroindustrial Indígena Comunitaria del Cauca -SAICC- de carácter especial indígena del Cabildo López Adentro, bajo el marco del Consultorio Contable* [Trabajo de grado, Universidad del Valle].

Repositorio Académico.

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/handle/10893/18587>

Espitia, J. y Lopez J.K. (2018). *Propuesta de diseño de un sistema de costos para la empresa químicos P&C S.A.S.* [Tesis de título, Universidad del Valle]. Repositorio Académico.

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19211/06025>

[53.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/19211/06025/53.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fernández, M.Y. y Rubio, D.C. (2019). *Diseño de un sistema de costos por órdenes específicas en la producción de vino para sincerar la rentabilidad en Narváez SAC, Juanjuí 2019* [Tesis de título, Universidad César Vallejo]. Repositorio Académico.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43613/Fern%
c3%a1ndez_HMY-Rubio_GDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43613/Fern%c3%a1ndez_HMY-Rubio_GDC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Palacios, D.A. (2021). *Estructura de costos de distribución de mercadería en la costa norte peruana. Compañía Global Project Solution consultores asociados E.I.R.L.* [Tesis de título, Universidad del Pacífico]. Repositorio académico. [https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3020/PalaciosDiego_Te
sis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3020/PalaciosDiego_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Santa, E.T. y Niño, K. (2019). *Sistema de costos de producción para la línea de panadería tradicional e integral en el municipio de Cartago, Valle del Cauca* [Trabajo de grado, Universidad del Valle]. Repositorio Académico. [https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/20012/CB-
0605537.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/20012/CB-0605537.pdf?sequence=1&isAllowed=y)