



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA DE
COSTOS PARA LA EMPRESA “COMPLEJO
TURÍSTICO CUMBRES DE TEREPAIMA”
UBICADA EN BARQUISIMETO ESTADO
LARA.**

Autor(es): González Lilian
C.I.: 17.156.057
Nacimiento Jessica
C.I: 21.480.629

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
CARRERA: INGENIERÍA INDUSTRIAL

**DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA EMPRESA
“COMPLEJO TURÍSTICO CUMBRES DE TEREPAIMA” UBICADA EN
BARQUISIMETO ESTADO LARA.**

Trabajo de Grado para Optar al Título de
INGENIERO INDUSTRIAL

**Autor(es): Lilian González
Jessica Nascimento**

Tutor(a): Angélica Jaramillo

San Diego, Junio del 2017



Universidad José Antonio Páez
Facultad de Ingeniería

FI YG 2017 ICR 025

Valencia, 13 de Enero de 2017.

Ciudadanas:

Jessica Nascimento

C.I. 21.480.629

Lilian González

C.I. 17.156.057

Presente.-

Cumplo con informarle que la Comisión de Trabajo de Grado y Pasantías de la Facultad de Ingeniería en su reunión N° 1-2017 de fecha 13/01/2017 aprobó el proyecto de trabajo de grado titulado **"DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA EMPRESA "COMPLEJO TURÍSTICO CUMBRES DE TEREPAIMA" UBICADA EN BARQUISIMETO ESTADO LARA."** Presentado por ustedes como requisito para optar al título de Ingeniero Industrial.

Se ratifica la designación de la Ing. Angélica Jaramillo C.I. 8.791.901 y la Ing. Alicia Pizzella, C.I. 4.598.880 como Tutotes Académicos que lo asesorarán en el desarrollo de este proyecto.

Atentamente,

Prof. Marlene Zambrano
Decana (Encargada) de la Facultad de Ingeniería
(C.I.502 de fecha 11/10/2016)



c. c. Coordinación de Pasantías y Trabajo de Grado (2).
Archivo.

MEZ:jp



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Ingeniero Jaramillo Angélica portador de la cédula de identidad N°8.791.901, en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por los ciudadanos González Lilian, portador de la cédula de identidad N°17.156.057 y Nacimiento Jessica portador de la cédula de identidad N°21.480.629, titulado **DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA EMPRESA "COMPLEJO TURÍSTICO CUMBRES DE TEREPAIMA" UBICADA EN BARQUISIMETO ESTADO LARA**, presentado como requisito parcial para optar al título de Ingeniero Industrial, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los Quince días del mes de Junio del año dos mil Diecisiete.

Ing. Jaramillo Angélica
C.I.: 8.791.901



DEDICATORIA

A **DIOS** todopoderoso por darme la capacidad, valentía y la fortaleza para que este sueño se hiciera realidad.

A mis hijos **Yeiver Ferrer** y **Yeiverson Ferrer**; los cuales son la razón de que me levante cada día a esforzarme por el presente y el futuro; ambos son mi principal motivación y razón de vida, a Dios le doy gracias por tenerlos. “Los Amo infinitamente”

A mi **Mamá Lilian Gisela Pineda**, por ser más que una madre para mí, por tu amor, paciencia, dedicación y esfuerzo constante para que yo pudiera lograr cada una de mis metas, por fomentar mis ideales y principios, eres y serás el mejor ejemplo a seguir; las palabras no alcanzan para agradecerte todo tu amor y apoyo incondicional durante toda mi vida y este arduo camino en convertirme en una profesional; sin usted esto no hubiera sido posible. “Te Amo Mamá”

A mi amado esposo **Luismil Ferrer**, por creer en mi capacidad de lograrlo, por su apoyo incondicional, sacrificio y esfuerzo en darme una carrera para nuestro futuro, gracias por tu amor, cariño y comprensión; eres y serás mi mejor presente y futuro. “Te amo”

A mi Papá **Clay González**, por estar siempre a mi lado con amor; motivándome para conseguir esta anhelada meta y hacerme saber que soy su orgullo, gracias por ser el padre que todo hijo desea tener. “Te amo”

A mis Hermanos **Juan González** y **Valentín González**, por su amor y estar siempre a mi lado apoyándome e impulsando mi perseverancia y dedicación, gracias por formar parte de mi vida y creer en mí. “Los Amo”

Lilian Valentina González Pineda

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres José Nascimento y Brunilda López, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis familiares.

A mis hermanos Cristina, Gabriela, Pedro, Daniel y Jorge por ser ejemplo y guía en mi vida; a mi tía Gorette por tenerme paciencia y siempre aconsejarme en los momentos que más los necesito, y no puede faltar mi abuela Angelina que siempre ha estado disponible para cada uno de sus nietos y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

A mi profesora, Ing. Angélica Jaramillo por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis además de siempre ofrecer su cariño y amor incondicional.

A mis amigos, que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora: Karla Gómez, Deborah Herrera, Andreina Aragoza, Larissa Cardemil, Stephanie Acuña, Rita Gómez, Valentina González, Yeverling Núñez, Julia Corona, Bárbara Aquino, Rosiels Cuiman, María Este, Adriana Torrelles, Diana Álvarez, Rosangela Díaz, Gabriel Carrillo, Douglas Hernández, Beneditt Ayala, por haberme ayudado tanto directa como indirectamente a realizar este trabajo.

Jessica M Nascimento

AGRADECIMIENTOS

A mi amado Tío Agapito González, a pesar de que ya no estás físicamente sé que siempre me acompañas y estás orgulloso de mí.

Agradezco enormemente a mi amiga y compañera de tesis Jessica Nacimiento por su amistad incondicional, dedicación y entrega para el logro de esta meta.

A mi tutora Ing. Angélica Jaramillo, por su apoyo, enseñanzas, cariño y colaboración.

A mis sobrinos Clay Antonio (Futuro Colega), Alejandra, Claysmar, Ricardo, Claisyel, Cristian, Katherine, Jean Carlos, Yorman, Jeremy, Juan Miguel, Isabella, por el amor, apoyo, alegría e inocencia que sólo ustedes saben darme, los Amo.

A mi cuñada Yesenia Chirinos, por su amor, apoyo en mi carrera y estar siempre pendiente de mí y de mis hijos.

A mis suegros Mirna Pérez y Arturo Ferrer, por su apoyo incondicional.

A mis amigos Francisco Zabaleta, Rubén Guevara, Sergio Mendoza, Julio Bracho, Julia Corona, Yeverlin Núñez, Sonia de Lima, Diana Álvarez, Adriana Torrelles, Barbara Aquino, gracias por su amistad y mis mejores momentos en la UJAP.

A todos mil gracias...

Lilian Valentina González Pineda

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pp.
RESUMEN	ix
INTRODUCCIÓN	X
CAPÍTULO	
I EL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del Problema.....	12
1.2 Formulación del Problema.....	14
1.3 Objetivos de la Investigación.....	15
1.3.1 Objetivo General.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos.....	15
1.4 Justificación.....	15
1.5 Alcance.....	16
II MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes.....	17
2.2 Bases Teóricas.....	19
2.2.1 Servicio.....	19
2.2.2 Empresas de Servicios.....	21
2.2.2.1 Características de las Empresas de Servicios.....	21
2.2.2.2 Categorías de las Empresas de Servicios.....	21
2.2.2.3 Áreas en la organización de las empresas de servicios.....	22
2.2.3 Costo.....	22
2.2.3.1 Los costos en las Empresas de Servicios.....	23
2.2.3.2 Sistemas de Costos.....	23
2.2.3.3 Elementos del Costo de Servicios.....	24
2.2.3.4 Determinación de los Costos en empresas de servicios.....	25
2.2.3.5 Modelos de Costos para empresas de servicios.....	26
2.2.4 Diagramación.....	26
2.2.4.1 Uso de técnicas de diagramación.....	27
2.2.4.2 Diagramación de procesos.....	27
2.2.4.3 Diagrama de Caja Negra.....	27
2.3 Punto de Equilibrio.....	28
2.4 Definición de Términos.....	28
III MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Tipo de investigación.....	30
3.2 Diseño de investigación.....	30
3.3 Nivel de estudio.....	31

3.4 Población y muestra.....	32
3.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de información.....	32
3.6 Fases de la investigación.....	33

IV RESULTADOS

4.1 Análisis de Mercado.....	36
4.2 Demanda.....	37
4.3 Competencia.....	38
4.4 Descripción de la empresa.....	39
4.4.1 Misión.....	42
4.4.2 Visión.....	42
4.4.3 Estructura organizacional y descripciones de los cargos.....	42
4.5 Servicios Ofrecidos.....	46
4.5.1 Características de los Servicios Prestados en el Complejo Cumbres de Terepaima.....	46
4.6 Análisis FODA.....	47
4.7 Proceso de prestación de servicio.....	49
4.8 Diagramas de Caja Negra de prestación de servicios, proveedores, logística y ventas.....	53
4.9 Inventario de activos fijos.....	58
4.10 Costos Fijos y Variables.....	60
4.10.1 Costos Fijos.....	60
4.10.2 Costos Variables.....	61
4.11 Punto de Equilibrio.....	63
4.12 Cálculos necesarios para la estimación de costos.....	64
4.13 Diseño de la estructura de costos.....	66
4.13.1 Inventario y Salones.....	67
4.13.2 Depreciación.....	67
4.13.3 Nómina.....	68
4.13.4 Gastos Administrativos y Ventas.....	69
4.13.5 Gastos Indirectos.....	70
4.13.6 Costo de Evento.....	70
4.13.7 Estado de Resultados.....	70
4.13.8 Precio de Venta.....	71
4.13.9 Presupuesto Modelo de un Evento.....	71
4.14 Factibilidad de uso del sistema de estructura de costos.....	71
CONCLUSIÓN.....	76
RECOMENDACIONES.....	77
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	79
ANEXOS.....	82



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
CARRERA INGENIERIA INDUSTRIAL
ESCUELA INDUSTRIAL

**Diseño de una estructura de costos para la empresa Complejo Turístico
Cumbres de Terepaima ubicada en Barquisimeto Estado Lara.**

Autores: González Lilian, Nacimiento Jessica.

Tutor: Ing. Angélica Jaramillo

Año: Junio, 2017

RESUMEN INFORMATIVO

Tener una estructura de costos efectiva es uno de los objetivos primarios dentro de la gestión financiera. A razón de que en la medida en que estos sean óptimos, entonces representará un mayor beneficio.

Sin embargo, lograr establecer un sistema de costos enfocado a la efectividad y a la optimización de los recursos disponibles no es una tarea sencilla, ya que implica implementar una serie de ajustes intencionados hacia lo que realmente es importante y le añade valor al producto o servicio.

En ese sentido, interesa tratar el tema sobre cómo establecer una estructura de costo efectiva en la empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima a través del programa Microsoft Excel, que permita acumular, registrar y reportar los costos y/o gastos de los servicios, con el propósito de generar información oportuna, válida y confiable que pueda ser utilizada efectivamente en áreas, como en la determinación del costo del servicio, valuación del inventario, fijación de precios, determinación de la utilidad, planeación y adopción de controles cada vez más eficientes de las operaciones de la empresa y fundamentalmente en la toma de decisiones alternativas gerenciales y estratégicas a través del punto de equilibrio. La investigación posee un enfoque cuantitativo dentro de la modalidad de campo de carácter descriptivo.

Dentro de los objetivos de la empresa se tienen definir los diferentes servicios que se ofrecerán en la empresa, analizar los elementos de costos presentes en cada uno de los servicios desarrollados en la empresa, identificar los costos fijos y variables para este tipo de empresa para de esta forma diseñar una estructura de costo para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima.

Descriptor: Estructura de costos – Gastos de servicios – Utilidad

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones a nivel mundial están en una constante búsqueda de procedimientos y técnicas, para controlar y calcular el costo de las distintas actividades bien sea de producción y/o servicios, sin afectar la calidad de los mismos, para esto se deben planificar, organizar y estimar los costos a través de diferentes herramientas que coadyuven a generar utilidad a la empresa.

Las estructuras de costos son las que proporcionan un mayor grado de confiabilidad a la hora de tomar decisiones empresariales, debido a que dichos sistemas, se basan en predeterminaciones a futuro, y esto le permite a la organización tener un conocimiento de situaciones futuras o de situaciones actuales y cómo será su comportamiento a lo largo del tiempo en las áreas operativas de la empresa. Teniendo en cuenta esto, Shank y Govindarajan (1995) plantean que “Un conocimiento sofisticado de la estructura de costos de una empresa puede ser de gran ayuda en la búsqueda de ventajas competitivas sostenibles”. Dichos autores denominan tal conocimiento como “Gerencia estratégica de costos” y busca que la información de costos se utilice para desarrollar estrategias superiores; o el grupo de estudio Strategor (1997), que manifiesta “Construir la estructura de costos de la actividad permite localizar las tareas o las funciones a las que la empresa deberá dedicar prioritariamente sus esfuerzos de reducción de costos totales”.

En este sentido, dicha estructura se convierte en la base para medir el desenvolvimiento de los funcionarios, debido a que estos están en contacto diario con las operaciones y son los que identifican, donde se incurre el costo y/o gasto y por qué, e identifican las causas de las variaciones o fallas. Además de cubrir las nuevas exigencias que se imponen en las empresas cuyo objetivo prioritario se encuentra dirigido a mejorar la velocidad y la fiabilidad de la información referente a los costos y hacer más viable su administración.

En tal sentido, el presente trabajo de investigación persigue como finalidad diseñar una estructura de costos, específicamente en la empresa Complejo Turístico

Cumbres de Terepaima, que permita acumular, registrar y reportar los costos y/o gastos de los servicios, con el propósito de generar información oportuna, válida y confiable que pueda ser utilizada efectivamente en áreas, como en la determinación del costo del servicio, valuación del inventario, fijación de precios, determinación de la utilidad, planeación y adopción de controles cada vez más eficientes de las operaciones de la empresa y fundamentalmente en la toma de decisiones alternativas gerenciales y estratégicas.

El trabajo de investigación se encuentra estructurado en cuatro capítulos, los cuales se describen a continuación.

El Capítulo I comprende el planteamiento del problema, la formulación del mismo y sus objetivos tanto general como los específicos, además del lugar donde se realizara dicha investigación y la respectiva justificación para la elaboración del tema.

El Capítulo II expone el marco teórico del problema, el cual incluye los antecedentes de estudios relacionados con la investigación, los lineamientos de carácter teóricos que la sustentan y la definición de conceptos básicos que poseen significados específicos en el área de estudio.

El Capítulo III está constituido por la metodología utilizada donde se incluye el tipo de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llegar a los objetivos de la investigación. Así mismo se definen las fases de la investigación

El Capítulo IV muestra los resultados y el desarrollo de las fases metodológicas planteadas.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones generadas por medio de la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Los servicios ofrecidos dependen del tipo de empresa, tal es el caso del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima que se caracteriza por ofrecer prestaciones en la organización y producción de eventos.

En la actualidad, organizar eventos es un servicio con gran demanda que puede ser muy rentable, ya que no requiere contar con mucho personal y basta con disponer de un número limitado de empleados. Sólo es imprescindible una agenda repleta de clientes y proveedores, y cierta técnica y procedimiento para el reconocimiento de los costos derivados de la prestación de este tipo de servicios, para lo cual se debe tomar en cuenta todos los desembolsos como: personal, insumos y otros recursos utilizados para brindar dicho servicio, que se caracteriza por ser intangible y de consumo inmediato, lo que conlleva a manejar una gran cantidad de aspectos y áreas que deben ser consideradas en la organización de la empresa para evitar la anarquía por parte del personal conformante de la empresa y la mala gestión de los recursos.

Las organizaciones a nivel mundial con el fin de tener un control y una administración estricta de sus recursos; hacen gran énfasis en sus costos, permitiendo así, que éstos puedan ser administrados de la mejor manera posible para aprovechar todas las oportunidades de mejoras y posicionamiento que puedan presentarse, implementan un control denominado estructura de costos. La estructura de costos (Cardozo y Matute, 2016) en el mundo globalizado de hoy permite que en áreas como la industria, comercio, turismo, esparcimiento, recreación, etc., se desarrollen

acontecimientos que son previamente planificados, organizados y coordinados de manera que se produzcan en un tiempo y lugar determinados, con un método estructuralista para su desarrollo y control, que faciliten el intercambio tan valioso de información, de contacto y socialización humana sobre todo en empresas que prestan servicios.

Por esta razón las organizaciones necesitan adecuarse al mercado en el cual se desenvuelven, ya que cada uno de ellos interactúa de forma distinta siendo influenciados por muchos aspectos económicos, políticos, sociales, legales, etc. Para ello se necesita tener un control y una administración estricta de sus recursos; permitiendo así, que éstos puedan ser administrados de la mejor manera posible para aprovechar todas las oportunidades de mejoras y posicionamiento que puedan presentarse.

La estructuración de costos (Choy, 2012) es un proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costos, basado en las prioridades estratégicas y operativas de la empresa. Como tal, debe cubrir todas las operaciones de la organización, definir mecanismos para el procesamiento de datos financieros, y desarrollar la capacidad de diseminación de información oportuna y de calidad a nivel interno y externo. Además de ser ideal en países cuya situación actual es crítica, como es el caso de Venezuela, donde los altos índices inflacionarios, la regulación de precios y los aumentos salariales juegan un papel fundamental en el proceso de inestabilidad económica. Un control sobre los costos permite afrontar mejor dicha situación y por lo tanto consecuentemente mantenerse competitivos en el mercado.

En este tipo de negocio se encuentran una alta competencia en lugares capitales; como acontece en la zona de Cabudare, Barquisimeto Estado Lara que se encuentra ubicado en la zona turística y artesanal más privilegiada del Municipio Palavecino, el cual se caracteriza por su alta actividad recreacional conformada por los múltiples establecimientos de variados servicios como lo son el Salón Quinta Regia y Posada Luna Azul.

En la actividad económica del estado Lara, por su ubicación geográfica ha sido siempre un gran centro comercial donde convergían desde hace mucho tiempo y aún lo siguen haciendo, comerciantes, agricultores y ganaderos.

En cuanto al turismo, el obelisco más alto de Venezuela se encuentra en Barquisimeto, desde donde se puede contemplar sus famosos atardeceres, razón por la cual se le conoce como la “Ciudad de los crepúsculos”. También cuenta con actividades culturales, musicales, museos, templos y teatros, son dignos de visitar la zona histórica y colonial de Carora, las reliquias del Tocuyo, ciudad que fuera fuertemente afectada por un terremoto en 1950. Quibor con sus museos y famosa artesanía y arqueología; Sanare, bello pueblo enclavado en los Andes, donde también se puede adquirir bella artesanía (Lara (Estado), 2017).

Lo descrito anteriormente hace atractivo los negocios de servicios como el ofrecido por el Complejo Turístico cumbres de Terepaima. No obstante aunque la empresa cuenta con los recursos, el personal y la infraestructura, no tiene definido los tipos de servicio y las actividades que contempla por lo que no se tiene certeza de los márgenes de contribución, el umbral de rentabilidad o el mínimo de servicios prestados por mes para obtener utilidad.

De allí que es de vital importancia la implementación de una estructura de costos en la empresa, de preferencia en una plataforma virtual (Microsoft Excel), para que se pueda disponer de un instrumento eficiente que posteriormente pueda ser adaptado a las circunstancias reales del escenario país logrando garantizar el uso efectivo de los recursos que posee para lograr su operatividad dando evidencia de que existe la urgencia de dicha empresa de contar con una estructura de costos sobre todo en una, que todavía no ha arrancado con sus operaciones y que se ubica en la zona de Cabudare, como sucede con el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima, previamente mencionado.

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los aspectos que se deben considerar para desarrollar el diseño de la estructura de costos en Microsoft Excel de la empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Diseñar una estructura de costos para la empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima ubicada en Barquisimeto Estado Lara.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Definir los diferentes servicios que se ofrecerán en la empresa.
- Analizar los elementos de costos presentes en cada uno de los servicios desarrollados en la empresa.
- Diseñar una estructura de costo para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima.
- Demostrar la factibilidad de uso del sistema de estructura de costos para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima ubicada en Barquisimeto Estado Lara

1.4 Justificación

El trabajo de investigación tiene como finalidad proporcionar el diseño de una estructura de costos para la empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima, que le permita tener aspectos como organización, gestión y administración adecuada de los recursos. Este sistema garantizará un medio para el control de los costos actuales así como la fijación del servicio a ofrecer. Tomando en cuenta las necesidades de la empresa, este diseño permitirá a los departamentos que conforman dicha organización tomar las decisiones que contribuyan al éxito en función de los resultados que proporcione a futuro dicho sistema, el cual pretende generar competitividad a través de la calidad de sus servicios. Esto tiene el fin de incurrir en mayores esfuerzos gerenciales estratégicos para aumentar o disminuir el costo en base a los competidores.

Es por ello que el diseño de esta estructura permitirá a la empresa no solo una mejora en la parte interna en cuanto a su organización, administración y gestión de los recursos que allí se manejan, sino que también permitirá poder mejorar la calidad del servicio a sus clientes.

En conclusión, la elaboración de dicha estructura se considera valiosa para la empresa, debido a que no ha arrancado con sus operaciones, por ende el diseño de una estructura de costos es ideal para la mencionada organización, que además se ubica en una zona de alta competitividad.

1.5 Alcance de la Investigación

El alcance final de esta investigación es elaborar un diseño de estructura de costos, que permita a la Empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima disponer de un instrumento eficiente que facilite la toma de decisiones, y que además, el sistema, posteriormente pueda ser adaptado a las circunstancias reales de la empresa. Es importante resaltar que en este trabajo se tomaran en cuenta algunos perfiles que se producen para la elaboración de dicha estructura, solo se identificarán las variables que van a incidir dentro de la estructura de costos, por lo tanto no se evaluará la implementación del sistema en dicha organización, así como tampoco se podrá hacer monitoreo de cualquier ajuste ya que dicha empresa no ha arrancado sus operaciones.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

A continuación, se mencionarán, algunos estudios relacionados con el tema aquí expuesto, basado en la revisión de temas anteriores, escogiendo los que tengan mayor similitud con esta investigación.

Rodríguez y Ramírez (2015) en su trabajo de grado titulado **“Diseño de un Sistema de Costos para Laboratorios Clínicos. Caso de Estudio: Clínica Docentes Los Jarales”** presentado en la Universidad de Carabobo, para optar al título de Ingeniero Industrial, diseñaron un sistema de costos para el laboratorio de la clínica Docente Los Jarales, con el propósito de definir un sistema de costos preciso y formulado de acuerdo a las actividades que se ejecutan en los procesos. El resultado de la investigación permitió definir: La cadena de valor, la lista de recursos utilizados, las bases de aplicación del costo y un nuevo sistema de costos para optimizar el manejo de los recursos. El aporte de dicha investigación a este trabajo consistió en la metodología usada para abordar el problema, para lo que desarrollaron 5 fases las cuales fueron divididas de acuerdo a su naturaleza. La primera fase abarco el estudio del proceso general del laboratorio con el fin de obtener la cadena de valor, la segunda fase se basó en la obtención de los objetos de costo y el estudio de dichos procesos de costos. La tercera fase fue la obtención de todas las bases de aplicación de los gastos, llegando así a la cuarta fase la cual fue el desarrollo de la estructura de costos. Por último, se estudió en una quinta fase la factibilidad de uso del sistema, aplicándole una encuesta a los responsables de costos del laboratorio.

Castro y Leonett en el año 2013, miembros de la Universidad Experimental de Guayana, Bolívar, Venezuela, efectuaron un estudio descriptivo de campo de tipo documental titulado: **“Diseño de una estructura de costos y gastos de acuerdo a la ley de costos y precios justos. Caso de estudio: Empresa Jessimar, C.A. ubicada en Puerto Ordaz. Estado Bolívar,”** cuyo propósito fue diseñar una estructura de costos y gastos, para los diferentes productos que fabrica la empresa: Jessimar, C.A. a

través de una base lógica y equitativa, que le permite a dicha empresa, determinar el costo unitario y dar cumplimiento con lo establecido en la ley de costos y precios justos y su reglamento.

Para lograr el objetivo se procedió a la observación directa y revisión documental, mediante la aplicación y elaboración de un cuestionario de preguntas cerradas a las personas que laboran en el departamento de costos de la empresa.

El aporte de esta investigación se relaciona con la metodología para definir e identificar los diferentes elementos del costo y asignarlos a sus respectivos centros. Igualmente ver la ponderación dada a cada elemento del costo indirecto en los diferentes servicios prestados.

Jaramillo y Pinto (2013) en su trabajo de Grado titulado **“Propuesta de un Modelo de Administración y Control de Costos para una Empresa Metalmeccánica: Caso PROGALCA C.A”**, presentado ante la Universidad de Carabobo para optar al título de Ingeniero Industrial. Esta investigación tiene un nivel descriptivo, que implicó la observación y análisis de todos los procesos del área administrativa de la empresa PROGALCA C.A., se trató de una investigación de campo, no experimental, cuyo objetivo general fue proponer un modelo de administración y control de costos, apoyados en la documentación de los procesos administrativos a través de diagramas de flujo de datos, diagramas de procesos, diagramas de caja negra y un modelo de asignación y control de costos. El estudio se inició con un diagnóstico situacional de los procesos seleccionados por los analistas, lo que permitió evidenciar un conjunto de debilidades que constituyen la base principal para la toma de decisiones en la organización. Posteriormente se realizaron las descripciones de cargos, establecimiento de los costos asociados a los procesos centrales y por último la propuesta, la cual está orientada a brindar beneficios a la organización, ya que el modelo propuesto aborda los elementos que integran el modelo de administración de costos, en cada una de sus funciones. El aporte de dicha investigación al presente trabajo se basó principalmente en la forma de diagramar los procesos a fin de definir los servicios y poder realizar la asignación de los costos y

por consiguiente evaluar con un mejor nivel de confianza la gestión financiera de la empresa.

Cevallos (2013), elaboró un trabajo titulado **“Propuesta de un Sistema de Costos en la Empresa Fanalpade Valencia C.A.”** Sustentado en el sistema de costo por actividad ABC, contribuyendo con el incremento de la eficacia en los procesos, y toma asertiva de decisiones, propusieron un modelo de costo que permitió conocer en detalle los procesos inmersos dentro de la fabricación del pañal desechable en la máquina FAX, calculando los tiempos de realización, considerando con ello diversidad de actividades que no eran tomadas en cuenta en los procesos para la obtención de un pañal. El trabajo utilizado como antecedente, sirvió de soporte conceptual y de procedimiento metodológico, así como los lineamientos que se deben contemplar en la clasificación de los elementos del costo y la forma cómo se realiza el cálculo de los mismos.

2.2 Bases Teóricas

El diseño de un sistema de costo necesita de un marco teórico que soporte su estructura lógica, el cual estará directamente relacionado con el grado de conocimiento que sobre estos sistemas se tenga. En tal sentido, para el trabajo de investigación en el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima se han asumido una serie de conceptos que sirven de fundamento al presente estudio, por lo que se exponen de manera secuencial en el desarrollo de este capítulo.

2.2.1 Servicio

Según Kotler Phillip (2006): “Un servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no vincularse a un producto físico.”

- **Características de los Servicios**

Los servicios que tienen como finalidad responder y satisfacer las necesidades del cliente, tiene las siguientes particularidades:

- **Intangibilidad:** Los servicios son intangibles a diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse.
- **Inseparabilidad:** Los servicios por lo regular se producen y consumen simultáneamente. Esto no sucede con los bienes físicos, que se fabrican, se colocan en inventarios, se distribuyen a través de varios intermediarios y se consumen posteriormente.
- **Variabilidad:** Puesto que los servicios dependen de quien los presta y de donde se prestan, son muy variables. Por ejemplo, algunos doctores saben tratar muy bien a sus pacientes; otros no les tienen tanta paciencia.
- **Imperdurabilidad:** Los servicios no pueden almacenarse. El hecho de que los servicios sean imperdurables no es un problema cuando la demanda es constante, si la demanda fluctúa, las empresas de servicios tienen problemas.

- **Categorías de los Servicios**

Los servicios brindados por diversas empresas se clasifican en determinadas categorías, las cuales son:

- **El bien tangible puro:** La oferta consiste primordialmente en un bien tangible, ejemplo de ello puede ser el jabón o la sal. El producto no va acompañado de servicios.
- **El bien tangible con servicios anexos:** La oferta consiste en un bien tangible acompañado por uno o más servicios.
- **El híbrido:** La oferta consiste en bienes y servicios por partes iguales. Por ejemplo, la persona que acude a los restaurantes va tanto por los alimentos como por el servicio.
- **El servicio principal con bienes y servicios secundarios anexos:** La oferta consiste en un servicio principal acompañado de servicios adicionales o bienes de apoyo.
- **El servicio puro:** La oferta consiste primordialmente en un servicio. Por ejemplo, podemos citar el cuidado de niños, la psicoterapia y los masajes.

2.2.2 Empresas de Servicios

Hornegren (2012), afirma que: “Una empresa de servicios es aquella que a través de diferentes procesos que implican una serie de actividades es capaz de ofrecer o prestar un servicio específico o bien servicios integrados.” El término servicio es conceptualizado por diversos expertos: Stanton, Etzel y Walker (2007), definen los servicios como “actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”.

Para Sandhusen (2002): “Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo”.

Según Lamb, Hair y McDaniel (2006): “Un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente”.

Para la American Marketing Association (A.M.A.) (2004), los servicios son:

Productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de un domicilio, que son intangibles o por lo menos substancialmente. Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos. Los productos de servicio son a menudo difíciles de identificar, porque vienen a existir en el mismo tiempo que se compran y que se consumen. Abarcan los elementos intangibles que son inseparabilidad; que implican generalmente la participación del cliente en una cierta manera importante; no pueden ser vendidos en el sentido de la transferencia de la propiedad; y no tienen ningún título.

2.2.2.2 Categorías de las Empresas de Servicios

En este tipo de empresas pueden identificarse dos categorías:

- Empresas orientadas a prestar un servicio específico.

- Empresas orientadas a prestar servicios integrados.

Las empresas que prestan servicio específico por lo general están orientadas a ofrecer un servicio a los consumidores de una manera permanente, como los despachos de contabilidad, de diseño de ingeniería, de asesoramiento legal, entre otros (Choy, 2012). Las empresas orientadas a prestar servicios integrados se caracterizan por ofrecer servicios complementarios entre sí, para satisfacer necesidades más complejas de los clientes, como las compañías de seguros de vida, bancos comerciales, hospitales, empresas de transportes, entre otros. Aquellas empresas que poseen un alto volumen de servicios ofrecidos, por lo general aquellas que ofrecen servicios integrados, pueden utilizar un sistema de costos por proceso (Choy, 2012).

2.2.2.3 Áreas en la organización de las Empresas de Servicios

Por lo general tres áreas:

El área de operación, en muchas empresas como bancos, hoteles y hospitales es usar la mano de obra, materiales y recursos de la tecnología para satisfacer las necesidades de los clientes.

El área de soporte varía con el tipo de empresa dependiendo del servicio que se ofrece. Por ejemplo, en una línea aérea, el departamento de mantenimiento es el área de soporte, en un hospital es el departamento de archivos y en un banco es el departamento de sistemas de información.

El área de mercadotecnia y ventas son relevantes en este tipo de empresas, debido a que a través de ellos se contacta al cliente, se promueve el servicio y se desarrollan nuevos servicios.

2.2.3 Costo

Para Samuelson (1996); “Costo es la suma de erogaciones en que incurre una persona física o moral para la adquisición de un bien o de un servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro.”

2.2.3.1 Los costos en las Empresas de Servicios

El reconocimiento de los costos derivados de la prestación de servicios de actividades ordinarias requiere cierta técnica y procedimiento, para lo cual se debe tomar en cuenta todos los desembolsos como: personal, insumos y otros recursos utilizados para brindar dicho servicio, que se caracteriza por ser intangible y de consumo inmediato. La existencia de un consumo inmediato en las empresas de servicios, por lo general, implica que el cliente participe en el proceso de transformación, generándose de esta forma un elevado uso de mano de obra directa por parte de la empresa prestadora del servicio.

LA NIC (Norma Internacional de Contabilidad) 2 para empresas de servicios:

El párrafo 19 de la NIC 2 “Inventarios” establece que en el caso que un prestador de servicios tenga inventarios, los medirá por los costos que suponga su producción.

Estos costos se componen fundamentalmente de mano de obra y otros costos del personal directamente involucrado en la prestación del servicio, incluyendo personal de supervisión y otros costos indirectos atribuibles. La mano de obra y los demás costos relacionados con las ventas, y con el personal de administración general, no se incluirán en el costo de los inventarios, sino que se contabilizarán como gastos del periodo en el que se hayan incurrido. Los costos de los inventarios de un prestador de servicios no incluirán márgenes de ganancia ni costos indirectos no atribuibles que, a menudo, se tienen en cuenta en los precios facturados por el prestador de servicios.

2.2.3.2 Sistemas de Costos

Las empresas de servicios utilizan los sistemas tradicionales: por órdenes de trabajo y por procesos. Gran parte de estas empresas aplican sistemas más modernos como Costos Basados en las Actividades (CBA).

El sistema de costos por órdenes de trabajo consiste en la generación de bienes o servicios heterogéneos, efectuados a la medida del cliente; en ese sentido, los costos se acumulan por cada pedido u orden de los clientes, existiendo una identificación de cada orden de trabajo. Dentro de las actividades que aplican este sistema se ubican las

sociedades de auditoría, los trabajos de publicidad, las imprentas, las actividades de ingeniería y diseño, reparación de máquinas, entre otras.

El sistema de costos por procesos permite que se acumulen los costos de producción por departamento o centro de costos, y es aplicable para los prestadores de servicios homogéneos, de naturaleza continua e ininterrumpida, en donde es difícil diferenciar una unidad de servicio de las demás. Dentro de las actividades que pueden aplicar este tipo de costos se encuentran las empresas de servicios públicos, las sociedades agentes de bolsa, las empresas del sistema financiero, salas de cine, entre otras.

2.2.3.3 Elementos del Costo de Servicios

- Costos directos: Los que pueden identificarse específicamente en la unidad.
- Costos indirectos: No puede identificarse en la unidad.
- Costos operacionales: Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema. Dentro de los costos de operación más importantes tenemos los siguientes:
 - a) Gastos técnicos y administrativos. Son aquellos que representan la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, tales como, jefes de compras, almacenistas, mecánicos, veladores, dibujantes, ayudantes, mozos de limpieza y envíos, etc.
 - b) Alquileres y/o depreciaciones. Son aquellos gastos por conceptos de bienes muebles e inmuebles, así como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: rentas de oficinas y almacenes, servicios de teléfonos, etc.
 - c) Obligaciones y seguros. Son aquellos gastos obligatorios para la operación de la empresa y convenientes para la dilución de riesgos a través de

seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre estos podemos enumerar: inscripción a la Cámara Nacional de la Industria de la Construcción, registro ante la Secretaría del Patrimonio Nacional, Seguros de Vida, etc.

d) Materiales de consumo. Son aquellos gastos en artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: combustibles y lubricantes de automóviles y camionetas al servicio de las oficinas de la planta, gastos de papelería impresa, artículos de oficina, etc.

e) Capacitación y Promoción. Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos que en tanto éste lo haga, en esa misma medida, o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a obreros y empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc.

2.2.3.4 Determinación de los Costos en Empresas de Servicios

La determinación de los costos en las empresas de servicios es más compleja y diversa, ya que los procedimientos de cálculo depende del tipo de actividad, y son diversos los servicios. Por ejemplo, el proceso de determinar el costo en una empresa de seguros es diferente de una empresa de transporte, banco o servicio profesional. Es decir, para determinar los costos de servicios, es necesario tomar en consideración las características propias de cada empresa, aunque en términos generales, las empresas de servicios se caracterizan por lo siguiente:

- Los servicios producidos no pueden ser inventariados para venderlos en el futuro, de manera que los sistemas de contabilidad de gestión de la mayoría de las organizaciones de servicios no tienen que preocuparse de elaborar periódicamente informes de valoración de inventarios, como lo hacen las empresas manufactureras.
- Las normas tradicionales de elaboración de informes financieros limitan, de alguna manera, la estructura de los informes de costos en las organizaciones de servicios, por lo que éstas deben establecer sus propios modelos de informe.

- La producción es difícil de medir, ya que las unidades de medidas de los servicios son menos obvias que las empresas de fabricación, debiendo valerse de unidades mixtas, tales como metros cúbicos, kilómetros cuadrados, días.
- Los costos indirectos de fabricación de las empresas que fabrican productos equivalen a los costos indirectos de producir servicios, en las empresas de servicios.

2.2.3.5 Modelos de Costos para Empresas de Servicios

Los modelos de costos que pueden ser utilizados en las empresas de servicios no difieren de las que utilizan las empresas industriales o comerciales, sin embargo, cualquiera de los modelos planteados, ya sea en su forma pura o combinada pueden ser aplicados en las mismas condiciones. Aun cuando muchos especialistas recomiendan que para las empresas de servicios resulta más oportuno trabajar con un modelo de acumulación por órdenes, es posible que muchos servicios que se han automatizado y seriado se adecúen a la aplicación de un modelo de costos por procesos. Asimismo, una de las características de los servicios es la heterogeneidad, lo que complica la aplicación de un modelo normalizado. La automatización ha favorecido también la normalización de los procesos, motivo por el cual es posible tender a una estandarización de los costos (Choy, 2012).

2.2.4.1 Diagramación

Barranco de Areba (2001) es el componente gráfico, bajo el cual de manera visual, se identifican los elementos de análisis y de diseño.

Es una herramienta que permite representar en forma gráfica los procesos de una empresa y observar las actividades en conjunto, sus relaciones y cualquier incompatibilidad, cuello de botella o fuente de posibles ineficiencias. Son de gran importancia ya que ayudan a designar cualquier representación gráfica de un procedimiento o parte de esta.

2.2.4.1.1 Uso de Técnicas de Diagramación

Para efectos de esquematizar como se dan los procesos en la empresa y representar en forma gráfica las secuencias que siguen las operaciones de un determinado procedimiento, es importante conocer las técnicas de diagramación.

2.2.4.2 Diagrama de Procesos

Barranco de Areba (2001) lo define como “la representación gráfica del orden de todas las operaciones, transportes, inspecciones, demoras y almacenajes, que tienden durante un proceso y comprende información considerada necesaria para el análisis como lo son el tiempo, cantidades y distancias recorridas.”(p.40)

Esta herramienta es útil para los Ingenieros Industriales ya que ilustran de forma gráfica las operaciones involucradas en el proceso de producción, además de ayudar a determinar las operaciones que agregan valor al proceso así como de identificar posibles mejoras al proceso productivo estudiado.

Para describir los pasos que se realizan en este diagrama, se emplean símbolos los cuales han sido aceptados por todas las organizaciones profesionales que realizan estudios de tiempo y movimientos.

2.2.4.3 Diagrama de Caja Negra

El diagrama de caja negra de Ludwing Von Bertalanffy en teoría de sistemas y física, denomina caja negra a aquel elemento que es estudiado desde el punto de vista de las entradas que recibe y las salidas o respuestas que produce, sin tener en cuenta su funcionamiento interno. En otras palabras, de una caja negra nos interesará su forma de interactuar con el medio que le rodea (en ocasiones, otros elementos que también podrían ser cajas negras) entendiendo qué es lo que hace, pero sin dar

importancia a cómo lo hace. Por tanto, de una caja negra deben estar muy bien definidas sus entradas y salidas, es decir, su interfaz; en cambio, no se precisa definir ni conocer los detalles internos de su funcionamiento.

2.3 Punto de equilibrio

Blanco (2010), plantea que “El análisis del punto de equilibrio está dirigido principalmente a determinar el peso que los costos fijos totales ejercen sobre los ingresos totales y los costos variables totales”

Por tanto, este punto nos permite determinar el nivel de ingresos que se debe alcanzar en relación a los costos, para que de esta manera la empresa empiece a percibir beneficios, en resumen es el mínimo de actividad que requiere la empresa o el proyecto para comenzar a ser rentable

En este sentido, Blanco (2010) reafirma la importancia de conocer el punto de equilibrio de cualquier proyecto ya que el “análisis del punto de equilibrio está dirigido principalmente a determinar el peso que los costos totales ejercen sobre los ingresos totales y los costos variables”.

Por consiguiente, el cálculo del punto de equilibrio es fundamental para la sustentabilidad a corto, mediano y largo plazo del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima, ya que el cálculo de este permitirá hacer los ajustes necesarios en un momento determinado para mantener los ingresos por encima de los costos

2.4 Definición de Términos

- **Empresa:** es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.
- **Modelo de Costos:** es la representación teórica de un sistema de información contable integrado con métodos y procedimientos referidos al

devengado de costos. Tiene como propósito no solo expresar el costo del objeto de la inversión sino, además, suministrar herramientas que coadyuven a la gestión de los entes.

- **Recursos:** Es la combinación de los elementos económicos necesarios para el desempeño de las actividades, estos incluyen el costo de la mano de obra, suministros, materiales, equipos, tecnología y cualquier otro ítem utilizado en el desempeño de las actividades.

- **Activos fijos:** Son bienes adquiridos con la finalidad de ser usados en la producción, brindar un servicio o de uso administrativo en la empresa.

- **Activos fijos tangibles:** Son bienes de naturaleza material susceptibles de ser percibidos, que se pueden tocar, medir.

- **Activos fijos intangibles:** Son bienes de naturaleza inmaterial que no se pueden tocar, ver, medir.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En opinión de Arias (2006), al describir la metodología científica, reseña que: “...método es la vía o camino que se utiliza para llegar a un fin o para lograr un objetivo...” (p. 18). Por su parte Tamayo (2009), plantea: “...Ese procedimiento ordenado que se sigue para establecer lo significativo de los hechos y fenómenos hacia los cuales está encaminado el interés de la investigación es lo que constituye la metodología.” (p. 175). Por lo cual, atendiendo al esquema normativo institucional que rige este aspecto del trabajo, a continuación se describen los apartes metódicos indicados en la fase de proyecto del presente trabajo.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

El presente trabajo trata de una investigación cuyo propósito está orientado hacia el diseño de una estructura de costos adecuada para la gestión y organización de la empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima. En consecuencia, esta investigación se realiza bajo la modalidad de Proyecto Factible. En este orden de ideas, el Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales de la UPEL (2013) lo define como:

El proyecto factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades. (p. 7).

Asimismo, la investigación se sustenta en un diseño de campo, apoyado en una revisión documental. Un estudio de campo es aquel donde el investigador enfrenta un problema de tipo práctico que afecta a un individuo grupo social y los datos se obtienen en el lugar donde se produce el problema. Al respecto, la Universidad

Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2013) señala que los estudios de campo son:

El análisis sistemático del problema en la realidad, con el propósito bien de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos en el desarrollo. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. (p. 18).

Se considera un estudio de campo, por la necesidad de recoger la información sobre la situación actual que presenta la empresa con respecto a los procedimientos financieros empleados en el manejo contable. Adicionalmente, se apoya en un estudio documental o revisión bibliográfica, que según Sabino (2008) es el proceso mediante el cual el investigador recopila, ordena, revisa, analiza, selecciona y extrae información de diversas fuentes, principalmente de carácter bibliográfico, acerca de un tema, con el propósito de construir conocimiento y comprensión más amplia y precisa del mismo. Al respecto, será necesaria la revisión de documentos y fuentes bibliográficas en la búsqueda de aportes teóricos, conceptuales y explicativos para sustentar la investigación.

3.2 Nivel de estudio

Según el nivel de estudio, la investigación está concebida dentro de la modalidad general de estudio como descriptivo. Con relación al nivel de investigación descriptiva, de la que Tamayo y Tamayo (2009), exponen: “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. En tal sentido, en la presente investigación permite estudiar a fondo las actividades asociadas a todos los procesos que se lleva a cabo en la empresa. Este método es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de los fenómenos, sucesos, comunidad, contexto o situación

3.3 Población y Muestra

Balestrini (1998), expone desde el punto de vista estadístico, “una población o universo puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características o una de ellas y para el cual serán validadas las conclusiones obtenidas en la investigación” (p.122). Es así como en la presente investigación la unidad de estudio está constituida por el ente donde se desarrolla y recopila toda la información, siendo entonces el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima ubicado en el Municipio Palavecino, Barquisimeto Estado Lara. Así mismo afirma que la muestra es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. La muestra es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población (Balestrini, 1998, p.138).

La población del presente estudio consta de todas las empresas ubicadas en el Municipio Palavecino (Salón Quinta Regia, Posada Luna Azul) que ofrecen los mismos servicios y la muestra tomada en este caso corresponde al objeto de estudio, ya que el objetivo principal del presente trabajo consiste en identificar y clasificar los costos de dicha empresa para la realización de la estructura de costos.

3.4 Técnicas para la Recolección de Información

Según Sabino (2008) los métodos de recolección de datos “son los medios a través de los cuales el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación”. Las técnicas seleccionadas de recolección de datos son diversas, y muchas de ellas no formales. En términos generales, se utilizó la observación directa, entrevistas no estructuradas, la solicitud de información contenida en el sistema administrativo.

La observación directa “es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos” (Arias, 2006).

Por medio de esta técnica se recolecto la información de campo referente a los procesos de prestación de servicios del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima y personal que laboran en éste, permitiendo realizar una recolección y estudio para la estructura de costos y gestiones administrativas.

La entrevista no estructurada “Es la entrevista en la cual no se dispone de una guía de preguntas elaboradas previamente. Sin embargo, se orienta por unos objetivos preestablecidos, lo que permite definir el tema de la entrevista” (Arias, 2006).

Esta técnica se aplicó al personal que labora en el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima: gerentes, secretarias, coordinadores de eventos y encargados de compras. La herramienta utilizada para dicha técnica fue una grabadora. Con el fin de conocer a profundidad los procesos. Fueron entrevistados 5 trabajadores que forman parte de la nómina de la empresa. Los resultados obtenidos a través de esta técnica de recolección de datos fueron las descripciones de puestos de trabajo, la estructura organizacional, la descripción de los procesos administrativos, los diagramas de procesos y de caja negra.

3.5 Fases de la Investigación

El presente proyecto de investigación tiene como propósito: Diseñar una estructura de costos para la empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima ubicada en Barquisimeto Estado Lara.

. Para llevarlo a cabo se diseñó cuatro (4) fases metodológicas con su respectiva población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos y de análisis, donde cada fase guarda relación directa con cada uno de los objetivos planteados.

Fase I. Definir los diferentes servicios que se ofrecerán en la empresa.

En esta fase la empresa se estudió de manera general y detallada a fin de identificar en que entorno se encuentra y se enfrenta. En esta fase se describió el mercado, la competencia y la demanda de los servicios. Además se realizó una breve descripción de las instalaciones de la empresa, una matriz FODA, a través de la cual se conocieron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas presentes en la

empresa, y la estructura organizacional del personal encargado del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima. Para de esta manera tener una visión global de lo que puede ofrecer la empresa.

Fase II. Analizar los elementos de costos presentes en cada uno de los servicios desarrollados en la empresa.

En esta fase se analizaron los servicios a prestar y sus características, los procesos de prestación de servicios y sus correspondientes diagramas de procesos y de caja negra. Para así identificar el funcionamiento de estos y el costo potencial que podría generar cada evento. Se observaron los procesos de los objetos de costos con la finalidad de recolectar la información sobre cada uno de los elementos que conforman un evento tales como: la logística, las cotizaciones, los proveedores, etc.

Los diagramas de procesos, evidencian las actividades realizadas, con la intención de tener un mayor control en las operaciones que se elaboran y los costos incurridos en cada una de ellas, con el objetivo de diseñar la estructura de costos adaptada por completo al proceso de prestación de servicios.

Fase III. Diseñar una estructura de costo para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

En esta fase se hizo una clasificación de los costos en fijos y variables, así como a que centro de costos debe cargarse. Posteriormente se elaboró la estructura de costos en el programa Microsoft Excel donde se creó un archivo el cual contiene todos los datos recolectados (mano de obra, infraestructura, insumos, mobiliarios y equipo, costos) así como también todos los cálculos, formulaciones necesarias para manejar estos datos y el punto de equilibrio de la empresa.

Todos los procesos fueron definidos, estos contienen en detalle cada recurso utilizado en las actividades. De igual forma contiene el cálculo de los costos unitarios de cada uno de los servicios, dependiendo de las variables o aspectos que contenga el servicio.

Por último, la herramienta permite dar un resultado o una hoja resumen el cual contiene el costo para cada uno del servicio, así como el estado financiero en un período determinado, mediante un estado de resultado.

Fase IV. Demostrar la factibilidad de uso del sistema de estructura de costos para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima ubicada en Barquisimeto Estado Lara

En esta fase se procedió a demostrar lo factible y practico del uso y manejo del sistema de costos diseñado, para esto se escogió a 3 personas que no tuvieran conocimiento del funcionamiento del sistema e involucradas en la gestión financiera y operativa y se les dio una explicación de cómo manejar la herramienta para su posterior evaluación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En el siguiente capítulo se presentan los resultados de la investigación que coadyuvaran a la consecución del objetivo general relacionado con el diseño de la estructura de costos para la empresa caso estudio. Los resultados son presentados en cuatro fases, tal como se describieron en el marco metodológico.

Fase I. Definir los diferentes servicios que se ofrecerán en la empresa.

Para la realización de esta fase se hizo una descripción detallada de la empresa y de los servicios a ofrecer por el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

4.1 Análisis de Mercado

El Complejo Turístico Cumbres de Terepaima se ubica en el estado Lara, en la ciudad de Barquisimeto ubicada al occidente de Venezuela, mejor conocida como la ciudad musical del país. Es la cuarta urbe más poblada del país después de las ciudades de Caracas, Maracaibo y Valencia y primera del estado Lara, con una población estimada de 2.663.256,1 hab. en su área metropolitana (Lara (Estado), 2017).

La ciudad está conformada en su área metropolitana por 7 parroquias del Municipio Iribarren y 3 del Municipio Palavecino, se le considera el principal centro urbano, cultural, económico, educativo e industrial de la Región Centro Occidental, región con una población de 4.231.060 habitantes y un territorio de 81.700 kilómetros cuadrados, lo que representa el 8,9% de la superficie nacional y el 16,5% de la población (Lara (Estado), 2017).

Su economía a pesar de un profundo estancamiento de los noventas, en estos años, ha tenido un enorme repunte en cuanto inversiones en materia de construcción, industria, comercios y servicios, lo que ha reimpulsado el crecimiento de esta ciudad,

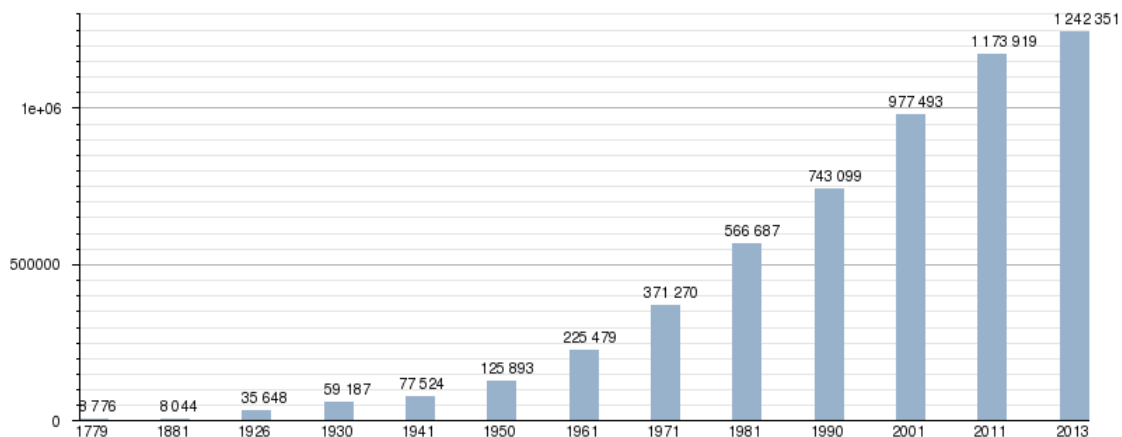
la cual se consolida en su sitio como la cuarta ciudad de Venezuela. Es por esto que en los últimos años, han aparecido en todos sus polos de crecimiento, numerosos centros comerciales, hoteles para todos los estratos, edificios de oficinas, residencias y centros de negocios. En esta ciudad destacan las actividades netamente urbanas vinculadas a la industria, el comercio y los servicios, así como la explotación y transformación de minerales no metálicos y la producción agrícola, de manera fundamental.

El poder adquisitivo de la ciudad es diverso, y por lo tanto los servicios prestados por la empresa del presente trabajo va dirigido a la población económicamente activa del distrito, más específicamente personas con edad de 20 años en adelante, de género tanto masculino como femenino, de clase social media, media – alta y alta, profesionales y ejecutivos que buscan un servicio de calidad y que sea personalizado. El segmento de mercado escogido se caracteriza por personas que desean hacer de sus eventos un momento inolvidable y que por sus actividades diarias no poseen el tiempo necesario para planificar personalmente su evento social.

4.2 Demanda

Aunque no es una actividad exenta de inconvenientes, la rápida evolución del sector y la creciente demanda de este tipo de servicios han hecho que la organización de eventos se convierta en una excelente oportunidad de negocio para aquellos emprendedores que hayan tenido alguna relación con el mismo.

Quienes conforman la demanda poseen necesidades y deseos. El deseo representa el cómo, la forma en la cual se cumplirá determinada necesidad. Las acciones de Marketing serán realizadas con la finalidad de inducir al cliente a satisfacer una necesidad dada a través de la oferta. Lo cual significa que celebre su casamiento contratando los servicios de la presente organización y/o alquilando su salón o utilizando su sede, en definitiva, que contrate el servicio en vez del de la competencia o uno que lo sustituya. En la Gráfica N°1 se muestra la evolución de Barquisimeto desde 1.779.



Gráfica N°1. Evolución demográfica de Barquisimeto desde 1779

Fuente: Población urbana en Venezuela: una mirada al pasado y una visión prospectiva del presente y el futuro

4.3 Competencia

En la ciudad de Barquisimeto se encuentran múltiples salones de eventos que ofrecen servicios similares al del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima y con años de experiencia en el mercado. La diversidad de estos y su gran número alrededor de toda la ciudad es de gran interés, ya que se adapta a las variadas expectativas de los potenciales clientes. Los principales establecimientos que compiten con la empresa geográficamente o ya sea por vecindad son el salón Quinta Regia y Posada Luna Azul. En la Tabla N°2 se muestran establecimientos que son competencia del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima.

Tabla N°2. Salones de Evento, Lara

Establecimiento	Ubicación	Servicios
Ambiente Larense	Av. Intercomunal Barquisimeto-Cabudare, con Calle Padre Aular, Centro, Barquisimeto	Salones de Fiestas para Eventos
Bohemia Park	Carrera 1, entre Calles 3 y 5, N.º 8, Detrás de Pollos Arturos de la Av. Lara, Del Este, Barquisimeto	Servicios de Organización de Todo Tipo de Eventos. Espacios Apropriados para la Realización de Conferencias, Talleres y Cursos.

El Chalet Recepciones CA	Av. Terepaima, Sector Las Cuibas 1, Terepaima, Barquisimeto	Eventos, Salones de Fiesta, Salón de reuniones y conferencias.
Estancia Rancho Chico	Av. Herman Garmendia, Estancia Rancho Chico, El Ujano, Barquisimeto	Organización de Eventos, Eventos Corporativos
Mirador	Calle 26, entre Carreras 15 y 16, Edif. Torre David, PH 2, Centro, Barquisimeto	Salones de Fiesta, Eventos Corporativos.
Quinta Regia	Avenida principal Agua Viva, sector las Cuibas. Frente al colegio Curimagua Agua Viva, Lara, Venezuela	Salones para Eventos, Catering, Festejo, Sala de Fiestas
Posada Luna Azul	Av Terepaima, Cabudare, Lara	Eventos, alojamiento

Fuente: Infoguia.com (2017)

4.4 Descripción de la empresa

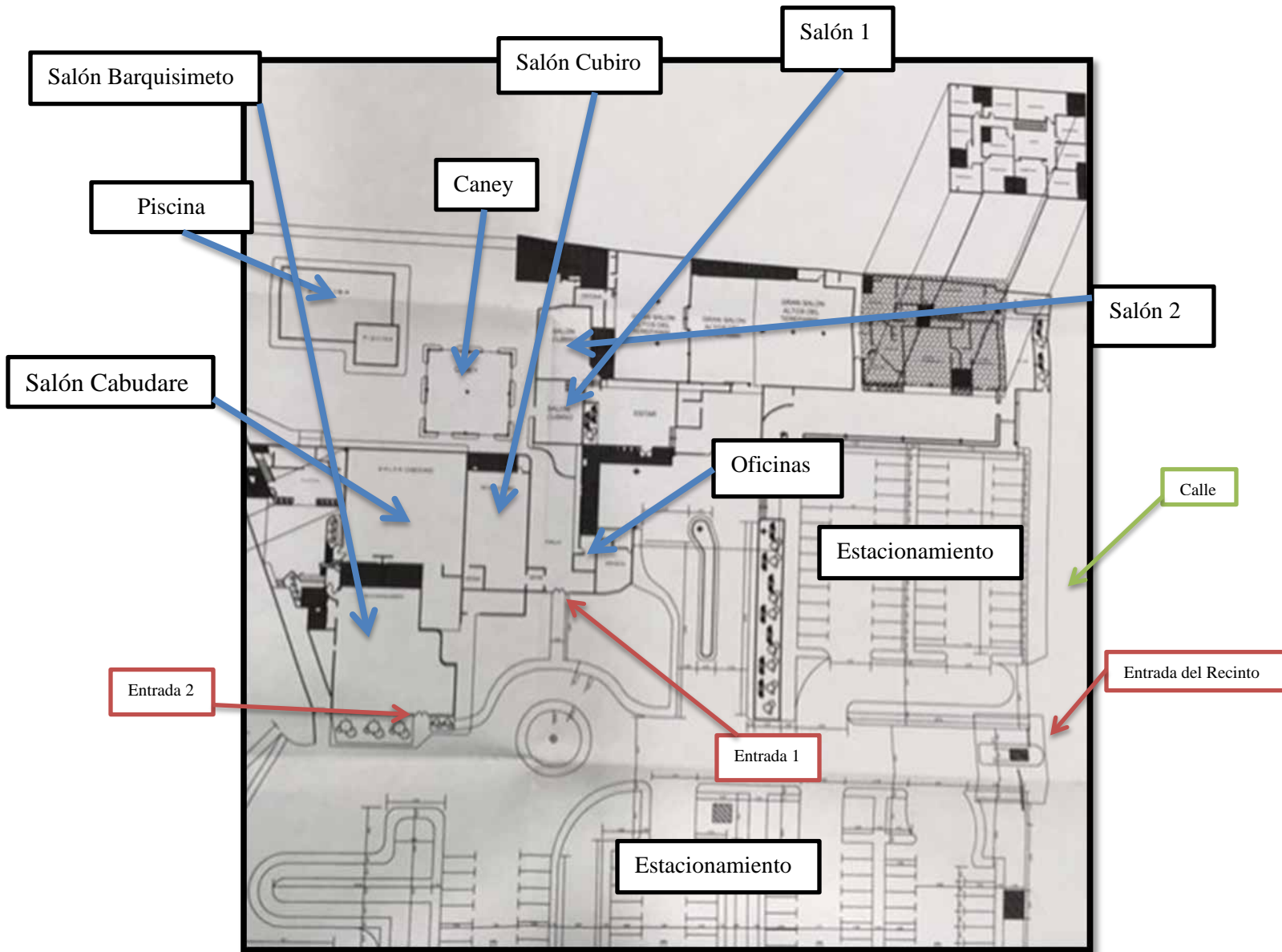
El Complejo Turístico Cumbres de Terepaima es una empresa especializada en el alquiler de salones y organización de eventos. Ubicada específicamente en el Municipio Palavecino, sector las Cuibas Av. Terepaima del estado Lara. Cuenta con una gran variedad de espacios y salones para conferencias, reuniones, ceremonias, espectáculos en vivo, exposiciones, y otros ambientes modernos y agradables, también dispone de área de piscina, caney, fuente de soda, estacionamiento para 250 vehículos y planta eléctrica. En la Tabla N°3 se muestra la descripción y capacidad de los diferentes salones en el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima.

Tabla N° 3. Salones del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

SALONES	DESCRIPCIÓN	CAPACIDAD
CABUDARE	Servicio de salón Cabudare, incluye alquiler de instalaciones, aire acondicionado integral, iluminación led, tarima, baños, estacionamiento interno vigilado para 200 vehículos, coordinador de eventos.	250
BARQUISIMETO	Servicio de salón Barquisimeto, incluye alquiler de instalaciones, aire acondicionado integral, iluminación led, baños, estacionamiento interno vigilado para 200 vehículos, coordinador de eventos.	150
CUBIRO	Servicio de salón Cubiro, incluye alquiler de instalaciones, aire acondicionado integral, iluminación led, tarima, baños, estacionamiento interno vigilado para 200 vehículos, coordinador de eventos.	60
SALON 1	Salón de conferencias, incluye alquiler de instalaciones, aire acondicionado integral, iluminación, baños, estacionamiento interno vigilado, coordinador de eventos.	20
SALON 2	Salón de conferencias, incluye alquiler de instalaciones, aire acondicionado integral, iluminación, baños, estacionamiento interno vigilado, coordinador de eventos.	50

Fuente: Gerencia Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

Figura N° 1. Layout de la Empresa



Fuente: Gerencia Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

En la Figura N° 1 se tiene el Layout de la empresa. En donde la entrada 1 da bienvenida a las oficinas de atención al cliente, al salón Cubiro, salón 1 y 2, piscina y caney. La entrada 2 corresponde al salón Cabudare y al salón Barquisimeto. La empresa cuenta con 200 puestos de estacionamiento y áreas verdes.

4.4.1 Misión

“Aportar soluciones innovadoras a cada una de las necesidades de los clientes a través de la mejora continua, la asesoría y el trato personalizado con una filosofía competitiva y globalizada”.

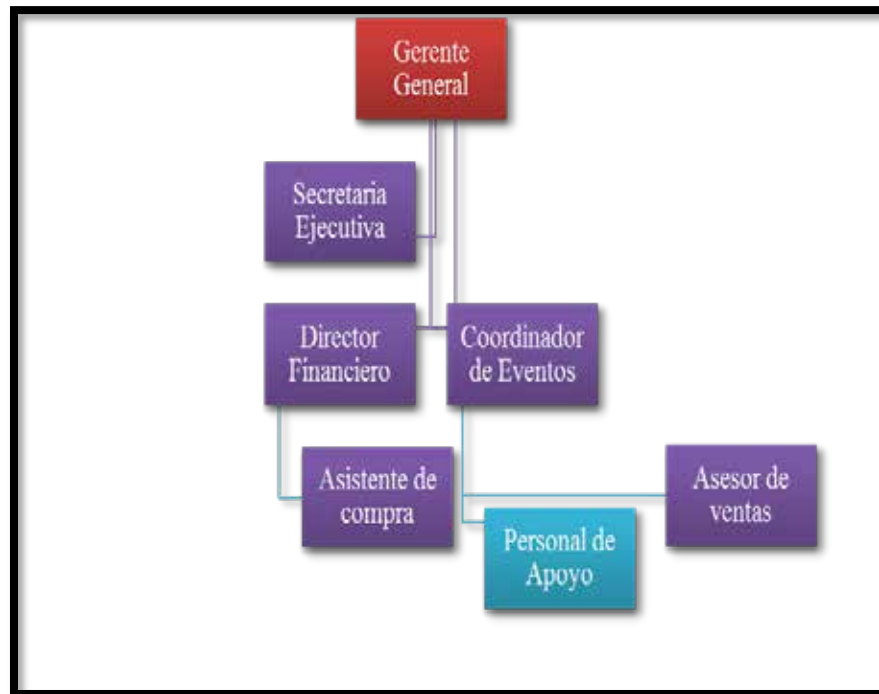
4.4.2 Visión

“Ser líderes en la calidad del servicio, superando las expectativas de los clientes, estableciendo relaciones de largo plazo, basadas en la equidad, honestidad y mutua confianza”.

4.4.3 Estructura organizacional y descripciones de los cargos

Seguidamente se muestra la representación gráfica de la estructura de la empresa, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas. En la Figura N° 1 se muestra el Organigrama General de la empresa.

Figura N°1. Organigrama de la Empresa



Fuente: Administración Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

A continuación, se hace una descripción breve de los cargos.

Tabla N° 4. Personal empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima.

Cargo	Descripción	Clasificación
Gerente General	Es la persona que se encarga de las siguientes actividades como: Definir la dirección estratégica de la compañía y sus políticas, Representante legal de la compañía, Controlar el desarrollo de los planes de cada una de los departamentos de la empresa para lograr los objetivos propuestos, Atender los clientes importantes de la compañía, Autorizar pagos de personal y proveedores que presenta el Director Financiero, Toma de decisiones administrativas, de financiamiento, Buscar alianzas estratégicas con proveedores, Orientar la elaboración de políticas, objetivos corporativos, manuales de procesos, procedimientos y reglamentos necesarios para la Corporación, Realizar actividades de integración y motivación con el equipo de trabajo, Seleccionar el talento humano dentro de la empresa, Elaborar el sueldo de los empleados, Definir y supervisar los procesos de selección de personal para la realización del evento, Atender los reclamos del personal de la compañía.	ADM
Secretaria Ejecutiva	Encargada de recibir y transmitir la información de los servicios que requiere el cliente; así mismo brindar apoyo durante el desarrollo de la prestación del servicio, además de llevar debidamente actualizado el formulario de contactos de clientes, Archivar y clasificar correspondencia recibida y enviada, Revisar diariamente el correo electrónico para dar respuesta oportuna a las solicitudes de los clientes, Atención de llamadas telefónicas y correos electrónicos, Informar al Director financiero y Asesores de ventas acerca de los servicios que requiere el cliente y participar en la elaboración y ejecución de planes de acción.	ADM
Director Financiero	Es la persona encargada del área financiera y contable, es decir que se encarga de generar, los presupuestos, balances, manejo de cuentas de la empresa. Además, todos los movimientos financieros, de liquidez o crédito. Deberá encargarse de que los clientes paguen puntualmente y de que toda la facturación esté en orden, ya que también se encargará del área contable y de hacer las declaraciones y pagos de impuestos correspondientes. A continuación, se mostrará un detalle de las actividades mencionadas anteriormente: Elaborar el presupuesto anual de la compañía, Desarrollar y controlar el presupuesto anual de la	ADM

	<p>empresa, Analizar el comportamiento de ingresos y gastos, Garantizar la liquidez de la compañía para el desarrollo de sus actividades, Verificar el pago de las deudas y obligaciones tributarias de la empresa, Realizar auditoría interna, para verificar que los procedimientos y políticas establecidos por la compañía se estén aplicando de manera correcta, Evaluar alternativas de inversión para el crecimiento de la Corporación, Liquidación de nómina, Elaboración de los informes de la recaudación y depósitos semanales, Realizar depósitos de los mismos en una institución bancarias, Liquidación proveedores y Liquidación de anticipos.</p>	
<p>Asistente de compras</p>	<p>Es la persona encargada de realizar las siguientes actividades correspondientes al área de compras: Recopila todas las solicitudes de adquisición de bienes y Servicios para organizar las compras, Efectúa las cotizaciones a nivel nacional de los bienes y servicios que requiera la empresa para desarrollar el evento y garantizar que los proveedores cumplan con las especificaciones requeridas, Atiende racional y oportunamente las necesidades de materiales, equipos y servicios que solicitan los departamentos, Establece el sistema de planificación de las compras, Mantiene el control de los archivos de órdenes de compras y toda la documentación relacionada a la adquisición de bienes y servicios, Establece procedimiento para la Adquisición de bienes y servicios de la empresa, Coordinar la adquisición de suministros necesarios para la compañía, Compra de artículos o servicio para satisfacer las necesidades, Obtención del material en el tiempo indicado, Lograr el mejor precio, con el fin de reducir costos, Establecer sistema de cotizaciones, Análisis y seguimiento de materiales, Preparación y seguimiento de las órdenes de compras, Tramitar las facturas correspondientes, Chequear y controlar las mercancías recibidas, Contactos continuos con diferentes proveedores, Aprobación de órdenes de compras, Actualización de archivo de proveedores, Seguimiento de los reclamos a proveedores por fallas de entregas, bien sea por calidad o cantidad, Seguimiento de cancelación de las diversas facturas, por demora del pago, Gestión y control de contratos y colaborar con las actividades del Director Financiero</p>	<p>ADM</p>
<p>Coordinador de eventos</p>	<p>Es la persona que se encargará de las siguientes actividades: Es quien dirige la realización del evento y al personal de apoyo encargado de la correcta realización y desarrollo del evento, Se asegura de que todas las órdenes y contratos de eventos se cumplan a cabalidad. Debe tener conocimiento de muchas cosas y estar atento a todo lo que el personal a su cargo realice, Esta Área</p>	<p>ADM</p>

	<p>es la más atareada porque es quien va ser el supervisor de cada evento por lo cual deberá estar muy bien capacitado para poder controlar, manejar y aportar en el desarrollo del evento, Cabe recalcar que se necesitará personal de apoyo en el evento, solo si está estipulado en el contrato, ya que hay proveedores como catering que cuenta con su propio personal, En caso de ser necesario y según el contrato el personal de apoyo realizará las distintas actividades desde servicio al cliente, transportación de equipos, montaje de escenarios, recepción del evento, técnicos de audio y video, entre otras cosas y deben estar en capacidad de cubrir cualquier falta de alguno de ellos.</p>	
Asesor de Ventas y Diseño	<p>Es el encargado de organizar y evaluar el proceso completo de prestación del servicio, a partir del momento de recibir la información por parte del cliente hasta la realización del evento. Tiene la responsabilidad de promocionar la variedad de diseños, decoraciones, servicios que ofrece la empresa y crear un nuevo evento que se ajuste a los requerimientos del cliente, a continuación, se muestran estas actividades: Realizar las acciones necesarias para la captación de nuevos clientes y seguimiento a clientes antiguos, Supervisar cotizaciones, Organizar y programar los eventos de acuerdo a los requerimientos y necesidades del cliente, Mantener informado al Director Financiero de la empresa sobre las actividades programadas semanalmente, Dar soluciones a inconvenientes que se presentes con los clientes, Ofrecer y promocionar el portafolio de servicios, Programar y realizar visitas a empresas, asociaciones, colegios, etc. Para aplicar el Benchmarking, Prestar el servicio post - venta y su respectiva evaluación, Diseño e implementación permanente de estrategias de promoción y comercialización del servicio, Participar activamente en la realización de planes de acción, de mercadeo y de mejoramiento continuo.</p>	Ventas
Mantenimiento	<p>Su función es cumplir con el mantenimiento, orden y limpieza de todo el establecimiento Cumbres de Terepaima (salones, oficinas, áreas comunes entre otras)</p>	MOI
Personal de seguridad	<p>Es la persona encargada de la entrada y salida de las personas autorizadas; además de la verificación de todos los equipos, y otros materiales que vayan a ser ingresados a la empresa.</p>	MOI
Personal de Jardinería	<p>Es la persona encargada de mantener todas las áreas verdes de Cumbres de Terepaima</p>	MOI

Fuente: González y Nacimiento. MOD: Mano de Obra Directa, MOI: Mano de Obra Indirecta, ADM: Administrativo

4.5 Servicios Ofrecidos

En el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima se prestará un servicio: personal, flexible, integral, con excelente relación calidad-precio y amplia experiencia con respecto a todos los elementos y detalles concernientes a la organización de cualquier tipo de evento social o educativo, los cuales se describen a continuación:

- Celebraciones informales.
- Fiesta de graduación.
- Aniversarios.
- Bodas.
- Otros Eventos:
 - Bautizos.
 - Primeras Comuniones.
 - Conferencias y clases culturales, comerciales o educativas.

4.5.1 Características de los Servicios Prestados en el Complejo Cumbres de Terepaima

Las características propias de los servicios prestados en el Complejo Cumbres de Terepaima son:

- **Son inseparables**: Porque el servicio siempre está unido al usuario en el momento de la realización del evento.
- **Son intangibles**: Todos los servicios presentan esta característica dado que no se ve o se siente físicamente como un producto, sin embargo, la prestación de los servicios se puede notar, al final, cuando las flores, la decoración y la organización del salón crea un ambiente festivo o educativo, para que todas las personas involucradas en el evento disfruten el momento. Los servicios de

eventos generan también emociones, dado que en la organización del evento siempre se realiza lo que los anfitriones desean, quienes después de pasado el evento, quedan satisfechos.

- **Son perecederos:** Los servicios de eventos cumplen con esta característica, dado que sólo se usan una vez, (se realiza sólo en la fecha convenida) y con una duración aproximada de 4 a 8 horas.

Dichos servicios serán dirigidos a toda persona que quiera celebrar un acontecimiento representativo en su vida o empresa, o que llegará a necesitar un salón de eventos para dictar conferencias u otro tipo de actividades de tipo cultural, comercial o educativo. A manera de cumplir las expectativas propias de cada individuo interesado en materializar sus proyectos en eventos sociales.

4.6 Análisis FODA

Para diagnosticar la situación actual de la empresa se realizó un análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas).

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gerencia comprometida y enfocada en el mejoramiento continuo de la empresa. 2. Ubicación estratégica para atender el mercado. 3. Los eventos sociales es uno de los servicios más demandados en el país. 4. Se cuenta con la capacidad y creatividad de innovar, para ofrecer a los clientes un servicio diferente al de los demás 5. Nuevos en el mercado, capaces de innovar en el mercado de eventos 6. Capacidad para hacer 4 eventos simultáneos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca publicidad 2. Falta de definición de los procesos 3. No tiene una estructura de costo 4. No están definidos los centros de costo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

<ol style="list-style-type: none"> 1. Altas oportunidades de mejoramiento de la estructura administrativa a través de la inserción de una estructura de costos. 2. Deseos del cliente por experimentar nuevas experiencias. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad económica en el país. 2. Políticas gubernamentales 3. Actualmente hay un gran número de competidores en el mercado, que ya tienen prestigio 4. Preferencias del cliente a las empresas promotoras de eventos ya conocidos 5. Altos precios de los proveedores, debido a la inflación.
---	--

Una vez que se listan las fortalezas , debilidades , oportunidades importantes y amenazas externas clave; procedemos a comparar las fortalezas con las oportunidades se puede evidenciar que se deben aprovechar las fortalezas que existen dentro de la empresa ya que cuentan con un personal comprometido al cambio, además de contar con un personal administrativo altamente capacitado para la implementación de nuevos sistemas de costos que permita comodidad y certeza al momento de la planificación de los eventos y el contacto con los proveedores. Así mismo al comparar la relación que existe entre las debilidades con las amenazas, en este punto se requieren minimizar las debilidades que incurren dentro de la empresa como son: la no disponibilidad de una estructura de costos, precios de ventas calculados de manera empírica (sin cálculo de costos reales), los cuales son factores que pueden ser controlados a diferencia de las amenazas, la inestabilidad del país y las políticas gubernamentales no pueden ser controladas por parte de la organización.

Fase II. Analizar los elementos de costos presentes en cada uno de los servicios desarrollados en la empresa.

En esta fase se analizaron los servicios a prestar y sus características, los procesos de prestación de servicios y sus correspondientes diagramas de procesos y de caja negra.


4.7 Proceso de prestación de servicio

Se describe brevemente el proceso para organizar y diseñar eventos corporativos según las peticiones específicas y precisas de nuestros futuros clientes.

El diagrama de flujo de Frank Gilbreth es un método estructurado para documentar gráficamente un proceso como unos flujos de pasos sucesivos y alternativos.

En la Tabla N°5 se muestra el glosario del diagrama de prestación de servicios.

Tabla N° 5. Glosario de Diagrama de Prestación de Servicios.

	Glosario de diagrama de prestación de servicios
Especificaciones del evento	Consiste en especificar el tipo de evento, objetivos del cliente, cantidad de personas, fecha, servicios que requiere, tiempo de ocupación, audiovisuales y selección de lineamientos
Diseñar el evento	El asesor de ventas será el encargado de realizar el evento, determinar servicios y productos necesarios que se ajusten a lo que el cliente requiera, como salones, comida nacional o internacional, con proveedores previamente registrados en nuestra base de datos. Y se creará una propuesta de servicio

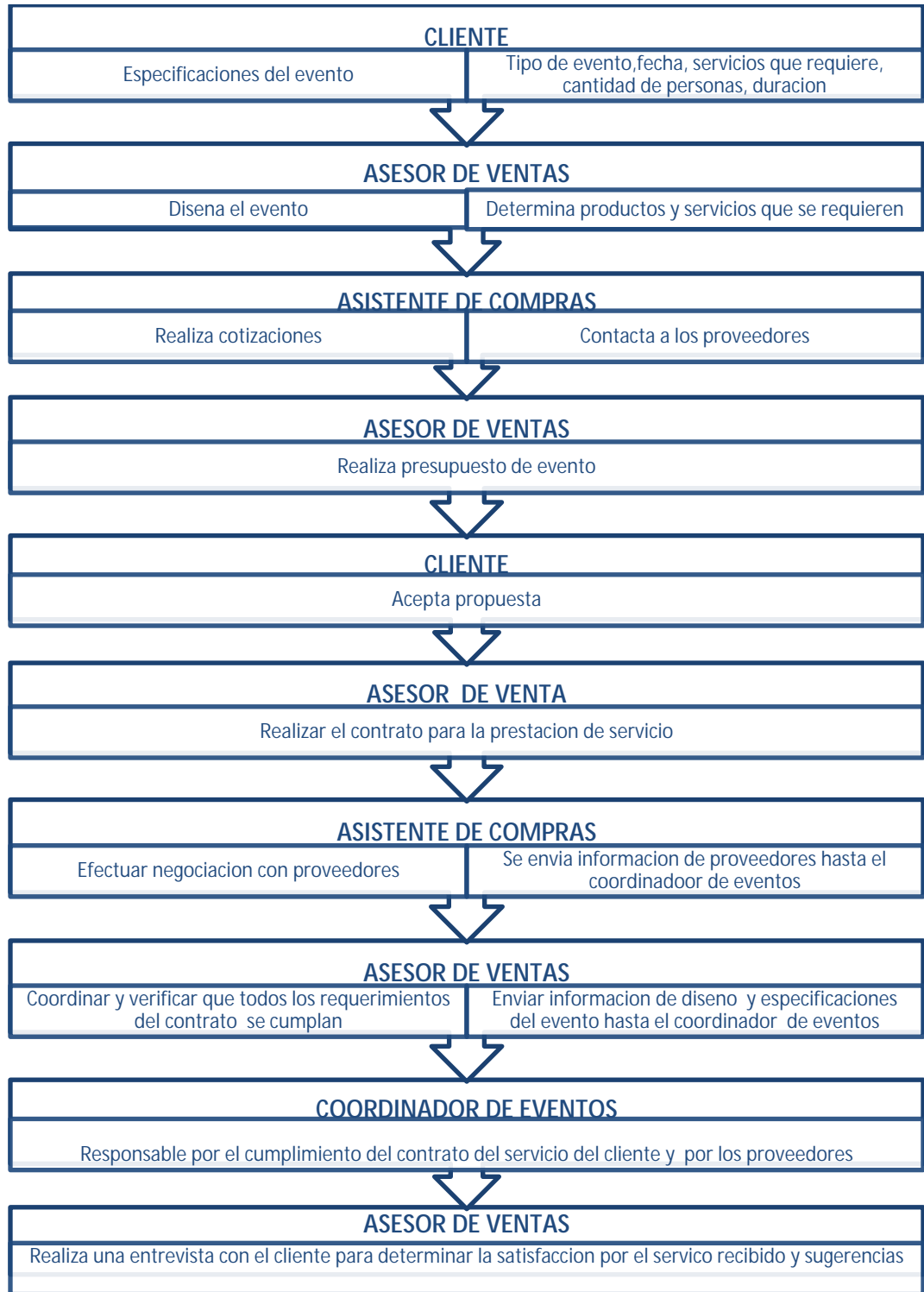
Cotizaciones	El asistente de compras realizara las cotizaciones del evento y realizar una pre - negociación con los proveedores.
Presupuesto del evento	Los costos obtenidos por el asistente de compras serán enviados al asesor de ventas para realizar el presupuesto del evento.
Acepta propuesta	El cliente acepta o rechaza la propuesta
Realiza el contrato para la prestación de servicio	Se firmará el contrato de servicios, el encargado de la firma del contrato es el asesor de ventas, una vez firmado, necesitará la firma del Director Comercial de Cumbres De Terepaima., este contrato será diseñado en conjunto entre el asesor de ventas y un abogado para que cumplan con todos los requerimientos legales, y no perjudique a ninguna de las dos partes.
Efectuar negociación con proveedores	El asistente de compras procederá a firmar los contratos con los proveedores, este contrato será diseñado en conjunto entre el asistente de compras y un abogado para que cumplan con todos los requerimientos legales, y no perjudique a ninguna de las partes
Coordinar y verificar que todos los requerimientos del contrato se cumplan	Al estar firmados los contratos con los proveedores el área de compras informará al coordinador de eventos, enviado la información de los servicios o productos contratados con su respectivo proveedor, para que supervise el proceso de entrega de lo contratado, y a su vez recibirá por parte del asesor de ventas la información correspondiente a los detalles del evento,

	de aquí en adelante será el coordinador del evento el contacto con el cliente
Responsable por el cumplimiento del contrato del servicio del cliente y por los proveedores	El coordinador será el encargado de controlar que el montaje, la ambientación, la decoración, las bebidas, meseros, invitaciones, traslado de invitados, animadores estén en el momento preciso y tendrá que cumplir con el cronograma del evento establecido por el cliente.
Realizar entrevista	El asesor de ventas será el encargado de medir el grado de satisfacción del cliente por el servicio recibido, mediante una entrevista personal.

Fuente: Gerencia Empresa (2017)

Seguidamente en la Figura N° 2: Esquema de Proceso de prestación de Servicio se muestra un esquema del proceso de prestación de servicios del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

Figura N°2. Esquema de Proceso de prestación de Servicio



Fuente: Elaboración propia (2017)

4.8 Diagramas de Caja Negra de prestación de servicios, proveedores, logística y ventas

La elaboración y documentación de los Diagramas de Caja Negra, se realizó a través de entrevistas no estructuradas a los trabajadores de cada área del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima. De las herramientas que aportan estos diagramas de caja negra es seguir los costos que a simple vista no se pueden observar, además de cuellos de botella, trayectorias, flujos de costos y reprocesos, muestra la conexión entre el cliente y los diferentes departamentos.

El proceso de prestación de servicios en una organización de eventos inicia con las expectativas del cliente. El cliente plantea su deseo de acuerdo a sus posibilidades a la secretaria ejecutiva y posteriormente se procede a la planeación del evento con el coordinador y el asesor de diseño. Una vez diseñado el evento se espera la aprobación del cliente para su pronta resolución. A continuación se muestra la Figura N°5. Diagrama de caja negra prestación de servicio.



Diagrama de prestación de servicios

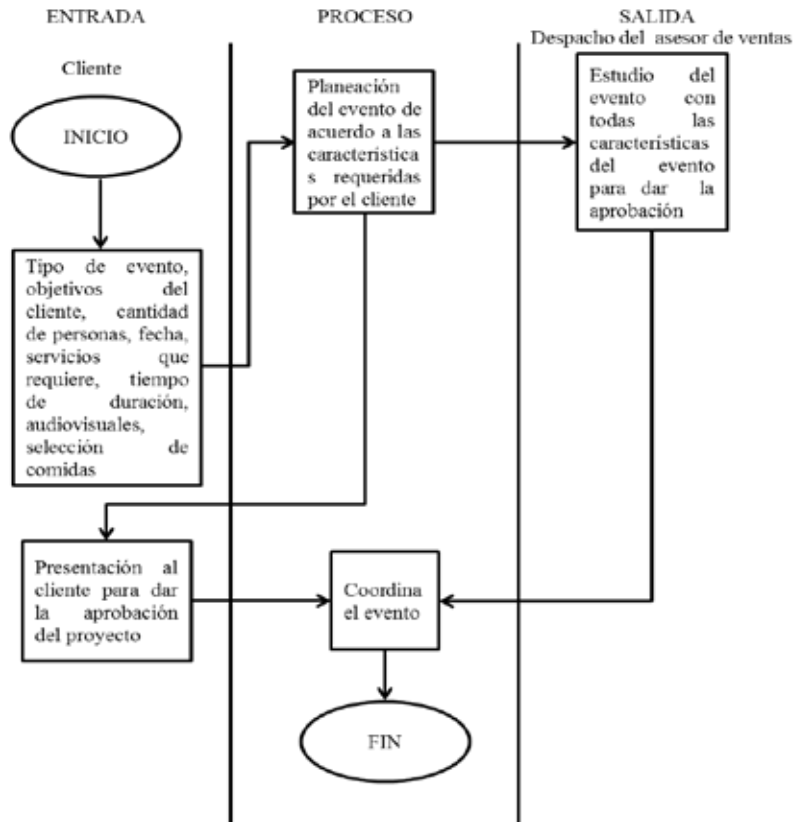


Figura N°5. Diagrama de caja negra prestación de servicio

Fuente: Elaboración propia (2017)

Los eventos deben poseer una logística para evitar malentendidos y desastre por parte del servidor y los servidos. Esta logística se basa en un principio en conocer los requerimientos del cliente para así poder planificar el evento de acuerdo a estos. La organización será guiada por un coordinador, el cual se encargara de llevar a cabo la ejecución del evento y en conjunto con el asesor de compras de la asignación de los recursos. Ambas personas conformaran un equipo multidisciplinario en conjunto con el personal de decoración, mantenimiento, de cocina, etc. Para llevar un minucioso seguimiento del evento hasta la realización de este. Lo siguiente a cumplir será la evaluación del desempeño del equipo organizador y los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción del cliente para luego tomar las debidas acciones correctivas y preventivas en caso de no haber logrado las expectativas del servido. En la Figura

N° 6. Diagrama de caja negra de logística de eventos se muestra lo planteado anteriormente a través de un diagrama de caja negra.

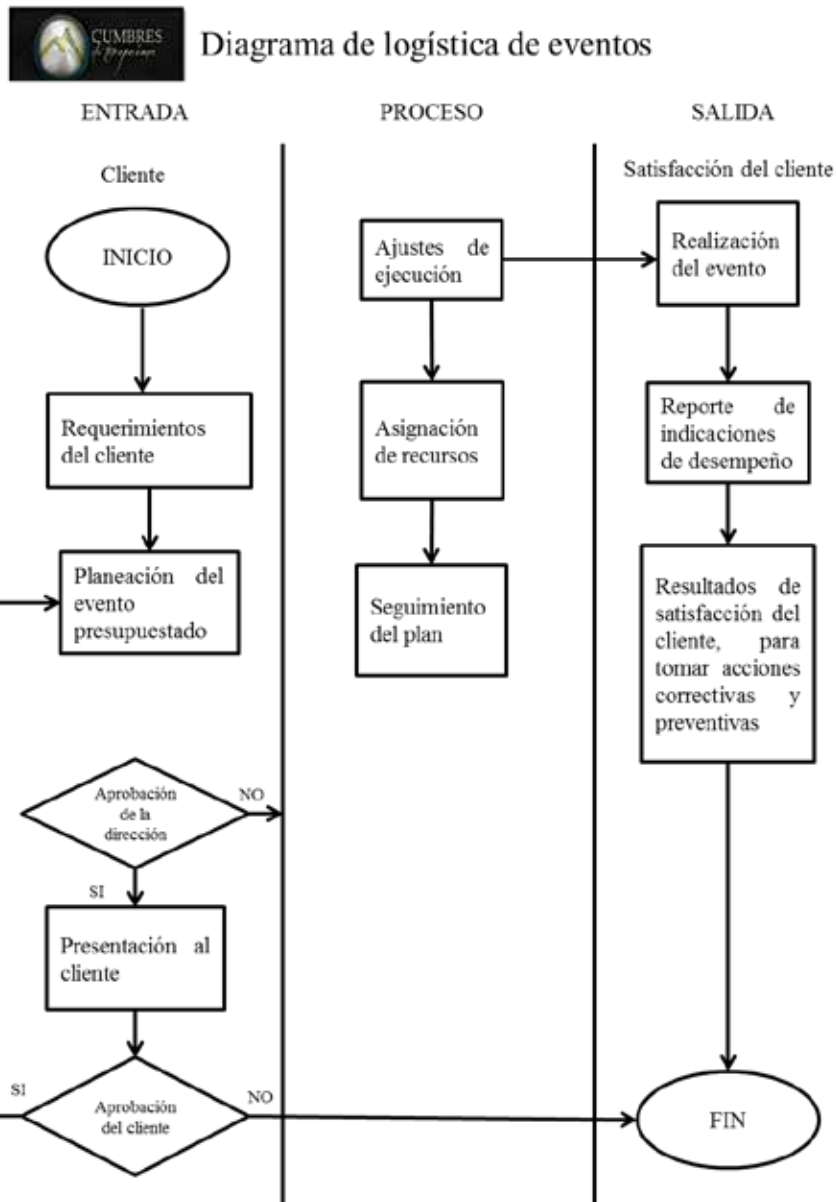


Figura N° 6. Diagrama de caja negra de logística de eventos

Fuente: Elaboración propia (2017)

Los proveedores son parte fundamental de la empresa Complejo Turístico Cumbres de Terepaima, ya que estos son los encargados de surtir el evento en sí. La relación para con ellos inicia primeramente con su contacto y consecuentemente con

su posterior reunión para evaluar sus propuestas y así poder elaborar un contrato. En dicho contrato se acuerdan los lineamientos de entrega basados en el plan que tenga el evento. El seguimiento de los proveedores se tiene que realizar hasta la entrega de los productos o la prestación de los servicios coordinado por el asesor de ventas. A continuación se muestra la Figura N° 7. Diagrama caja negra de Proveedores



Figura N° 7. Diagrama caja negra de Proveedores

Fuente: Elaboración propia (2017)

Las ventas se hacen efectivas una vez que se solicita el servicio, el proceso subsiguiente consiste en una serie de pasos ya explicados en la Figura N° 8.

Diagrama caja negra de Ventas que finalizan cuando el cliente cancela definitivamente el pedido. Cuando ocurre esto se procede a organizar el evento.

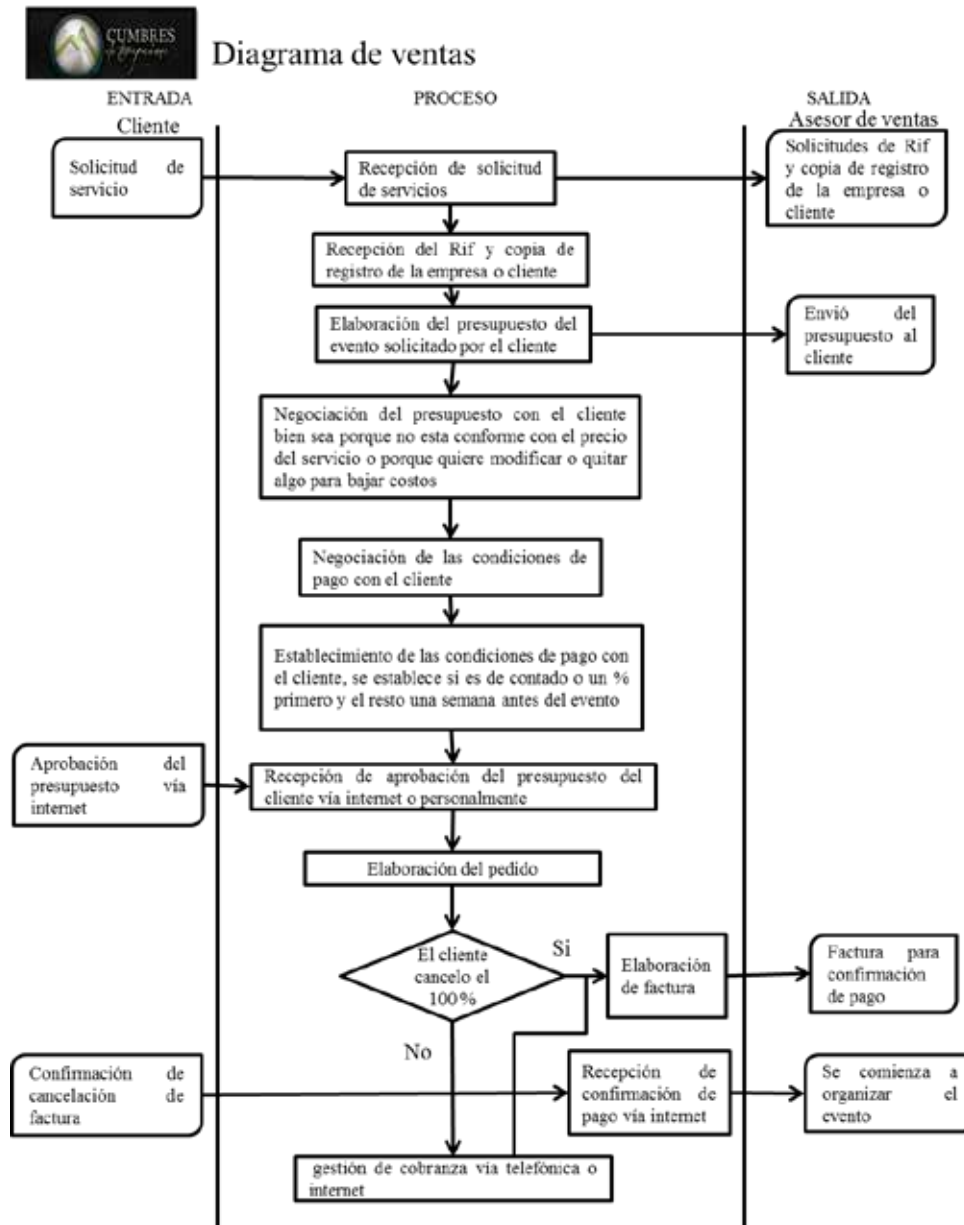


Figura N° 8. Diagrama caja negra de Ventas

Fuente: Elaboración propia (2017)

Fase III. Diseñar una estructura de costo para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

En esta fase se hará una clasificación de los costos fijos y variables, así como a que centro de costos debe cargarse. Posteriormente se elaborará la estructura de costos en el programa Microsoft Excel.

El programa Microsoft Excel es uno de los programas más utilizados a nivel empresarial. Es una herramienta de trabajo que ha llegado a ser casi indispensable gracias a su precisión y funcionalidad en cuanto a llevar la contabilidad, hacer cuentas, balances, base y análisis de datos, agendas de clientes/ proveedores etc. Además también permite la creación de tablas y/o gráficos estáticos o dinámicos con la rapidez y eficacia que toda empresa necesita. Es una aplicación de hojas de cálculo de Microsoft a menudo instalada de forma predeterminada como parte de la suite Microsoft Office en equipos de negocios. Su alta trascendencia de éxito en el mercado empresarial justifica su elección en el presente trabajo para la elaboración de la estructura de costos para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima.

4.9 Inventario de activos fijos

Para diseñar la estructura de Costos se hace necesario hacer un inventario y describir los recursos con los que cuenta la empresa. La Tabla N° 5, muestra el inventario de los activos fijos tangibles que tiene la empresa.

Tabla N° 5. Inventario de activos fijos tangibles de la empresa

Inventario de Festejos	
Cantidad	Descripción
30	Mesas) Redonda(s) de 1.40
30	Mesas) Redonda(s) de 0,80
6	Mesa(s) Redonda(s) para torta
4	Mesa(s) Redonda(s) para músicos
10	Mesa(s) ovalada grande
5	Mesa(s) altas para coctel
10	Mesa(s) cuadrada normal
5	Mesa(s) cuadrada 1,22 x 1,22

1000	Sillas tiffany
20	Banquetas altas
10	Puff
	<u>Mantelería :</u>
40	Mantel(es) de fondo redondo(s) normal
40	Mantel(es) fino redondo normal
30	Mantel(es) de fondo largo(s) Blanco
30	Mantel(es) fino largo(s)
17	Faldón(es) largos normal
4	Mantel(es) para bar y aparador
1100	Faldón(es) para silla(s) Razo Perla
1000	Faldón(es) para silla(s) Normal
1150	Lazo(s) para silla(s) N.
600	Servilleta(s) de tela fina
	<u>Cristalería :</u>
500	Vaso(s) p/ whisky y/o refrescos de cristal
210	Vaso(s) para jugos
210	Copa(s) para Champagne de cristal
210	Copa(s) para vino tinto de cristal
210	Copa(s) para agua normal
20	Jarra(s) para agua de plata
	<u>Porcelana:</u>
550	Plato(s) llano(s) de porcelana
550	Plato(s) para postre de porcelana
	<u>Cubiertos :</u>
700	Tenedor(es) para carne de plata
750	Cuchillo(s) para carne de plata
400	Cucharita(s) para postre y/o té de plata
6	Espátula(s) para torta
	<u>Útiles Varios:</u>
20	Bandeja(s) para pasapalos fríos
20	Bandeja(s) para mesoneros
6	Cheff-in-dish para pasapalos (plateados)
8	Cheff-in-dish para comidas
30	Hielera(s) con pinza(s) de aluminio
	<u>Misceláneos:</u>
3	Enfriador(es)
5	Tobo(s) para aseo de vasos

4.10 Costos Fijos y Variables

La determinación de costos es una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio.

4.10.1 Costos Fijos

Son aquellos costos que permanecen constantes durante un periodo de tiempo determinado, sin importar el volumen de producción. Los costos fijos se consideran como tal en su monto global, pero unitariamente se consideran variables. Los costos fijos pueden ser tangibles o intangibles. Los tangibles son aquellos en la cual la empresa no puede realizar negocios o producir un producto de calidad sin gastar en ellos, por lo que la dirección acepta estos costos sin escrúpulos (Rodríguez y Ramírez 2015). Los costos intangibles son las pérdidas en la productividad, la disminución de la calidad o lesiones a los empleados. Éstos representan una caída en la moral del empleado, la insatisfacción con las condiciones de trabajo o la decepción del cliente. Los costos intangibles son el resultado de una fuente identificable, pero estos costos no fueron previstos (Rodríguez y Ramírez 2015). En el Complejo Cumbres de Terepaima los costos fijos tangibles están representados por los siguientes:

Tabla N° 6. Costos Fijos Tangibles

Descripción	Costo (Bs./mes)
Depreciación de mobiliario	Bs. 233.833,33
Mano de obra indirecta	Bs. 691.244,62
Personal administrativo y de ventas	Bs. 1.802.599,49
Gastos indirectos	Bs. 489.000,00
Gastos administrativos	Bs. 3.521.189,23

Gastos de ventas	Bs. 501.410,26
TOTAL	Bs. 7.239.276,93

Fuente: Autores (2017)

4.10.2 Costos Variables

Un costo variable es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trata tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que, si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

Los costos variables están determinados por la cantidad de eventos que se realicen en las instalaciones. El éxito de un evento está en los acertados detalles y aspectos organizativos, en una excelente convocatoria lograda, y en el reporte económico que genere. Es importante mencionar que al planificar un evento y desarrollar su presupuesto, también se tienen tanto costos fijos como variables.

Tabla N° 7. Costos Variables

Costos Variables		
Eventos	4	Eve/mes
Total Gastos indirectos	1.414.077,95	Bs/mes
Tasa Asignada	2.668,07	Bs/persona
Gastos indirectos por evento	353519,49	Bs/ evento

Fuente: Autores (2017)

Tabla N° 8. Costo de un evento de 150 personas

cantidad	Descripcion	Costo
19	mesas redondas vestidas	Bs. 40.280,00
150	sillas tifanny	Bs. 180.000,00
2250	pasapalos	Bs. 1.296.000,00
150	platos fuertes Raviolis de ternera sobre esp	Bs. 750.000,00
150	punto criollo al amanecer (arepas rellenas d	Bs. 750.000,00
45	hielo	Bs. 45.000,00
90	refresco 350 ml	Bs. 90.000,00
90	agua mineral 355 ml	Bs. 72.000,00
90	soda	Bs. 132.300,00
1	servicio de cocina	Bs. 36.000,00
17	docenas de vasos	Bs. 163.200,00
13	docena de copas para chapaña	Bs. 124.800,00
13	docena de copas para vinotinto	Bs. 124.800,00
15	bandejas para servicios de comidas y pasap	Bs. 30.000,00
10	bandejas para servicio de mesoneros	Bs. 50.000,00
4	chifindis para pasapalos calientes	Bs. 24.000,00
1	servicio de utileria: incluye equipos de cocin	Bs. 250.000,00
2	cavas metalicas	Bs. 18.000,00
5	mesoneros	Bs. 84.000,00
1	capitanes	Bs. 35.000,00
1	cheff profesional	Bs. 28.000,00
1	supervisor	Bs. 50.000,00
1	ayudante	Bs. 16.800,00
1	decoracion	Bs. 315.000,00
1	floristeria	Bs. 198.000,00
1	supervisores	Bs. 35.000,00
1	musica	Bs. 275.000,00
1	animacion	Bs. 110.000,00
1	gastos indirectos	Bs. 353.519,49
1	transporte, intalacion y desintalacion	Bs. 100.000,00
TOTAL BS:		Bs. 5.776.699,49

Fuente: Complejo Turístico Cumbres de Terepaima

4.11 Punto de equilibrio

La fórmula (Blanco 2010) que se utilizó para calcular el punto de equilibrio es:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{7.239.276,93}{1883857,33 - 5776699,49}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 3 \text{ eventos/mes}$$

El precio de venta de un servicio no es más que la suma del costo total de producción del servicio en este caso el del evento más los gastos administrativos y ventas que según la SUNDDE se estiman en un 12,5% del costo total del evento, dando como resultado el costo total del servicio al cuál se le asigna un margen de ganancia máximo permitido por la ley del 30% estipulado por la SUNDDE que será el monto de precio de venta del servicio sin el Impuesto de Valor Agregado (IVA), y como último renglón la utilidad que se genera a la empresa con la resta del precio de venta del producto menos el costo total.

$$\text{Precio de Venta} = (\text{costo de evento} + \text{Gastos de Administración y ventas}) * 1,30$$

Tabla N° 9. Precio de Venta

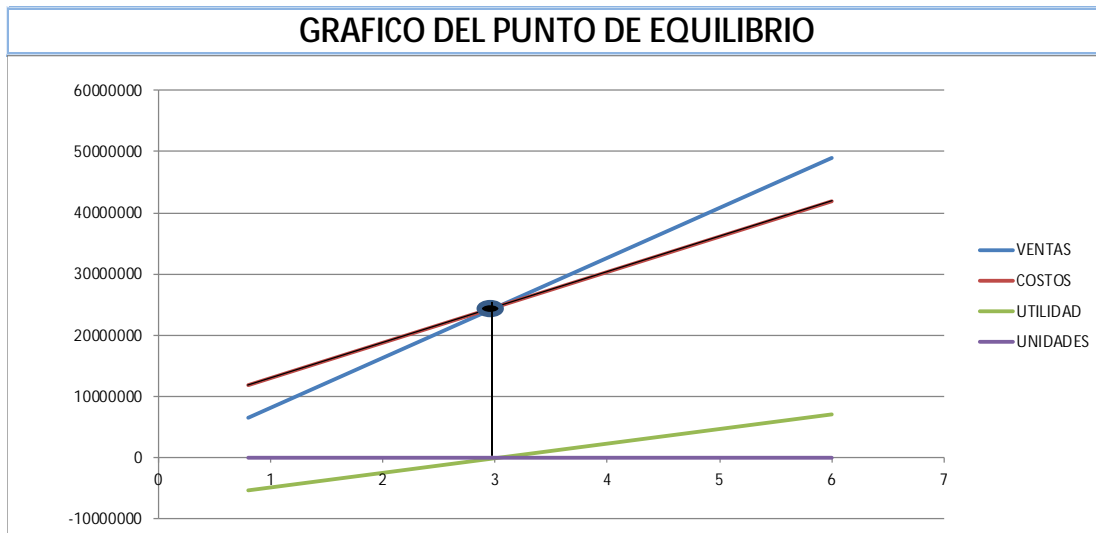
Precio de Venta sin IVA	
Categoría	Bs
Costo de Realización de Evento	5.776.699,49
Gastos administrativos y ventas	502.824,94
Costo Total	Bs. 6.279.524,42
Margen de Ganancia	30%
Precio de Venta sin IVA	8163381,75
UTILIDAD	Bs. 1.883.857,33

Fuente: Autores (2017)

A continuación, se puede observar detalladamente en el grafico N° 2 el punto de equilibrio que es representado por 3 eventos/mes.

Grafico N° 2. Punto de Equilibrio

cantidad de eventos		4
VENTAS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD TOTAL
Bs. 32.653.527,00	Bs. 30.346.074,88	Bs. 2.307.452,10



Fuente: Autores (2017)

4.12 Cálculos necesarios para la estimación de costos.

Cuando queremos calcular los costos del evento, nos encontramos con la suma de los costos variables más los costos fijos. Siendo estos costos variables la cantidad de personas que incurran en el evento, ya que esto dependerá de la cantidad de (mesas, sillas, comida, vasos entre otros) y los costos fijos propiamente dichos. Cabe

destacar que el cálculo de estos costos se hace para la realización de un evento. Obteniendo como ecuación la siguiente.

$$\text{Costo del evento} = \text{costos variables} + \text{costos fijos}$$

El cálculo de depreciación se hizo utilizando el método de depreciación lineal o directa la cual establece que:

$$\text{Costo depreciacion anual} = \frac{\text{costo}}{\text{vida util}} * \text{cantidad}$$

$$\text{Costo depreciacion mensual} = \frac{\text{costo depreciacion mensual}}{12}$$

Por otro lado los cálculos de la tasa de los gastos indirectos se realizaron en función de los eventos que se realizan al mes, en este caso tomamos un mínimo de 4 eventos mensuales que ofrece la empresa en su capacidad normal quedando así la ecuación para tasa GIS del siguiente modo:

$$\text{Tasa GI} = \frac{\text{Total gastos indirectos}}{\text{cantidad de eventos mensuales}}$$

$$\text{GI} = \text{Gastos indirectos} + \text{Mano de obra Indirecta} + \text{Depreciacion}$$

Siendo estos gastos indirectos todos aquellos servicios que tiene la empresa como luz, agua servicio, entre otros servicios. Luego que se obtienen los GI y conociendo que los costos del evento es la suma de la mano de obra directa (MOD) y los materiales y servicios requeridos por el evento (MSE), podemos proceder a calcular el costo total por evento que no es más que la suma de los costos de evento de cada etapa y estos sumados a la tasa GI aplicada a cada evento, quedando de la forma siguiente.

$$\text{Costo de evento} = \text{MSE} + \text{Gastos indirectos}$$

4.13 Diseño de la estructura de costos

En lo que respecta al proceso de recolección de los costos y gastos involucrados en el proceso de prestación de servicios, una vez obtenidos dichos datos se procedió a realizar el diseño del esquema de la estructura de costos para la empresa, tomando en cuenta las variaciones que existen entre las áreas de trabajo, y así trasladar la información a la estructura, la cual está compuesta de las siguientes partes: costos fijos y variables (depreciaciones, nómina de empleados, gastos de administración y ventas, costo de eventos), precio de venta, presupuesto de eventos, inventario, salones.

La misma facilitará el proceso y la orientación de organizar de manera práctica la gestión de costos, basado en la prioridades estratégicas y operativas del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima.

Resulta oportuno mencionar que el sistema de costos fue diseñado en el programa Microsoft Excel, ya que el mismo es adaptable para cualquier persona dentro de la organización; y está contenido de 11 hojas de cálculo que llevan por nombre: inicio, inventario, salones, nómina, depreciación, gastos administrativos y de ventas, gastos indirectos, costo de evento, precio de venta, estado de resultados y presupuesto de evento; en ellos se introdujeron los valores necesarios para la obtención final de la estructura con toda la información.

Con referencia a lo anterior todas las hojas de cálculo de dicha estructura contienen los logos del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima. y de la Universidad José Antonio Páez, la primera de ellas lleva por nombre “inicio” e incluye 10 botones identificados con los nombres de cada una de las pestañas de cálculo existentes que encierran la información para la deducción del costo; al presionar cualquiera de estos servidores permitirá el traslado hasta la hoja deseada. A continuación se muestra la imagen de presentación de inicio de dicha estructura:



Fuente: Autores (2017)

A continuación se exponen cada uno de los botones que conforman la estructura de costos del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima:

4.13.1 Inventario y Salones

La utilidad de estas pestañas es de vital importancia debido a que permite conocer la capacidad y las características de cada uno de los salones y por supuesto los recursos con los que cuenta la empresa para poder brindar sus servicios. Para detallar lo anteriormente expuesto ver Tabla N° 3 denominada: Salones del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima y Tabla N° 5 denominada: Inventario de activos fijos tangibles de la empresa.

4.13.2 Depreciación

En esta pestaña están registrados los salones, mobiliarios, mantelería, cristalería, porcelana, cubertería, útiles varios y misceláneos pertenecientes a la empresa para el cálculo de la depreciación que como sabemos es el desgaste de estos activos fijos en la vida útil.

La tabla contiene los siguientes elementos: breve descripción del activo, cantidad de este, costo de adquisición (Bs), vida útil (años), depreciación mensual y anual del activo calculado por el método de depreciación lineal. Para así deducir los costos de depreciación mensual que generan a la empresa los activos que conservan vida útil vigente. Para detallar lo anteriormente expuesto ver Anexo 1. Depreciación.

4.13.3 Nómina

La hoja de cálculo que contiene la nómina de trabajadores se divide de la siguiente manera: mano de obra indirecta, personal administrativo y personal de ventas; cada una de éstas nóminas contiene: cargo que desempeña el trabajador, asignaciones correspondientes como: asignación mensual (la persona que maneje la estructura de costos podrá modificar dicho monto), salario diario (calculado de la asignación mensual dividido entre los 30 días proporcionados al periodo), bono alimentario el cual es un monto establecido por la ley de alimentación publicado en Gaceta Oficial N° 40965.

En el orden de la ideas anteriores se toman en cuenta los aportes del patrono como: aporte al Instituto Venezolano de los Seguros Sociales (IVSS), el Sistema Fondo de Ahorro Obligatorio (FAOV) según la Ley del Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat se le asigna el 2% del salario mensual, tomando en cuenta que el empleador está en la obligación de retener estos montos y depositarlos antes del quinto día hábil de cada mes en la cuenta de cada trabajador, por último se añade el aporte al Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES) que según la Ley sobre el INCES artículo 10 ordinal 1.

Toda empresa que genere empleo para cinco (5) o más trabajadores está en la obligación de aportar una alícuota del 2% total pagado por sueldos, salarios, jornales y remuneraciones de cualquier especie. De la misma forma se asigna un bono vacacional donde la LOTTT establece que todo trabajador tiene derecho a recibir un bono vacacional equivalente al número de días correspondientes a las vacaciones, con un mínimo de 15 días más un día adicional por año servicio, hasta llegar a un máximo

de 30 días en total, en el caso de la empresa se fija el mínimo de días para la estipulación del bono mencionado; se atribuyen prestaciones sociales según lo descrito en el artículo 142 de la LOTTT el patrono depositará a cada trabajador por concepto de prestaciones sociales el equivalente a quince (15) días cada trimestre calculado con el último salario devengado, este derecho se adquiere desde el inicio del trimestre, así mismo el trabajador gozará de las utilidades contempladas en la LOTTT como beneficios anuales, estableciendo en el artículo 131 que cada trabajador o trabajadora obtendrá como límite mínimo, el equivalente al salario de treinta días y como límite máximo el equivalente al salario de cuatro meses, para ello se aplica un porcentaje o coeficiente sobre las remuneraciones totales anuales del trabajador que es del $30\text{días}/360\text{días} \times 100 = 8,33\%$ para un mes de utilidades o del $33,33\%$ para 4 meses de utilidades, en este caso se atribuye el límite mínimo a cada trabajador que corresponde a $8,33\%$ del total devengado anual.

En relación con este último, se procede al cálculo del sueldo mensual total que no es más que la sumatoria de la asignación mensual, bonos comprendidos, aportes por parte del patrono, prestaciones sociales y utilidades; y finalmente la determinación del sueldo semanal total que será el sueldo mensual total dividido entre cuatro (4) correspondiente al número de semanas por mes. Para detallar lo anteriormente expuesto ver Anexo 2. Nómina.

4.13.4 Gastos Administrativos y Ventas

Por lo que se refiere a los gastos administrativos y ventas son considerados los gastos de la planta de personal que apoya la producción del bien o servicio, tales como: dirección, tesorería, contabilidad y secretaría, estacionamiento, correos, seguridad industrial, revisoría, asesoría legal, asesoría financiera, las cuales pueden estar organizadas por departamentos dentro de la organización.

En la presente hoja de cálculo se tiene una tabla con los gastos administrativos y de ventas en los que incurren como lo son: telefonía y comunicaciones, encomiendas, vigilancia y seguridad, estacionamiento, mantenimiento de mobiliarios,

entre otros, estos gastos pueden ser modificados por parte del usuario dependiendo de los gastos que incidan dentro de la organización, y finalmente se hace la sumatoria de los gastos para la obtención del total por parte de administración y ventas. Para detallar lo anteriormente expuesto ver Anexo 3. Gastos Administrativos y Ventas.

4.13.5 Gastos Indirectos

Corresponde a los gastos de mantenimiento general y a los servicios públicos básicos de las instalaciones en que incurre una organización. Se presentan en la hoja de cálculo los siguientes: electricidad, aseo, mantenimiento de los salones, mantenimiento y limpieza y programación y sistemas. Ver Anexo N° 4. Gastos Indirectos.

4.13.6 Costo de Evento

La hoja detalla los elementos necesarios para llevar a cabo un evento promedio de 150 personas. Indica el costo de cada uno de estos, que al sumarlos resultan el costo total del evento. Para detallar lo anteriormente expuesto ver Tabla N° 8. Costo de un evento de 150 personas.

4.13.7 Estado de Resultados

En relación con el estado de resultados éste es un estado de rendimiento económico que refleja las pérdidas o ganancias, mostrando detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante el periodo de estudio.

El estado de resultados lo integran los ingresos, costos de producción, la utilidad bruta calculada como la resta de los ingresos menos los costos de producción, la utilidad antes de impuestos derivada de la resta de la utilidad bruta menos los costos fijos indirectos, los gastos administrativos, gastos de ventas, y finalmente la utilidad neta del ejercicio que se obtiene de la resta de la utilidad bruta menos el impuesto sobre la renta, indicando de esta manera si se obtienen ganancias o pérdidas

en el período de estudio. Para detallar lo anteriormente expuesto ver Anexo 5. Estado de Resultados.

4.13.8 Precio de venta

Esta hoja de cálculo contiene el precio de venta ya descrito con anterioridad. Ver Tabla N° 9. Precio de Venta.

4.13.9 Presupuesto Modelo de un Evento

Una vez que se establecen las metas y objetivos del evento, se planifican las acciones y los tiempos, por lo que debemos cuantificar lo que va a representar cada una de estas tareas y etapas a desarrollar. Una buena técnica para que no se escape ningún detalle, es realizar el listado de elementos comenzando a imaginar el paso a paso de la celebración. Por lo tanto en la estructura de costo se detalla un presupuesto modelo de un evento para 150 personas en uno de los salones de la empresa. Dicho modelo describe la localización, los servicios fijos, los servicios de festejos, el personal, la decoración, el personal propio de la empresa, los servicios audiovisuales y los gastos de transporte e instalación y desinstalación del evento, cada uno con su respectivo costo. Ver Anexo 6. Presupuesto.

Fase IV. Demostrar la factibilidad de uso del sistema de estructura de costos para el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima ubicada en Barquisimeto Estado Lara

4.14 Factibilidad de uso del sistema de estructura de costos

La estructura de Costos es una herramienta para medir la gestión de la empresa, ya que se tienen identificado los servicios y cada uno de los costos asociados a cada actividad, así mismo se conoce el margen de contribución de cada servicio, con lo cual se puede determinar cuáles son los servicios con mayor utilidad.

Para la consecución de dicho objetivo o factibilidad, se realizó una demostración de las funciones de la herramienta diseñada al Director de Finanzas,

Coordinador de eventos, Asistente de compras y Asesor de Ventas, ya que son las personas involucradas directamente en la gestión de costos y dicha demostración consto con una explicación detallada de cada una de las partes que conforman la estructura, haciendo hincapié en aquellos renglones de información que deben ser completados con la data exacta tales como, monto de facturas por número de servicios, número de personas, elementos de costos asociados, compras entre otros.

Después de la explicación hecha, los usuarios del programa tuvieron tiempo de analizar y estudiar el programa, donde pudieron verlo y agregar valores para ver cómo funcionaba, esto se hizo en un lapso de 20 minutos. Se realizó una ronda de preguntas acerca del funcionamiento de la estructura y se tomó nota de los comentarios de cada uno de ellos para así poder hacer los cambios respectivos.

Posterior a este proceso, se les propuso realizar una pequeña actividad que constaba básicamente en realizar un ejercicio de llenado de información sobre las celdas de la herramienta, dicha información que debía ser llenada poseía información ficticia del proceso de solicitud de una cotización con varios servicios

Al final se entregó a cada una de las personas que asistieron a esta reunión, un formato con el que se obtuvo la opinión de cada uno de ellos sobre el diseño y funcionamiento del programa.

El formato está compuesto de preguntas de tipo cerrada, y es por esto que la opción de respuesta a cada una de ellas es “sí” o “no”. Los resultados obtenidos en la encuesta se ven plasmados en la siguiente tabla:

Tabla N° 9. Resultados de la encuesta de factibilidad

Preguntas \ Encuestados	Director de Finanzas	Coordinador de Eventos	Asistente de Compras	Asesor de Ventas
1. ¿Maneja los paquetes de office, en especial Excel?	Si	Si	Si	Si
2. ¿Conoce la importancia de	Si	No	Si	Si

tener una estructura de costos en la empresa?				
3. ¿Está de acuerdo con la implementación de la Estructura de Costos?	Si	Si	Si	Si
4. ¿Es llamativa la entrada al programa?	Si	No	Si	Si
5. ¿Le parece que el programa es fácil de utilizar?	Si	Si	Si	No
6. ¿Es fácil comprender los resultados a obtener por el programa?	Si	Si	Si	Si
7. ¿Cree usted que está completa la estructura?	Si	No	Si	Si
8. ¿Considera usted que el programa ha cumplido con sus expectativas?	Si	Si	No	Si
9. ¿Considera usted que el sistema propuesto es más confiable que el existente?	Si	Si	Si	Si
10. ¿Cree usted que el programa es útil para la empresa?	Si	Si	Si	Si

Fuente: Elaboración propia (2017)

Análisis de los Resultados obtenidos

Pregunta N° 1

Todos resaltaron que, si manejan los paquetes de office y también manejan el programa EXCEL, con lo que pueden hacer uso correcto de la estructura.

Pregunta N° 2

El 75% de los usuarios saben la importancia de tener una estructura de costos en la empresa, de la cual puedan basarse para establecer un costo del producto y así obtener un precio de venta, conocer los márgenes de contribución unitario y el estado de resultado de la gestión, así como que este dentro de las leyes actuales del país. Excepto por el Coordinador de eventos, el cual no conocía que tan importante era llevar sus costos de esta manera.

Pregunta N° 3

En esta pregunta se obtuvo una respuesta afirmativa de cada uno de los usuarios, lo que significa que cada uno de ellos está de acuerdo con la implementación del programa en la empresa.

Pregunta N° 4

Tres de las cuatro personas usuarios del sistema manifestaron lo llamativo que es la entrada al mismo (ventada de inicio), se tomaron en consideración sus observaciones para aplicar los correctivos.

Pregunta N° 5

En el programa necesita ser fácil de usar, en esta encuesta se encontró con un usuario que no lo encontró fácil de utilizar, por lo que se vió en la obligación de realizar los cambios pertinentes para poder lograr que el programa se accesible para cualquiera de los usuarios.

Pregunta N° 6

Los usuarios manifestaron en su totalidad acceder y conseguir los resultados que se obtienen de la estructura de costos, también si pueden identificar las múltiples opciones que se obtienen de cada uno de ellos y las decisiones que se pueden tomar.

Pregunta N° 7

Esta pregunta pretende evaluar si los usuarios consideran que la estructura propuesta contiene todos aquellos aspectos que ellos esperan que el programa contemple, obteniendo aquí un resultado negativo por parte de uno de los usuarios, el cual detallo algunos parámetros que no se tomaron en cuenta y que debían añadirse al sistema.

Pregunta N° 8

Con esta pregunta se pretende saber sobre la satisfacción del cliente con respecto al programa propuesto, donde a pesar de los detalles que pudieron encontrar en un principio, a los cuales se les busco solución; determinaron que de forma general la estructura realiza todos aquellos cálculos necesarios para la obtener los costos incurridos por la empresa, solo uno de los usuarios manifestó una respuesta negativa.

Pregunta N° 9

Todos los usuarios consideran que este sistema es más confiable que el actual utilizado, lo quiere decir que los resultados obtenidos por el mismo son iguales o muy próximos a los reales, lo cual se resume en un resultado positivo para la empresa.

Pregunta N° 10

Por último, se les pregunta a los usuarios si el programa que han visto y utilizado les parece útil para la empresa. Los usuarios respondieron afirmativamente con lo que se puede decir que el programa puede ser usado y considerado como una herramienta para la toma de decisiones futuras por la empresa.

CONCLUSIÓN

A lo largo de la presente investigación logro demostrarse la importancia de la implementación de una estructura de costos en el Complejo Turístico Cumbres de Terepaima como herramienta organizacional y gestora de costos tanto en el manejo interno de la empresa, como en la coordinación de eventos y servicios ofrecidos por esta. El contexto en que se desenvuelve la empresa solo influencia más la toma de esta medida, además de los múltiples antecedentes de éxito de la aplicación de dicha estructura. Su utilidad es sinónimo del completo control de costos y de cada uno de los elementos que conforman la cadena de procesos que se emplean en la empresa, lo cual permitirá la correcta toma de decisiones y el desarrollo de mejores estrategias a futuro, agregando a parte su fácil aplicabilidad y manejo en las diversas áreas administrativas. Por lo tanto el desarrollo de una estructura de costos se considera de carácter competente y para esta investigación ideal e invaluable.

RECOMENDACIONES

Con base a los resultados obtenidos y las investigaciones consultadas para la realización de la presente investigación, se formularon las siguientes recomendaciones:

1. Implementar el modelo de Estructura de Costos del Complejo Turístico Cumbres de Terepaima, contenido en el presente trabajo, con lo que sincerarían los conceptos relacionados con el costo de cada uno de los procesos y servicios y se concentraría de forma sencilla la información relacionada con la prestación de servicios.
2. Establecer continuación a este trabajo a fin de complementar el sistema de control de costos, de forma tal de contar con un sistema administrativo que contenga toda la información de los procesos, a fin de establecer iniciativas de innovación y mejoras del servicio.
3. Supervisar la ejecución de las evaluaciones periódicas en la mejora de procesos, ya que esto ayudará a la retroalimentación del resultado obtenido de la implementación de nuevos controles, planificaciones, etc. Generando mejoras de acuerdo a las encuestas realizadas, para implementar controles nuevos, o mejoras a los ya existentes, creando un ambiente de mejora continua y ampliando las expectativas como organización.
4. Motivar al personal de la empresa, logrando de esta manera el involucramiento de cada uno de los participantes y creando un ambiente de compromiso, orden, calidad, etc.
5. Capacitar en materia de Administración y control de costos a todo el personal relacionado con la implementación del mismo.
6. Establecer datos históricos a partir de esta investigación para poder discriminar a futuro los costos totales en costos fijos y variables y así observar mejor el comportamiento del punto de equilibrio.

Otras de las recomendaciones que podemos dar son las siguientes:

7. Promover publicidad para la apertura que permita anunciar y posicionar los diferentes servicios del Complejo turístico; se deberán repartir volantes en las diferentes zonas adyacentes, así como en las zonas céntricas del estado, contando igualmente con la preparación de una propaganda radial de lanzamiento que sea transmitida en varias emisoras del estado.
8. Contar con una página Web para dar a conocer a usuarios en internet, los servicios que se prestarán.
9. Se recomienda estar a la avanzada de las tendencias comerciales y administrativas aprovechando la cercanía con otras empresas del mismo sector, esto permitirá obtener más información.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- American Marketing Association. Dictionary of Marketing Terms. (2004, Enero).
Extraído el 22 de junio de 2017 desde <http://www.marketingpower.com>.
- Arias, F (2006). **El proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica**. 5ta Edición. Editorial Episteme.
- Balestrini, M. (1998). **Como realizar un proyecto de investigación**. Caracas, Venezuela.
- Barranco de Areba, J. (2001). **Metodología del análisis estructurado de sistemas**. Segunda edición. Madrid, Universidad Pontificia Comillas de Madrid.
- Blanco, A. (2010). **Formulación y evaluación de proyecto**. Octava edición. Caracas: Editorial Texto C.A.
- Cardozo, N. & Matute, E. (2016). **Diseño de una Estructura de Costos para el Proceso de Extrusiones de Aluminio Caso: IVIV Extrusiones, S.A**. Universidad de Carabobo, Carabobo.
- Castro, J. & Leonett M. (2013). **Diseño de una estructura de costos y gastos de acuerdo a la ley de costos y precios justos**. Universidad Nacional Experimental de Guayana, Ciudad Guayana.
- Cevallos Márquez, M. A. (2013). **Propuesta de un Sistema de Costos en la Empresa Fanalpade Valencia C.A**. Universidad de Carabobo, Naguanagua Estado Carabobo.
- Choy, E. (2012). **El dilema de los Costos en las Empresas de Servicios**. Revista de la Facultad de Ciencias Contables, *Vol. (20)*, 7-14.
- Economía en Barquisimeto y los municipios del Estado Lara, Venezuela**. (2010). Barquisimeto 24. <http://www.barquisimeto24.com/Economia.htm>.
- Horngren, C. (2012). **Contabilidad de Costos, Un Enfoque Gerencial**. Decimocuarta edición. México, Editorial Pearson.

- Jaramillo, J. & Valencia, C. (2008). **Diseño de un Modelo de Costos por el Sistema de Orden de Producción para la Empresa Industria de Alimentos SIMA LTDA.** Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira.
- Jaramillo, L. & Pinto, A. (2013). **Propuesta de un Modelo de Administración y Control de Costos para una Empresa Metalmeccánica: Caso Progalca C.A.** Universidad de Carabobo, Carabobo.
- Kotler, P. (2006): **Dirección de Marketing.** Vol. I-II-III. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Lamb C, Hair J. y McDaniel C. (2002). **Marketing.** Sexta edición. Mexico, International Thomson Editores.
- Lara (estado).** (2017, 15 de junio). Wikipedia, La enciclopedia libre. Extraído el 22 de junio de 2017 desde [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Lara_\(estado\)&oldid=99872004](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Lara_(estado)&oldid=99872004).
- NIC. Normas Internacionales de Contabilidad Vigentes. (2005). Extraído el 12 de junio de 2017 desde <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/default.htm>.
- Noguera, M. & Rincón de Parra, H. (2008). **¿Cómo determinar Costos en la Industria de la Construcción?** Estudio de un Caso. *Visión Gerencial, Vol. (1)*, 126-144.
- Obando, A. (2008). **Proyecto Salón de Eventos Dosquebradas.** Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira.
- Rodríguez, R. & Ramírez, D. (2015). **Diseño de un Sistema de Costos para Laboratorios Clínicos. Caso de Estudio: Clínica Docentes Los Jarales.** Universidad de Carabobo, Carabobo.
- Sabino, C (2008). **El proceso de investigación.** 4a.Reimpresion. Venezuela, Ediciones Lumen/Humanitas.
- Samuelson, P. y William D. (1996). **Economía.** Decimoquinta edición, Madrid: McGraw-Hill, pp. 4-5.
- Sandhusen, R. (2002). **Mercadotecnia.** Primera edición. México, Compañía Editorial Continental S.A.

- Shank, J., & Govindarajan, V. (1995). **Gerencia estratégica de costos**. Colombia, Grupo Editorial Norma.
- Stanton W, Etzel M. y Walker B. (2004). **Fundamentos de Marketing**. Decimotercera edición. México, Mc Graw Hill.
- Strategor. (1997). **Politique Generale de l'entreprise, Strategie, structure, Décision, Identité**. Tercera edición. Paris, DUNOD.
- Tamayo y Tamayo M. (2009). **El proceso de la investigación científica**. 4ta Edición. México, Ediciones limusa.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2013). **Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales**. Vicerrectorado de proyectos Especiales: Caracas, Venezuela.

ANEXOS

Anexo N° 1. Depreciación



ESTRUCTURA DE COSTO



DEPRECIACIÓN

INICIO

Mobiliario de Administración y Ventas							
Nombre	Descripción	Cantidad	Costo	Vida Útil	Costo depreciación Anual	Costo de depreciación Mensual	
Escritorio de Madera Forrado en Formica Color Gris y Negro	Mesa para apoyo en oficina de administración y ventas	1	Bs. 50.000,00	20	Bs. 2.500,00	Bs. 208,33	
Silla Modelo Atenas	Equipo de apoyo a comunicación de oficina	2	Bs. 20.000,00	10	Bs. 4.000,00	Bs. 333,33	
Silla Modelo Ejecutiva	Equipo de Apoyo para oficina de administración	1	Bs. 20.000,00	10	Bs. 2.000,00	Bs. 166,67	
Computadora Marca Toshiba	Equipo de apoyo de administración y comunicación	1	Bs. 180.000,00	5	Bs. 36.000,00	Bs. 3.000,00	
Impresora HP Officejet Pro 8500A Plus	Equipo de Apoyo a requerimientos de oficina	1	Bs. 90.000,00	5	Bs. 18.000,00	Bs. 1.500,00	
Equipo de Aire acondicionado de 15 mil BTU de ventana Marca Carrier	Equipo para administración y comunicación	1	Bs. 320.000,00	10	Bs. 32.000,00	Bs. 2.666,67	
		Total			Bs. 94.500,00	Bs. 7.875,00	
Mobiliario							
Nombre	Descripción	Cantidad	Costo	vida util	Costo Depreciacion anual	Costo Depreciacion mensual	
Salones	Salon Cubiro	1	Bs. 250.000,00	10	Bs. 25.000,00	Bs. 2.083,33	
	salon Cabudare	1	Bs. 250.000,00	10	Bs. 25.000,00	Bs. 2.083,33	
	salon barquisimeto	1	Bs. 250.000,00	10	Bs. 25.000,00	Bs. 2.083,33	
	salon 1 y2	2	Bs. 130.000,00	10	Bs. 26.000,00	Bs. 2.166,67	
	Areas Comunes	1	Bs. 560.000,00	10	Bs. 56.000,00	Bs. 4.666,67	
Mobiliario	Mesa(s) Redonda(s) de 1.40	30	Bs. 10.000,00	10	Bs. 30.000,00	Bs. 2.500,00	
	Mesa(s) Redonda(s) de 0,80	30	Bs. 8.000,00	10	Bs. 24.000,00	Bs. 2.000,00	
	Mesa(s) Redonda(s) para torta	6	Bs. 10.000,00	10	Bs. 6.000,00	Bs. 500,00	
	Mesa(s) Redonda(s) para musicos	4	Bs. 10.000,00	10	Bs. 4.000,00	Bs. 333,33	
	Mesa(s) ovalada grande	10	Bs. 13.000,00	10	Bs. 13.000,00	Bs. 1.083,33	
	Mesa(s) altas para cocktail	5	Bs. 10.000,00	10	Bs. 5.000,00	Bs. 416,67	
	Mesa(s) cuadrada normal	10	Bs. 10.000,00	10	Bs. 10.000,00	Bs. 833,33	
	Mesa(s) cuadrada 1,22 x 1,22	5	Bs. 10.000,00	10	Bs. 5.000,00	Bs. 416,67	
	Sillas tiffany	1000	Bs. 5.000,00	10	Bs. 500.000,00	Bs. 41.666,67	
	Banquetas altas	20	Bs. 4.000,00	10	Bs. 8.000,00	Bs. 666,67	
	Puff	10	Bs. 7.500,00	5	Bs. 15.000,00	Bs. 1.250,00	
	Manteleria	Mante(l)es de fondo redondo(s) normal	40	Bs. 2.000,00	5	Bs. 16.000,00	Bs. 1.333,33
		Mante(l)es fino redondo normal	40	Bs. 2.000,00	5	Bs. 16.000,00	Bs. 1.333,33
Mante(l)es de fondo largo(s) Blanco		30	Bs. 2.000,00	5	Bs. 12.000,00	Bs. 1.000,00	
Mante(l)es fino largo(s)		30	Bs. 2.000,00	5	Bs. 12.000,00	Bs. 1.000,00	
Faldon(es) largos normal		17	Bs. 1.500,00	5	Bs. 5.100,00	Bs. 425,00	
Mante(l)es para bar y aparador		4	Bs. 2.000,00	5	Bs. 1.600,00	Bs. 133,33	
Faldon(es) para silla(s) Raza Peña		1100	Bs. 1.500,00	5	Bs. 330.000,00	Bs. 27.500,00	
Faldon(es) para silla(s) Normal		1000	Bs. 1.300,00	5	Bs. 260.000,00	Bs. 21.666,67	
Lazo(s) para silla(s) N.		1150	Bs. 800,00	5	Bs. 184.000,00	Bs. 15.333,33	
Servilleta(s) de tela fina		600	Bs. 1.200,00	5	Bs. 144.000,00	Bs. 12.000,00	
Vaso(s) p/ whisky y/o refrescos de cnstal		500	Bs. 1.000,00	5	Bs. 100.000,00	Bs. 8.333,33	
Cristaleria	Vaso(s) para jugos	210	Bs. 1.000,00	5	Bs. 42.000,00	Bs. 3.500,00	
	Copa(s) para Champagne de cristal	210	Bs. 1.500,00	5	Bs. 63.000,00	Bs. 5.250,00	
	Copa(s) para vino tinto de cristal	210	Bs. 1.500,00	5	Bs. 63.000,00	Bs. 5.250,00	
	Copa(s) para agua normal	210	Bs. 1.500,00	5	Bs. 63.000,00	Bs. 5.250,00	
	Jarra(s) para agua de plata	20	Bs. 2.000,00	5	Bs. 8.000,00	Bs. 666,67	
Porcelana	Plato(s) llano(s) de porcelana	550	Bs. 1.000,00	5	Bs. 110.000,00	Bs. 9.166,67	
	Plato(s) para postre de porcelana	550	Bs. 1.000,00	5	Bs. 110.000,00	Bs. 9.166,67	
Cubierteria	Tenedor(es) para carne de plata	700	Bs. 1.500,00	10	Bs. 105.000,00	Bs. 8.750,00	
	Cuchillo(s) para carne de plata	750	Bs. 1.700,00	10	Bs. 127.500,00	Bs. 10.625,00	
	Cuchanta(s) para postre y/o té de plata	400	Bs. 1.200,00	10	Bs. 48.000,00	Bs. 4.000,00	
	Espatula(s) para torta	6	Bs. 3.000,00	10	Bs. 1.800,00	Bs. 150,00	
Utiles Varios	Bandeja(s) para pasapalos fijos	20	Bs. 12.000,00	10	Bs. 24.000,00	Bs. 2.000,00	
	Bandeja(s) para mesoneros	20	Bs. 9.000,00	10	Bs. 18.000,00	Bs. 1.500,00	
	Cheff-in-dish para pasapalos (plateados)	6	Bs. 20.000,00	10	Bs. 12.000,00	Bs. 1.000,00	
	Cheff-in-dish para comidas	8	Bs. 20.000,00	10	Bs. 16.000,00	Bs. 1.333,33	
Miscelaneos	Hielera(s) con pinza(s) de aluminio	30	Bs. 7.000,00	10	Bs. 21.000,00	Bs. 1.750,00	
	Enfriador(es)	3	Bs. 80.000,00	20	Bs. 12.000,00	Bs. 1.000,00	
	Tobo(s) para asear de vasos	5	Bs. 8.000,00	20	Bs. 2.000,00	Bs. 166,67	
Cava para conservar el hielo y/o cervecera	2	Bs. 75.000,00	20	Bs. 7.500,00	Bs. 625,00		
Total Depreciacion mobiliario					Bs. 2.610.500,00	Bs. 225.958,33	
Total Depreciacion Mensual		Bs. 233.833,33					

Anexo N° 2. Nomina



ESTRUCTURA DE COSTO



NOMINA

INICIO

MANO DE OBRA INDIRECTA			ASIGNACIONES					APORTES						
Nombre	clasificacion	Cargo	Asignacion Mensual	Salario Diario	Bono Alimentario	IVSS	PF	FAOV	INCES	Bono Vacacional	Prestaciones Sociales	Utilidades	Sueldo Semanal Total	Sueldo Mensual Total
	MOI	Mantenimiento	67.000,00	2.233,33	135.000,00	6.184,62	1.236,92	1.340,00	111,67	2.791,67	11.166,67	5.583,33	57.603,72	Bs. 230.414,87
	MOI	Personal de seguridad	67.000,00	2.233,33	135.000,00	6.184,62	1.236,92	1.340,00	111,67	2.791,67	11.166,67	5.583,33	57.603,72	Bs. 230.414,87
	MOI	Personal de Jardineria	67.000,00	2.233,33	135.000,00	6.184,62	1.236,92	1.340,00	111,67	2.791,67	11.166,67	5.583,33	57.603,72	Bs. 230.414,87
TOTALES			Bs. 201.000,00	Bs. 6.700,00	Bs. 405.000,00	Bs. 18.553,85	Bs. 3.710,77	Bs. 4.020,00	Bs. 335,00	Bs. 8.375,00	Bs. 33.500,00	Bs. 16.750,00	Bs. 172.811,15	Bs. 691.244,62

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS			ASIGNACIONES					APORTES						
Nombre	clasificacion	Cargo	Asignacion Mensual	Salario Diario	Bono Alimentario	IVSS	PF	FAOV	INCES	Bono Vacacional	Prestaciones Sociales	Utilidades	Sueldo Semanal Total	Sueldo Mensual Total
	ADM	Gerente General	190000,00	6333,33	135000,00	17538,46	3507,69	3800,00	316,67	7916,67	31666,67	15833,33	101394,87	Bs. 405.579,49
	ADM	Secretaria Ejecutiva	67000,00	2233,33	135000,00	6184,62	1236,92	1340,00	111,67	2791,67	11166,67	5583,33	57603,72	Bs. 230.414,87
	ADM	Director financiero	120000,00	4000,00	135000,00	11076,92	2215,38	2400,00	200,00	5000,00	20000,00	10000,00	76473,08	Bs. 305.892,31
	ADM	director de eventos	120000,00	4000,00	135000,00	11076,92	2215,38	2400,00	200,00	5000,00	20000,00	10000,00	76473,08	Bs. 305.892,31
	ADM	asesor de compras	100.000,00	3333,33	135000,00	9230,77	1846,15	2000,00	166,67	4166,67	16666,67	8333,33	69352,56	Bs. 277.410,26
	VENTAS	asesor de ventas	100.000,00	3333,33	135000,00	9230,77	1846,15	2000,00	166,67	4166,67	16666,67	8333,33	69352,56	Bs. 277.410,26
TOTALES			Bs. 697.000,00	Bs. 23.233,33	Bs. 810.000,00	Bs. 64.338,46	Bs. 12.867,69	Bs. 13.940,00	Bs. 1.161,67	Bs. 29.041,67	Bs. 116.166,67	Bs. 58.083,33	Bs. 450.649,87	Bs. 1.802.599,49

Beneficios Contractuales:

Bono de Alimentacion	Bs. 135.000,00
Bono Vacacional (15dias/año)	4,17%
Utilidades (30dias/año)	8,33%
Prestaciones Sociales (dias/año)	5

Aportes Patronales:

IVSS - Riesgo Medio	10%
Paro Forzoso	2%
Politica Habitacional	2%
INCES (2%/Utilidades contractuales)	2%

Anexo N° 3. Gastos Indirectos



ESTRUCTURA DE COSTO



INICIO

GASTOS INDIRECTOS

Gastos Indirectos	Bs/mes
Electricidad	Bs. 14.000,00
Aseo	Bs. 200.000,00
Mantenimiento de los salones	Bs. 125.000,00
Mantenimiento y limpieza	Bs. 120.000,00
Agua	Bs. 5.000,00
Programación y sistemas	Bs. 25.000,00
	Bs. 489.000,00

Depreciación de mobiliario	Bs/mes
	Bs. 233.833,33

Mano de obra indirecta	Bs/mes
	Bs. 691.244,62

GASTOS		
Eventos	4	eve/mes
Total GI	1.414.077,95	Bs/mes
Tasa Asignada	2.668,07	Bs/persona
Gastos indirectos por evento	353519,49	Bs/ evento

CAPACIDAD MAXIMA SALONES: 530 PERSONAS

Anexo N° 4. Gastos Administración y Ventas



ESTRUCTURA DE COSTO



GASTOS ADMINISTRACION Y VENTAS

INICIO

Gastos Administrativos	Bs/mes
Nomina Administracion	Bs. 1.525.189,23
Telefonía y comunicaciones	Bs. 8.000,00
Fletes, transportes y encomiendas	Bs. 250.000,00
Vigilancia y seguridad	Bs. 250.000,00
Papelería y útiles de oficina	Bs. 20.000,00
Estacionamiento	Bs. 4.000,00
Mantenimiento mobiliarios	Bs. 80.000,00
Equipos de oficina	Bs. 120.000,00
Correos	Bs. 30.000,00
Asesoría Financiera	Bs. 50.000,00
Seguros	Bs. 1.184.000,00
Asesoría Legal	
TOTAL Gastos de Administracion	Bs. 3.521.189,23

Gastos Ventas	Bs/mes
Nomina Ventas	Bs. 277.410,26
Comisiones de Ventas	
Publicidad y Propaganda	Bs. 224.000,00
impuesto de Ventas	
TOTAL Gastos de venta	Bs. 501.410,26
TOTAL Gastos Administrativos y Ventas	Bs. 4.022.599,49

Anexo N° 5. Estado de Resultados



ESTRUCTURA DE COSTO



INICIO

ESTADO DE RESULTADOS

Ingresos	Bs. 32.653.527,00
Costos de Realización	Bs. 23.106.797,95
Utilidad Bruta	Bs. 9.546.729,05
Costos Fijos Indirectos	Bs. 353.519,49
Gastos Administrativos	Bs. 3.521.189,23
Gastos de Venta	Bs. 501.410,26
Utilidad antes de Impuestos	Bs. 5.170.610,08
Impuesto Sobre la Renta	Bs. 1.758.007,43
Utilidad Neta	Bs. 3.412.602,65

Anexo N° 6. Presupuesto



COMPLEJO TURISTICO CUMBRES DE TEREPAIMA, C.A.
 Av. Terepaima Sector Las Cuibas Agua Viva Cabudare Edo. Lara
 Telef. 0251-2613233 04169516537



Empresa		Persona contacto	
Telefono		Email	
Direccion Fiscal		Celular	
Rif		Fecha del evento	
Tipo de evento	Fiesta	Fecha de instalacion	
Duracion		Fecha desinstalacion	
Salon	Barquisimeto		
Hora			
Capacidad	150		

INICIO

Cantidad	Descripcion	Costo	Total
Localización			
1	Salon Barquisimeto de 397 mtrs	180000,00	Bs. 180.000,00
	sub total servicios locación Bs:		Bs. 180.000,00
Servicios Fijos			
2	Servicio de seguridad privada	45000,00	Bs. 90.000,00
5	Servicio de mantenimiento y limpieza, día del evento, montaje y desmontaje	70000,00	Bs. 350.000,00
1	Insumentos varios mantenimiento y limpi	60000,00	Bs. 60.000,00
	sub total servicios fijos Bs:		Bs. 500.000,00
Servicios de Festejos			
Cantidad	Descripcion	Costo	Total
19	Mesas redondas vestidas	3000,00	Bs. 57.000,00
150	Sillas tifanny	2000	Bs. 300.000,00
2250	Pasapalos	750,00	Bs. 1.687.500,00
150	Platos fuertes Raviolis de temera sob	7500,00	Bs. 1.125.000,00
150	Punto criollo al amanecer (arepas rell	7000,00	Bs. 1.050.000,00
45	Hielo	1000,00	Bs. 45.000,00
90	Refresco 350 ml	1200,00	Bs. 108.000,00
90	Agua mineral 355 ml	900,00	Bs. 81.000,00
90	Soda	1900,00	Bs. 171.000,00
1	Servicio de cocina	50000,00	Bs. 50.000,00
17	Docenas de vasos	13000,00	Bs. 221.000,00
13	Docena de copas para chapaña	13000,00	Bs. 169.000,00
13	Docena de copas para vinotinto	13000,00	Bs. 169.000,00
15	Bandejas para servicios de comidas y	2000,00	Bs. 30.000,00
10	Bandejas para servicio de mesoneros	5000,00	Bs. 50.000,00
4	Chifndis para pasapalos calientes	13000,00	Bs. 52.000,00
1	Servicio de utileria: incluye equipos d	190000,00	Bs. 190.000,00
2	Cavas metalicas	18000,00	Bs. 36.000,00
	Sub total servicios de festejos Bs:		Bs. 5.591.500,00
Personal			
Cantidad	Descripcion	Costo	Total
5	Mesoneros	24000,00	Bs. 120.000,00
1	Capitanes	45000,00	Bs. 45.000,00
1	Cheff profesional	28000,00	Bs. 28.000,00
1	Supervisor	50000,00	Bs. 50.000,00
1	Ayudante	20000,00	Bs. 20.000,00
	Sub total servicios personal Bs:		Bs. 263.000,00
Decoración			
Cantidad	Descripcion	Costo	Total
1	Decoracion	315000,00	Bs. 315.000,00
1	Floristeria	198469,00	Bs. 198.469,00
	Sub total servicios decoracion Bs:		Bs. 513.469,00
Personal Cumbres de Terepaima			
Cantidad	Descripcion	Costo	Total
1	Supervisores	40500,00	Bs. 40.500,00
	Sub total servicios personal Bs:		Bs. 40.500,00
Audiovisuales			
Cantidad	Descripcion	Costo	Total
1	Musica	430000	Bs. 430.000,00
1	Animacion	343142	Bs. 343.142,00
	Sub total audiovisuales Bs:		Bs. 773.142,00
Transporte y gastos			
1	Transporte, intalacion y desinstalacion	119347,00	Bs. 119.347,00
	Sub total servicios transporte y gastos Bs:		Bs. 119.347,00
	SUB-TOTAL	Bs.	7.980.958,00
	I.V.A BS:	Bs.	957.714,96
	TOTAL BS:	Bs.	8.938.672,96