

El Buzón de Pacioli

Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora
ISSN 2594-2026

“EL IMPACTO DE LOS MILLENNIALS EN EL MERCADO LABORAL, UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO EN CIUDAD OBREGÓN, SONORA”

“THE IMPACT OF MILLENNIALS ON THE LABOR MARKET, A DESCRIPTIVE ANALYSIS IN CIUDAD OBREGÓN, SONORA”

ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS COSTOS QUE INTERVIENEN EN UN PROCESO PRODUCTIVO

STUDY AND ANALYSIS OF THE COSTS INVOLVED IN A PRODUCTION PROCESS

SIPOC; COMO HERRAMIENTA PARA EL CONTROL DE INGRESOS, EL CASO DE UNA EMPRESA INDUSTRIAL EN EL ESTADO DE MÉXICO

SIPOC; AS A TOOL FOR INCOME CONTROL, THE CASE OF AN INDUSTRIAL COMPANY IN THE STATE OF MÉXICO

El Buzón de Pacioli

Instituto Tecnológico de Sonora

Dr. Jesús Héctor Hernández López
Rector
Dra. María Elvira López Parra
Dirección de Ciencias Económicas Administrativas

COMITÉ EDITORIAL

EDITOR GENERAL

Mtra. Nora Edith González Navarro

COMISIÓN EDITORIAL

Dr. Oswaldo Alberto Madrid Moreno

COMISIÓN DE DIFUSIÓN Y RELACIONES

Mtra. Nereida Aceves López
Dra. María Dolores Moreno Millanes
Mtra. Blanca Rosa Ochoa Jaime

ARBITROS INTERNOS

Mtra. Jesús Nereida Aceves López
Mtra. Nora Edith González Navarro
Mtra. Blanca Ochoa Jaime
Dra. Ma. Dolores Moreno Millanes
Dr. Rodolfo Valenzuela Reynaga
Dra. Ma. Elvira López Parra
Dra. Zulema Isabel Corral Coronado
Dr. Oswaldo Alberto Madrid Moreno

ARBITROS EXTERNOS

Dr. Luis Ramón Moreno
Universidad Autónoma de Baja California
Dra. Lorena Vélez García
Universidad Autónoma de Baja California
Dra. Norma Aguilar Morales
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dra. Edith Georgina Súrdez
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dr. Ma. Carmen Sandoval Caraveo
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Dr. José Luis Rivera Martínez
Instituto Sonorense de Contadores Públicos
Mtro. Gabriel Rueda Delgado
Universidad Javeriana, Bogotá Colombia
Dra. Ruby González Ascencio
Universidad Autónoma del Carmen, Campeche
Dra. Aida Alvarado Borrego
Universidad Occidental, Sinaloa
Dra. Ana Virginia del Carmen Maldonado Alcudia
Universidad Occidente, Sinaloa
Dra. Mónica Velarde Valdez
Universidad Occidente, Sinaloa
Dra. Laura Esther Jiménez Ferretiz
Universidad Autónoma de Tamaulipas

DISEÑO EDITORIAL

Ebba Isabela Escareño Alvarez

ISSN 2594-2026.

EL BUZÓN DE PACIOLI, Año XX, No. 113, Julio-Septiembre 2020, es una publicación trimestral editada y publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), a través del Departamento de Contaduría y Finanzas, con domicilio en 5 de Febrero 818 Sur, Col. Centro, Ciudad Obregón, Sonora, México, Tel. 410-0921, <http://www.itson.mx/Pacioli>. Editor responsable: Mtra. Nora Edith González Navarro, ngonzalez@itson.edu.mx, Reserva de Derecho al Uso Exclusivo 04-2016-041414033200-203 otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. ISSN 2594-2026. Responsable de la versión electrónica, Departamento de Computación y Diseño del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), responsable técnico Oswaldo Alberto Madrid Moreno con domicilio en 5 de Febrero #818 Sur Col. Centro, C.P. 85000 Cd. Obregón, Sonora, México, fecha de última modificación el 30 de septiembre de 2020.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto Tecnológico de Sonora.

EDITORIAL

Mientras nos encontramos entendiendo la configuración del mundo que nos ha traído la nueva normalidad algunos elementos clave permanecen en el ambiente, de tal manera que los nuevos hechos sumados a los anteriores que enfrentamos de manera específica como región nos ayuda a integrar nuestra propia percepción de esa realidad distinta.

En este número del Buzon de Pacioli nos complacemos en presentarle artículos que nos presentan algunas de esas características, como es el caso del impacto que tiene la generación llamada millennial en el mercado laboral de nuestra localidad, cuya presencia será determinante para configurar nuestro mercado de factores; será ese capital humano con el que contaremos para continuar con la dinámica económica regional o detonar las nuevas.

Ese nuevo conocimiento alimenta oportunamente a las practicas de las empresas que se abordan en los otros escritos aquí presentados cuando se habla de herramientas que permiten favorecer el desempeño de las empresas específicamente el control de ingresos y el análisis de los costos en los procesos productivos.

En conjunto, permiten unir elementos consolidados fundamentales para las empresas con aspectos novedosos que veremos en el futuro cercano.

Dra. Zulema Isabel Corral Coronado

Doctora en Filosofía con Especialidad en Administración,
profesora investigadora de tiempo completo,
adscrita al Departamento de Contaduría y Finanzas

- 3 → EDITORIAL
- 4 → ÍNDICE
- 5 → "EL IMPACTO DE LOS MILLENNIALS EN EL MERCADO LABORAL, UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO EN CIUDAD OBREGÓN, SONORA"
"THE IMPACT OF MILLENNIALS ON THE LABOR MARKET, A DESCRIPTIVE ANALYSIS IN CIUDAD OBREGÓN, SONORA"
- 16 → ESTUDIO Y ANÁLISIS DE LOS COSTOS QUE INTERVIENEN EN UN PROCESO PRODUCTIVO
STUDY AND ANALYSIS OF THE COSTS INVOLVED IN A PRODUCTION PROCESS
- 26 → SIPOC; COMO HERRAMIENTA PARA EL CONTROL DE INGRESOS, EL CASO DE UNA EMPRESA INDUSTRIAL EN EL ESTADO DE MÉXICO
SIPOC; AS A TOOL FOR INCOME CONTROL, THE CASE OF AN INDUSTRIAL COMPANY IN THE STATE OF MÉXICO

NAVEGA DE MANERA INTERACTIVA

BUSCA LAS FLECHA → QUE INDICAN QUE EXISTE UN VINCULO, DALE CLICK PARA NAVEGAR HASTA ESA PÁGINA.

"EL IMPACTO DE LOS MILLENNIALS EN EL MERCADO LABORAL, UN ANÁLISIS DESCRIPTIVO EN CIUDAD OBREGÓN, SONORA"

"THE IMPACT OF MILLENNIALS ON THE LABOR MARKET, A DESCRIPTIVE ANALYSIS IN CIUDAD OBREGÓN, SONORA"

AUTORES

Adriana Ruiz Beltrán y Marijose Machuca Duarte.
Email: adri_rb2@hotmail.com

RESUMEN

Los millennials o también llamados generación Y, nacieron entre 1983 y 1999, actualmente son una población que se encuentra en la etapa universitaria, por la cual se dice que es importante que las empresas estén estudiándolos pues estos son los siguientes en salir al mundo laboral, así los podrían atraer de acuerdo a sus intereses.

El objetivo de este estudio es analizar el comportamiento de los millennials considerando las características de esta generación que permita un amplio conocimiento para la obtención de oportunidades de estos jóvenes en el mercado laboral. Con esta finalidad, se aplicó una encuesta a 80 millennials que viven en Ciudad Obregón, Sonora.

Con el instrumento se demostró que los millennials no quieren trabajar en una empresa ya establecida, ellos quieren emprender una, lo cual puede ser preocupante para las empresas existentes pero también una oportunidad de mayor competencia y empleo, el estudio es trascendental ya que conociendo las características de esta generación, pasarán de ser incomprendidos y rechazados a adaptarse y obtener mejores resultados de las formas de pensar que estos jóvenes tienen al momento de ofrecer sus nuevas ideas a las empresas y por lo tanto ayudar al crecimiento económico del país.

PALABRAS CLAVE: millennials, mercado laboral, generación Y.

ABSTRACT

Millennials or also called Generation Y, were born between 1983 and 1999, are now a population that is in the university stage, which is why it is said that it is important that companies are studying them because they are the following in going into the world of work, so they could attract them according to their interests.

The objective of this study is to analyze the behavior of millennials considering the characteristics of this generation that allows a wide range of knowledge to obtain opportunities for these young people in the labor market. For this purpose, a poll was applied to millennials living in Ciudad Oregon, Sonora.

With the instrument, it was proved that millennials do not want to work in an established company, they want to start a new one, which can be worrying for existing companies but also an opportunity for greater competition and employment. This study is transcendental to all the actors in the labor market today, because once knowing the characteristics of this generation, will go from being misunderstood and rejected to adapting and getting better results from the ways of thinking these young people have when they offer their new ideas to companies and therefore help the country's economic growth.

KEY WORDS: millennials, labor market, generation Y

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Los millennials o también llamados generación Y, nacieron entre 1983 y 1999, actualmente son una población que se encuentra en la etapa universitaria, por la cual se dice que es importante que las empresas estén estudiándolos pues estos son los siguientes en salir al mundo laboral, así los podrían atraer de acuerdo a sus intereses. Estos han sido estudiados en varios países pues son el porcentaje de población más grande, en Estados Unidos la mayoría se encuentra entre los 23 años con 4.7 millones de ellos (Silvestre y Cruz, 2016).

Novella, Repetto, Robino, y Rucci, (2018) dicen que actualmente se vive en tiempos cambiantes, donde el futuro es muy incierto y cada vez hay más avances, lo que hace a las personas adaptarse a todos estos cambios. Las nuevas generaciones cada vez tienen ideas más diferentes a las del pasado ya que tienen una mente más abierta y por ello sus decisiones, motivaciones y gustos van cambiando. Además, gracias a la tecnología y la globalización pueden surgir más ideas y compartirlas con muchas más personas. La tecnología es una herramienta de la cual esta generación es dependiente y la mayor parte de sus acciones se apoya en ella.

Los millennials son una parte importante de la sociedad en el mercado laboral hoy en día. Gracias a la tecnología y la globalización se vive en épocas con muchos cambios y esta generación tiene como característica su fácil adaptación a estos, al tener una estrecha relación con la tecnología facilita a las empresas las comunicaciones y adquirir conocimientos es cada vez más fácil.

“Hoy los alumnos universitarios en su gran mayoría corresponden a la llamada “Generación Y”. Ellos poseen determinados rasgos que los caracterizan: son amantes del cambio, impacientes, eficientes, valoran las relaciones humanas, innovadores, espontáneos, justicieros, resilientes, tolerantes, escépticos” (Saccone, Fernández, y Mennucci, 2016 pag. 9)

Se piensa que estos tienen capacidades de emprendimiento e innovación que son de vital importancia en la actualidad para las empresas, pues las más importantes en el mercado están en constante cambio día con día, por lo tanto, es necesario que se implementen nuevas ideas para que una empresa siga creciendo y no llegue al estancamiento y los millennials tienen mucho que aportar.

La importancia del estudio del mercado laboral en el tema de los millennials existe porque según Ortega, (2014) estos están inventando y protagonizando nuevos empleos, el 47% de los perfiles que demandan las empresas no se cubren por falta de capacitación. Algo pasa en la economía y es que los millennials están inventando su propio empleo, un ejemplo es el Big Data.

“A nadie se le escapa que este potencial de creatividad es una oportunidad para quien sepa aprovecharlo, y por eso las grandes compañías han puesto foco en los millennials no solo para contratarlos o usar sus innovaciones sino también para conocer mejor a los nuevos clientes de sus productos y servicios” (Ortega, 2014 pág. 16).

Estos jóvenes privilegian el desarrollo de sus carreras, la formación para volverse buenos profesionales y el tiempo libre. Los jóvenes en la actualidad no consideran que el trabajo, sobre todo en relación de dependencia, representa un valor más importante que la posibilidad de tener una mejor vida personal. A la hora de ser fieles, el compromiso es para consigo mismos y no para con la empresa que les haya proporcionado empleo.

Las conductas asociadas derivan predominantemente del conjunto de acontecimientos que los han marcado como generación. Esta generación aprendió en la década de 1990 que la fidelización no asegura la estabilidad del empleo. (Ilinitch, 1996; Nea,1998 citado en Tagliabue y Cuesta, 2011).

Tagliabue y Cuesta (2011) sostienen, entonces, que los jóvenes ya no buscan estabilidad en el empleo sino buscan adquirir, poseer y gestionar para sí mismos un conjunto de competencias que los convierta en trabajadores capacitados y versátiles, fácilmente adaptables a los requerimientos de los puestos de trabajo que les resulten atractivos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en el ámbito laboral, se cuenta con la participación de tres generaciones, las cuales son la “generación Y o millennials” que nacieron de 1983-1999, “Generación X” de 1965-1982 y los “Baby boomers” en 1946-1964, Siendo los millennials la generación más joven tienen diferentes ideas a las de sus progenitores. Esto puede causar conflictos en las organizaciones, por lo cual, investigaciones en ciencias sociales se han enfocado en el liderazgo, sus diferencias y sus prácticas como profesionales (Graybill 2014, citado en Acosta 2017)

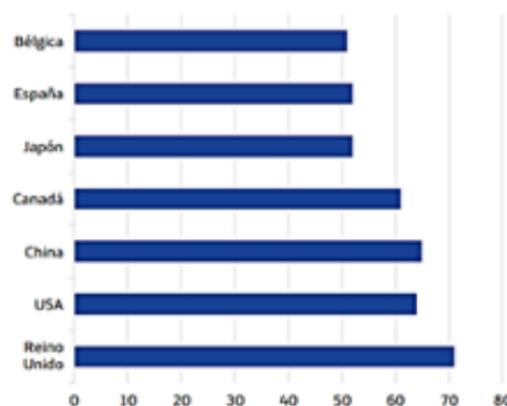
Esto puede causar un rechazo a este porcentaje de jóvenes de la población pues las ideas que existen en el mercado laboral todavía son diferentes, lo cual puede ocasionar más desempleo en el país para los jóvenes que están egresando, debiéndose a que los patrones adultos

no piensan igual que esta generación.

Según Acosta (2017), los millennials tienden a renunciar a sus empleos si no se sienten cómodos en la organización, si sienten que no los valoran haciendo uso de sus talentos y habilidades, o si no se les capacita para desarrollarse mejor profesionalmente, además de que no valoran el trabajo si no ven un cambio o diferencia significativa.

A causa de lo dicho anteriormente, las empresas tienen miedo de que los jóvenes “millennials” no sean estables en los empleos, sean perezosos o incumplidos, pues las ideas de estos son muy distintas a las de las mayores generaciones que son los que llevan años en las organizaciones hoy en día y han ajustado su cultura a ellas.

Se realizó una encuesta por Deloitte en 2016, la cual indica que, en 29 países entre 7.700 sujetos a nivel global, dos de cada tres millennials piensan dejar su actual empleo en los próximos cinco años. (Álvarez y Haro, 2017).

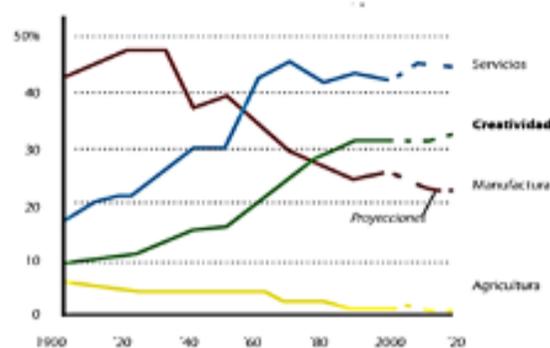


Gráfica 1: Millennials que piensan dejar su empleo actual en los próximos años.

Fuente: Álvarez y Haro, 2017. Millennials la generación emprendedora. España, p. 116.

Las empresas tienen un gran reto, ya que deben adaptar su estructura y su cultura para la generación que será en el 2025 el 75% del capital humano en el mercado laboral. Si no se adaptan, será muy difícil retener a este talento que hace aumentar su competitividad. y es que el 70% de los millennials se ve haciendo su propia Startup y trabajando por cuenta propia. (Ortega, 2014).

La tendencia hoy está en la creatividad y los servicios, como se puede apreciar en la gráfica de la distribución de la mano de obra, en la época de los millennials estas son las que han ido al alza, dejando de lado a la agricultura y manufactura que eran las más importantes en otros tiempos.



Gráfica 2: Distribución de la mano de obra, por década

Fuente: Ortega, 2014. Millennials: inventa tu empleo. España. Unir editorial.

De acuerdo con lo anterior, por medio de la presente investigación se busca contestar a la siguiente pregunta: ¿Cuál es el impacto de los millennials en el mercado laboral de acuerdo a su comportamiento?

JUSTIFICACIÓN

La conveniencia de estudiar el impacto que tiene la generación de los millennials en el mercado laboral hoy en día, consiste en que es necesario saber cómo es su comportamiento en cuanto a este mercado, pues las empresas pueden encontrar oportunidades al comprender mejor cómo funciona la mente de la “generación “Y” ya que son los que estarán al mando en el mercado laboral en un futuro no muy lejano. Además de que a los millennials les conviene que los estudien para que sus necesidades e inquietudes sean atendidas y así poder desarrollarse mejor en su vida profesional.

Este estudio es trascendental ante todos los actores del mercado laboral hoy en día, pues una vez conociendo las características de esta generación, pasarán de ser incomprendidos y rechazados a adaptarse y obtener mejores resultados de las formas de pensar que estos jóvenes

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTOS TEÓRICOS EN LA ECONOMÍA EMPRESARIAL

En la teoría del empresario de Schumpeter se considera que el empresario es un individuo que trabaja por cuenta propia, pero que los empleados de una empresa también pueden llegar a ser empresarios siempre y cuando lleven a cabo nuevas combinaciones. Por lo tanto, un empresario es aquel que desarrolla nuevas ideas y se pierde cuando comienza a desarrollar las actividades rutinarias. (Schumpeter 1963 citado en Valencia, P. y Patlán, J. 2011).

Este autor argumenta que un empresario no es el que tiene conexiones permanentes con las empresas, sino aquel que pone en práctica nuevas combinaciones.

tienen al momento de ofrecer sus nuevas ideas a las empresas y por lo tanto ayudar al crecimiento económico del país.

Los beneficiarios de esta investigación son los millennials, pues estos quieren ser entendidos para poder desarrollarse mejor en el ámbito profesional y poder aportar al cien por ciento las ideas que tienen en mente. Además de que las empresas también se benefician al saber cómo actuar ante estas personas en sus compañías y, por lo tanto, la economía en general podría mejorar por medio de las nuevas ideas tecnológicas y emprendedoras que estos jóvenes brindan a la sociedad.

Esta investigación puede resolver el problema de la falta de estabilidad de los jóvenes en las empresas, pues se entendería que es lo que buscan y a donde quieren llegar, además de que también hay oportunidad de disminuir el desempleo, pues ellos siendo emprendedores buscan crear nuevas empresas y por lo tanto empleo, que es lo que hoy en día se necesita en la economía.

Después de haber concluido esta investigación se espera obtener los resultados de qué tanto impactan los millennials en el mercado laboral y como lo hacen, además de que se comprendan mejor los objetivos que tiene esta generación pues de no saber se está dejando de obtener beneficios de innovación, emprendimiento, y estabilidad en las compañías de parte de estos jóvenes y de las empresas.

OBJETIVO

Analizar el comportamiento de los millennials considerando las características de esta generación que permita un amplio conocimiento para la obtención de oportunidades de estos jóvenes en el mercado laboral.

Schumpeter considera extraño que una persona conserve toda su vida el papel de empresario ya que este deja de serlo cuando continúa con sus actividades rutinarias. (Schumpeter 1957 citado en Talero, G. 2017).

La teoría de Schumpeter sobre el empresario hace referencia a que este debe estar renovando ideas constantemente o de lo contrario deja de serlo. Esta se puede ajustar a la investigación de los millennials en el mercado laboral ya que se identifica a los millennials en cuanto a las empresas como personas innovadoras que quieren estar en constante cambio y no estancarse en solo una cosa.

CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MILLENNIALS

Ortega (2014) resume que los millennials son hijos de los Baby Boom, aquellos que se han hecho mayores con el nuevo milenio. Son optimistas y piensan y actúan de una manera diferente. Estos no viven solo para trabajar, piensan en la sociedad y aunque si trabajan en algunas empresas también quieren gozar el ser emprendedores y autónomos.

Según González (2014) la Generación Y son jóvenes nacidos entre 1980 y 2000, también conocida como Generación Google, Einstein, milenio o net. Estos se caracterizan por no organizar su vida entorno al trabajo sino a sus propios intereses y a vivir el presente. Es la primera generación que ha convivido siempre con la tecnología por lo que no puede estar sin ella ya que el internet es parte de su vida diaria.

Como se puede notar, varios autores han definido a la “Generación Y” como una generación donde la tecnología es parte de ella, además de que los definen como jóvenes que piensan muy diferente a las demás generaciones y que no siguen los mismos pasos de las generaciones pasadas en donde el ser empleado era lo primordial para ellos, sino que ahora buscan otros intereses en donde se sienten mejor como viajar o emprender su propia empresa.

MILLENNIALS Y LA TECNOLOGÍA Y EL MERCADO LABORAL

Los medios de comunicación como otros factores han tenido que innovar para adaptarse a las nuevas necesidades que presentan los usuarios ya que estos cada vez son menos pasivos y no tan fieles a los canales como generaciones pasadas. Estas nuevas generaciones mezclan el ocio y el trabajo y siempre quieren estar conectados a la red. Esto no solo ha afectado a la tecnología sino, también a las empresas y al comercio principalmente.

Los millennials son jóvenes que están creciendo en formatos de sociedad creados por otros, principalmente como están tan conectados gracias a las redes sociales se basan mucho en tendencias y estas cambian muy seguido por lo que su forma de pensar y ver las cosas también lo hace. Crecieron en una crisis y esto les afectó pues nada es seguro y los riesgos son cada vez mayores, por eso también es que se adaptan más fácilmente al cambio.

Para Bongiovanni y Soler (2016), los jóvenes están más preparados que antes ya que dedican más tiempo a ellos, viajar, estudiar, etc. Sin embargo, también cuando consideran que es tiempo de laborar tienen altas expectativas porque saben más. Buscan trabajos donde tengan tiempo para ellos y las empresas siguen con su forma de pensar de que las personas deben trabajar mucho y ganar poco y esta generación busca totalmente lo contrario. Ellos buscan un trabajo en donde no inviertan

mucho tiempo ni esfuerzo e intentan resolver todo con la tecnología, están acostumbrados al cambio y no les asustan los nuevos trabajos o cambiar de puesto dentro de la empresa.

Los millennials han llevado a reformar los pensamientos y la forma de hacer de muchas cosas. Un factor importante para ellos es la tecnología y los medios de comunicación ya que están muy relacionados. La mayoría utilizan las redes sociales a diario y de ahí obtienen información y todo lo que necesitan, dejando de lado los medios de comunicación impresos por ejemplo.

ESTUDIOS SOBRE LA GENERACIÓN MILLENNIAL

Según una encuesta realizada a la generación millennial en el año 2019 por Deloitte, los cambios transformacionales que han tenido lugar en los últimos años no solo han tenido efectos positivos. A pesar de la actual expansión económica mundial, los millennials y la Generación Z siguen mostrando inquietud y pesimismo acerca de sus carreras profesionales, sus vidas y el entorno que les rodea.

Según se desprende de la encuesta, su ranking de prioridades lo lidera viajar y conocer el mundo, seguido de conseguir un salario más elevado, comprarse una vivienda, generar un impacto positivo en la sociedad y tener hijos, por ese orden. Para los encuestados españoles, tener hijos y formar una familia escala a la tercera posición de su listado de prioridades.

Por su parte, en lo que a sus preocupaciones se refiere lidera el ranking global el cambio climático, la protección del medioambiente y los desastres naturales. Mientras que lo que más inquieta a los jóvenes españoles es el desempleo en un 39%. Algo que también les preocupa mucho es la economía y la política ya que la mayoría no cree que estarán mejor en el futuro.

Este estudio aporta información al trabajo ya que habla de que piensa y quiere esta generación que ya está preparándose la mayoría para convertirse en profesionistas y trabajar. Además de que el mercado laboral también está modificándose debido a las características de los que lo incluyen.

LA INCORPORACIÓN DE LOS MILLENNIALS AL MERCADO LABORAL

La Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo Centro de Investigación Económica y Social y la Federación colombiana de gestión humana en 2019 hicieron un estudio para saber la situación laboral de los millennials y los retos a los que esta generación se enfrenta. Se dijo que estos han atravesado crisis en los 90 y 2000 y en la del 2008 los jóvenes fueron los principales afectados ya

que tuvieron altas tasas de desempleo y endeudamiento educativo.

Otra característica importante es que existe la rotación de empresas constantemente ya que prefieren desarrollar herramientas para un buen desempeño en el mercado laboral a estar en un trabajo donde en un futuro pueden ser despedidos. Los salarios altos no son atractivos para ellos ya que les dan mayor importancia a tener tiempo libre y el esparcimiento, mientras que las injusticias y prácticas laborales abusivas no son toleradas por los millennials.

Los millennials son conscientes de que deben trabajar más que las generaciones anteriores para tener una pensión, ya que los sistemas de seguridad social dependen

de cómo se adapten en un futuro. El Banco Interamericano de Desarrollo (2018) citado en fedesarrollo 2019, identificó que la mayoría de los jóvenes en algunos países de América Latina tienen un trabajo informal, pero también mostró que los trabajadores jóvenes pueden crear lazos permanentes con las empresas ya que el 73.3% de los millennials incluidos tenían un contrato a término indefinido y los de ingresos más bajos tienden a tener contratos de término fijo.

Las diferencias entre los millennials de diferentes países crean la necesidad de que se implementen políticas para incentivar el empleo joven, que se obtengan habilidades de las nuevas tecnologías y entrar al mercado laboral formal es la prioridad para mejorar el mercado laboral de esta generación.

METODOLOGÍA

Tipo de investigación

$n = 1.96^2 (129,365)(0.7)(0.3) / (.10)^2 (129,365 - 1) + 1.96^2(0.7)(0.3)$

$n = 80.62$

Los datos de esta investigación indican que es de tipo descriptiva ya que esta busca especificar las propiedades, características, y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. No experimental ya que no se manipulan las variables del objeto de estudio y con diseño transversal porque recolecta los datos en un solo momento y tiempo único (Hernández, S. y Fernández, C. 2014).

MATERIALES

El instrumento a utilizar para la realización de esta investigación con la finalidad de recolectar los datos necesarios es una encuesta que se aplicará con ayuda de la herramienta de formularios de Google para una mejor recopilación de la información. La encuesta intenta reflejar la opinión de los millennials en cuanto a sus preferencias y opiniones acerca del mercado laboral. Este documento se adaptó de Deloitte Ecuador (2019) y Logyt (S.f), está integrado por 12 preguntas de las cuales una pregunta es de escala likert la cual Hammond (2020) define como un método de investigación de campo que permite medir la opinión de un individuo sobre un tema a través de un cuestionario que identifica el grado de acuerdo o desacuerdo de cada pregunta. Regularmente se emplean 5 niveles, la pregunta en la encuesta es del 1 al 5, siendo 1 muy poco y 5 demasiado, también diez de opción múltiple y una abierta (Ver en anexo 1).

SUJETO

Las características del sujeto son personas que hayan nacido entre los años 1983 y 1999, que vivan en Cd. Obregón, Sonora.

Según el Censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010) citado en las estadísticas municipales del Instituto municipal de Investigación y planeación Urbana en Cajeme (2017), la población total de habitantes en Cajeme fue de 318,928, siendo aproximadamente 129,365 el total de personas que conformaban la generación millennial en el 2010.

PROCEDIMIENTO

Para desarrollar la investigación, se recolectó información sobre los millennials en el mercado laboral, se adaptó la encuesta especificada anteriormente y se aplicó a la muestra obtenida de la población en forma digital, después se recopilaron los datos obtenidos para proceder a graficar y analizar los resultados para finalmente llegar a las conclusiones.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Muestra para población finita:

$$n = (S^2)(N) \textcircled{p}(q) / e^2 (N - 1) + (S^2) \textcircled{p}(q)$$

donde:

n= tamaño de la muestra

N= población

S= nivel de confianza

p= probabilidad de éxito

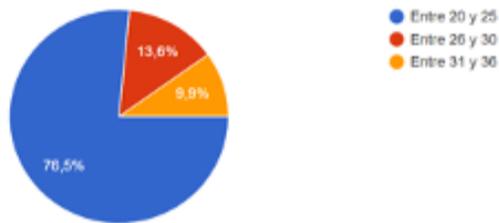
q= probabilidad de fracaso

e= Error máximo

RESULTADOS Y DISCUSIONES

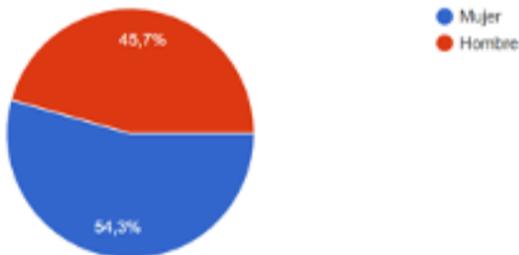
RESULTADOS

Los resultados obtenidos se dividen en 2, la primera parte muestra los datos generales de las personas encuestadas como la edad, sexo, universidad donde estudiaron, objetivos, etc. Mientras que la segunda parte es el comportamiento en el mercado laboral donde son preguntas acerca de las empresas.



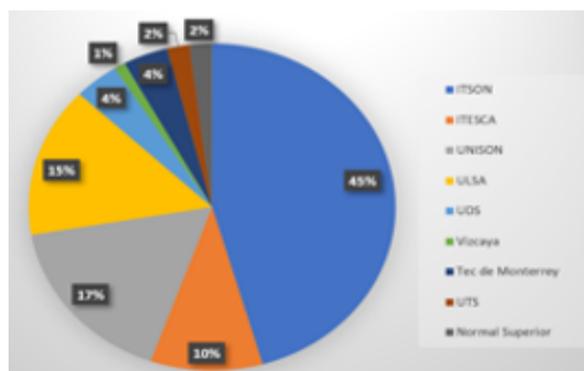
Gráfica 3. Edad de los encuestados.

La mayoría de los encuestados fueron jóvenes de entre 20 y 25 años. En segundo lugar personas de entre 26 y 30 años con 13.6% y por último con un 9.9% las personas de entre 31 y 36 años.



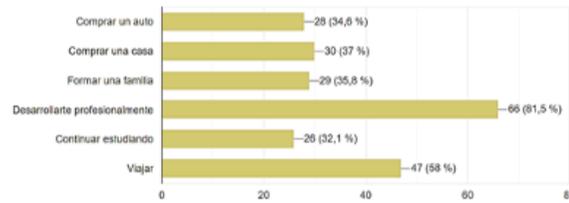
Gráfica 4. Sexo de los encuestados

Se encuestaron 81 personas de las cuales, un 54.3% fueron mujeres y un 45.7% hombres.



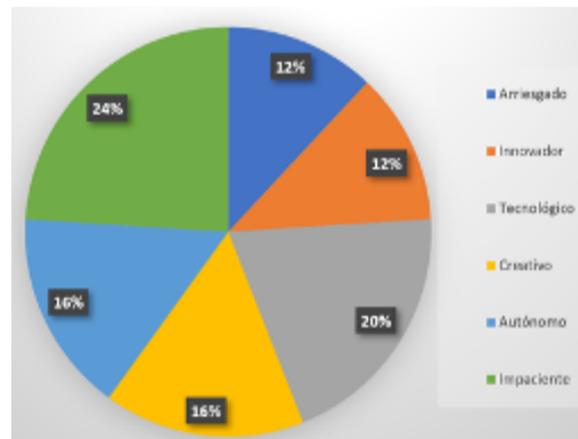
Gráfica 5. Universidad donde estudian/estudiaron.

La mayoría de los encuestados con el 46% estudian o estudiaron en el Instituto Tecnológico de Sonora, el 17% en la Universidad de Sonora y el 15% en la Universidad de La Salle.



Gráfica 6. Objetivos a largo plazo

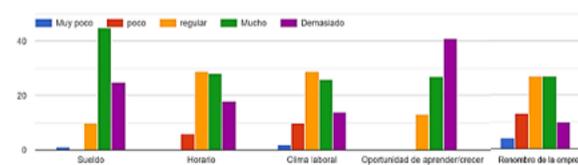
Se les preguntó cuáles son sus objetivos a largo plazo, dándoles la opción de que eligieran entre una y tres de las posibles opciones. La más elegida fue que querían desarrollarse profesionalmente con un 81.5%, seguida de viajar con 58% y como última opción continuar estudiando con 32.1%.



Gráfica 7: ¿Qué caracteriza a los millennials?

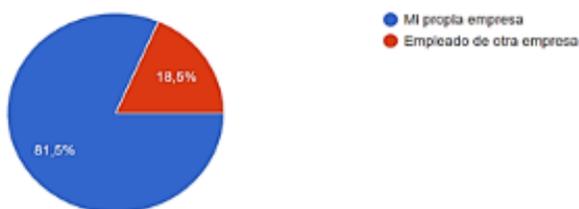
El 24% de los encuestados se identifican como millenials por ser impacientes, seguido del 20% con tecnológicos, el tercer lugar empatado con creativo y autónomo con 16 % mientras que ser innovador y autónomo también se empata con un 12%

COMPORTAMIENTO EN EL MERCADO LABORAL



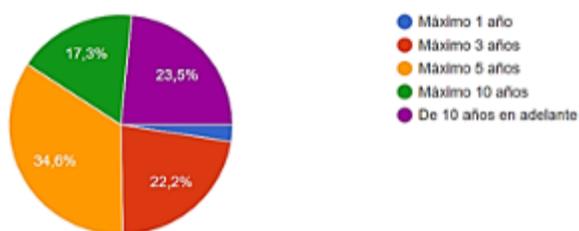
Gráfica 8: Importancia de los aspectos a la hora de aceptar un trabajo

Según los encuestados, el aspecto más importante a la hora de aceptar un empleo es el de la oportunidad de aprender, el sueldo es considerado mucho, el horario regular, el clima laboral regular y el renombre de la empresa regular y mucho.



Gráfica 9: Empresa propia o empleado

El 81.5% de los encuestados prefieren tener su propia empresa, mientras que el 18.5% prefieren ser empleados de otra empresa.



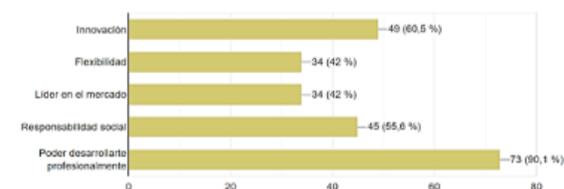
Gráfica 10: Años en una misma empresa

Al 34.6% de los millennials les gustaría permanecer máximo 5 años en una misma empresa, el 23.5% de 10 años en adelante y el 22.2% máximo 3.

Tabla 1: Razones para permanecer en la misma empresa

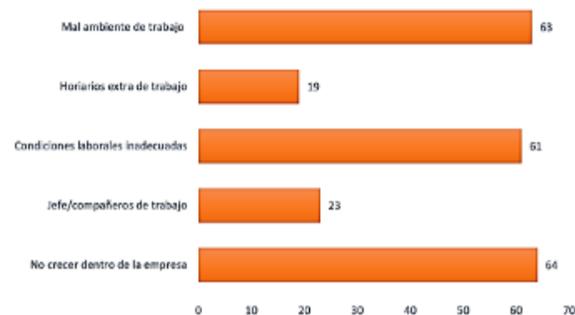
Años	Razones para permanecer ese tiempo en una misma empresa
De 1 a 10 años	<ul style="list-style-type: none"> • Salir de la zona de confort • Empezar un negocio propio • Adquirir experiencia • Evitar el estancamiento • Crecimiento
De 10 años en adelante	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad • Comodidad • Generar antigüedad

Las razones por las que los encuestados contestaron que les gustaría permanecer de 1 año a máximo 10 es porque quieren salir de su zona de confort, emprender su propio negocio, no estancarse y adquirir experiencia. Mientras a los que les gustaría durar de 10 años en adelante es porque prefieren estabilidad, comodidad y generar antigüedad.



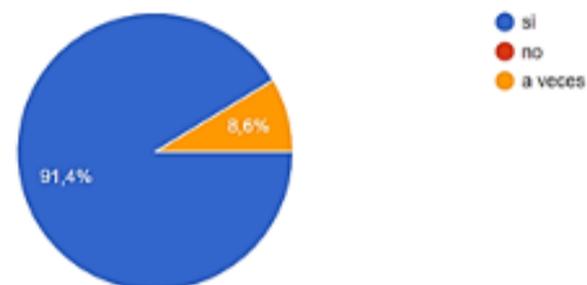
Gráfica 11: Atributos de una empresa

Se podían elegir de 1 a 3 atributos, teniendo como resultado que entre las más populares el 90% de los encuestados busca principalmente poder desarrollarse profesionalmente en la empresa, el 60.5% que sea innovadora y el 55.6% que sea responsable con el ambiente.



Gráfica 12: Razones para terminar una relación laboral

Se podían elegir de 1 a 3 razones, teniendo como resultado que no crecer dentro de la empresa, un mal ambiente de trabajo y condiciones laborales inadecuadas son las principales razones por las cuales terminarían su relación laboral.



Gráfica 13: Importancia de la tecnología en el ámbito laboral

El 91.4% de los encuestados contestó que sí es importante el uso de la tecnología en el ámbito laboral, mientras que el 8.6% contestó que a veces y ninguno contestó que no.

DISCUSIONES

Ortega (2014), resume que los millennials no viven solo para trabajar, piensan en la sociedad y aunque si trabajan en algunas empresas también quieren gozar el ser emprendedores y autónomos.

Con respecto a esta investigación, se encontró que la mayoría de los millennials en Cajeme prefieren tener su propia empresa, pero también hay otros que prefieren ser empleados, además de que gran parte de estos mismos también se definió como personas autónomas. Esto puede deberse a que las características de esta generación están muy marcadas en todo el mundo y el tema del emprendimiento es algo que ellos defienden.

Los jóvenes están más preparados que antes ya que dedican más tiempo a ellos, viajar, estudiar, etc. También buscan trabajos donde tengan tiempo para ellos en donde no inviertan mucho tiempo ni esfuerzo e intentan resolver todo con la tecnología. Ellos están acostumbrados al cambio y no les asustan los nuevos trabajos o cambiar de puesto dentro de la empresa. Un factor importante para ellos es la tecnología y los medios de comunicación

ya que están muy relacionados para Bongiovanni y Soler (2016).

En los resultados de la encuesta, se encontró que los tres atributos más importantes que buscan en una compañía para trabajar es poder desarrollarse bien profesionalmente, que sea innovadora y con responsabilidad social, además de que para ellos la tecnología es de vital importancia en el mercado laboral. Tampoco les asusta salir de su zona de confort pues muchos contestaron que 5 años sería el tiempo máximo en pertenecer a una misma empresa, pues estos tienen ganas de emprender su propia empresa, no estancarse y crecer.

En la encuesta de Deloitte en 2019, su ranking de prioridades es viajar y conocer mundo, seguido de conseguir un salario más elevado, comprarse una vivienda, generar un impacto positivo en la sociedad y tener hijos, por ese orden. Para los encuestados españoles, tener hijos y formar una familia escala a la tercera posición de su listado de prioridades.

Para los encuestados de Cajeme, su primera prioridad es desarrollarse profesionalmente, seguido de viajar, comprar una casa, formar una familia, comprar un auto y seguir estudiando. Ellos tienen ganas de salir al mundo

laboral a demostrar lo que tienen para después cumplir sus otras metas que son viajar y hacerse de sus propiedades.

Según el estudio realizado por el Fedesarrollo en 2019, otra característica importante es que existe la rotación de empresas constantemente ya que prefieren desarrollar herramientas para un buen desempeño en el mercado laboral a estar en un trabajo donde en un futuro pueden ser despedidos. Los salarios altos no son atractivos para ellos ya que les dan mayor importancia a tener tiempo libre y al esparcimiento, mientras que las injusticias y prácticas laborales abusivas no son toleradas por los millennials.

En esta investigación se muestra que el salario es muy importante para ellos pero no demasiado como la oportunidad de aprender o crecer. Mientras que lo que no soportarían en una empresa sería no crecer, un mal ambiente de trabajo y condiciones laborales inadecuadas.

Por esto puede ser que los millennials buscan más emprender sus propias empresas y poner sus propias reglas, porque entre sus características está la autonomía y por lo tanto no soportan algunas de las reglas y normas que las empresas tienen hoy en día.

CONCLUSIÓN

El objetivo de esta investigación era analizar el comportamiento de los millennials considerando las características de esta generación permitiendo un amplio conocimiento para la obtención de oportunidades de estos jóvenes en el mercado laboral.

Del estudio del comportamiento de los millennials en el mercado laboral, se puede concluir que sin duda esta generación hoy en día se define como impacientes, tecnológicos, autónomos y creativos, por lo que trabajar en una empresa ya establecida no es algo que a la mayoría le llame la atención, lo que puede ser preocupante para las empresas ya establecidas.

Sin embargo, al emprender más empresas puede ser una oportunidad de que se eliminen los monopolios, exista más competencia y un aumento en la circulación de dinero, generando más oportunidades para las PyMEs. Gran parte de las nuevas generaciones busca terminar de estudiar y poner su propia empresa pequeña, sin embargo no se dan cuenta de todo lo que requiere o todo lo que se puede presentar hasta que se encuentran en problemas, por ello se considera que es importante que se dé a conocer a los millennials la importancia de tener un empleo por un tiempo, para aprender y después poder establecer tu empresa y tu personal sabiendo todo

lo que esto conlleva y no los tome de sorpresa y puedan fracasar como empresarios. Aunque como ya se vio anteriormente esto también es una característica, el querer emprender, innovar y el ser impaciente.

Por otra parte, podemos rescatar que, las prioridades de la actualidad se han modificado, ya que antes se tenía como prioridad el trabajo y formar una familia. Hoy en día viajar y adquirir propiedades también se han convertido en prioridades para la sociedad por encima de formar una familia. Se cree que esto se debe a un cambio en las metas personales de los jóvenes.

De acuerdo a los resultados obtenidos y a la investigación realizada anteriormente sería positivo el hecho de que los empresarios consideren contratar o incluir millennials en sus equipos de trabajo ya que a pesar de las características no tan positivas que tienen como el hecho de que no les gusta permanecer mucho tiempo en un solo trabajo, tienen otras muy positivas pues como son nuevas generaciones están más actualizados y saben que es lo que les interesa o les gusta a las personas de su generación. Así mismo como están tan en contacto con la tecnología y las redes sociales, estas a su vez les permiten aprender cosas nuevas y relacionarse con más personas lo que les abre las puertas también a la hora

de trabajar, es decir, le pueden aportar nuevas ideas e incluso abarcar áreas de oportunidad que no han sido exploradas, brindándole a la empresa un enfoque más moderno para poder competir con los mercados emergentes.

No obstante, es importante aclarar que los millennials son las nuevas generaciones y es importante incluirlos en las empresas a pesar de las distintas tendencias e ideologías a las cuales la “generación X” está acostumbrada, y más considerando que en la actualidad las ma-

yoría de las empresas y/o industrias son lideradas por personas de la generación X, en muchos casos esas empresas ya más antiguas están llegando a su jubilación en donde va a llegar un punto en que esos altos puestos administrativos tendrán que ser suplidos por los millennials, por ambos lados tienen que adaptarse para subsistir, tanto como empresario ver la manera de atraer a los millennials, y los mismos acercarse a los distintos trabajos disponibles para poder tener sus propios ingresos y cumplir sus objetivos.

REFERENCIAS:

- Acosta, C. (2017): Motivaciones laborales de Millennials que trabajan en diversas empresas de la ciudad de Bogotá, Colombia (trabajo de grado) Universidad de La Sabana, Chía.
- Álvarez, J. y Haro, G. (2017): Millennials la generación emprendedora. Editorial Ariel. España.
- Bongiovanni, N. y Soler, C. (2016): Características y expectativas laborales de la generación “Y”. Revista de Adenag. 6. p.15.
- Deloitte (2019) : Encuesta a la generación millennial 2019: Prioridades y preocupaciones de los millennials y la Generación Z.
- Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo (2019). Informe Mensual del Mercado Laboral: Los millennials y el mercado laboral. Colombia, Fedesarrollo, 3-8.
- González, R. (2011): Impacto en las prácticas tradicionales de recursos humanos por la incorporación de la Generación Y: El caso de una entidad financiera de la ciudad de Resistencia. (Tesis de maestría). Universidad de Palermo. Buenos Aires, Argentina.
- Hammond, M. (2020). Escala de Likert: qué es y cómo utilizarla. Recuperado el 23 de Septiembre del 2020 de <https://blog.hubspot.es/service/escala-likert>
- Hernández, S. & Fernández, C. (2014). Metodología de la investigación. 6ta. Edición, Editorial Mc Graw Hill México D.F.
- Instituto Municipal de investigación y Planeación Urbana de Cajeme. (2017): Estadísticas Municipales. Recuperado el 14 de Noviembre del 2019 de <https://www.imipcajeme.org/estadisticas-municipales/>
- Novella, R., Repetto, A., Robino, C. y Rucci, G. (2018). Millennials en América Latina y el Caribe: ¿Trabajar o estudiar?. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Ortega, I. (2014): Millennials: inventa tu empleo. España. Unir editorial. 30-31.
- Saccone, E., Fernández, M, y Mennucci, F. (2016): Escuchando a nuestros alumnos. Revista de Adenag. 6. p.9.
- Silvestre, E. y Cruz, O. (2016): Conociendo la próxima generación de estudiantes universitarios dominicanos a través de las redes sociales. Revista de ciencia y sociedad. 41. 476-477.
- Talero, G. (2017): Figura del empresario innovador de Schumpeter: una revisión teórica y aproximación a casos prácticos. Colombia (Documento académico) Universidad Militar Nueva Granada.
- Tagliabue, R. y Cuesta, M. (2011). Una Nueva Generación en la Universidad y el Trabajo: desafíos y oportunidades. Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología, vol. 4, 50-58.
- Valencia, P. y Patlán, J. (2017): El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. Tac empresarial. 5. p.22.

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA MILLENNIALS

Esta encuesta está diseñada para analizar el comportamiento de los Millennials considerando las características de esta generación que permitan un amplio conocimiento para la obtención de oportunidades de estos jóvenes en el mercado laboral.

Conteste las siguientes preguntas lo más sinceramente posible.

Datos generales

- Edad:
- Entre 20 y 25
- Entre 26 y 30
- Entre 31 y 36
- Sexo:
- Mujer
- Hombre

¿En qué universidad estudias/estudiaste?

- ITSON
- ITESCA
- UNISON
- ULSA
- UDS
- VIZCAYA
- TEC de Monterrey
- Otro:

¿Cuáles son tus objetivos a largo plazo?. Puede elegir de 1 a 3 de las siguientes opciones.

- Comprar un auto
- Comprar una casa
- Formar una familia
- Desarrollarte profesionalmente
- Viajar

¿Qué crees que te caracteriza como millennial?

- Arriesgado
- Innovador
- Tecnológico
- Creativo
- Autónomo
- Impaciente

COMPORTAMIENTO EN EL MERCADO LABORAL

Del 1 al 5, siendo 1 muy poco y 5 demasiado, ¿Qué tanta importancia le das a los siguientes aspectos al aceptar una oferta laboral?

	1	2	3	4	5
Sueldo					
Horario					

Clima laboral					
Oportunidad de aprender/ crecer					
Renombre de la empresa					

¿Qué prefieres, emprender tu propia empresa o ser empleado de otra empresa?

- Mi propia empresa
- Empleado de otra empresa

Si estás conforme con tu trabajo, con un buen sueldo y prestaciones. ¿Cuánto tiempo te gustaría permanecer en la misma empresa?

- Máximo 1 año
- Máximo 3 años
- Máximo 5 años
- Máximo 10 años
- De 10 años en adelante

¿A qué se debe su respuesta anterior?

¿Cuáles son los 3 atributos que buscas en una compañía para trabajar?

- Innovación
- Flexibilidad
- Líder en el mercado
- Responsabilidad social
- Poder desarrollarte profesionalmente

¿Cuáles serían las 3 razones más importantes para terminar tu relación laboral con la empresa?

- Mal ambiente de trabajo
- Horarios extras de trabajo
- Condiciones laborales inadecuadas
- Jefe/compañeros de trabajo
- No crecer dentro de la empresa

¿Consideras importante el uso de la tecnología en el ámbito laboral?

- Si
- No
- A veces

ESTUDIO Y ANALISIS DE LOS COSTOS QUE INTERVIENEN EN UN PROCESO PRODUCTIVO

**STUDY AND ANALYSIS OF THE COSTS
INVOLVED IN A PRODUCTION PROCESS**

Autor: Kenia Rodriguez
kenia_rodriguez@hotmail.com

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar los costos que intervienen en los procesos productivos de una empresa del sector industrial dedicada a la elaboración y venta de pasteles y repostería que se maneja por órdenes de producción bajo el sistema de costos predeterminados.

Para que se pudiera lograr el presente trabajo, fue necesario que interviniera la propietaria de la empresa, con la ayuda de la jefa de cocina, así como auxiliares de cocina, logrando profundizarnos en las diversas actividades de la empresa como lo fue en los procesos productivos de ciertos productos seleccionados en base al volumen de ventas en un mes de estos.

Como soporte durante el proyecto se obtuvo la ayuda de cuestionarios para obtener información en cuanto a ciertos datos de la empresa y se proporcionaron formatos de control que ayudaron a establecerse de manera eficiente el sistema de contabilidad de costos que más sea acorde a la necesidad de la empresa. Por lo tanto, esto muestra que es importante la implementación de formatos de control en los procesos productivos de la empresa.

Cabe mencionar que, entre toda la información obtenida, los datos más importantes relacionados a lo financiero fueron el volumen de cada materia prima que se tiene que comprar, los gastos variables que se incurren en cada proceso de cada uno de los productos, la mano de obra de los empleados, entre algunos otros, con el fin de llegar a lo cometido que es el costo unitario lo más apegado a la realidad.

Palabra clave: costo, proceso productivo

ABSTRACT

The present research aims to analyze the costs involved in the production processes of a company in the industrial sector dedicated to the production and sale of cakes and pastries that is managed by production orders under the predetermined cost system.

In order for the present work to be achieved, it was necessary for the owner of the company to intervene, with the help of the head chef, as well as kitchen assistants, managing to delve into the various activities of the company, such as the production processes of certain products selected based on the volume of sales in a month of these.

As support during the project, the help of questionnaires was obtained to obtain information regarding certain company data and control formats were provided that helped to establish efficiently the cost accounting system that best suits the needs of the company. business. Therefore, this shows that the implementation of control formats in the company's production processes is important.

It is worth mentioning that, among all the information obtained, the most important financial-related data was the volume of each raw material that has to be purchased, the variable expenses incurred in each process of each of the products, the hand of The work of the emploméis, among some others, in order to reach the goal, which is the unit cost that is closest to reality.

Keyword: costs, production process

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el estudio y análisis de los costos que intervienen en un proceso productivo representan una parte esencial en las empresas industriales, sobre todo porque constantemente los elementos del costo de sus procesos productivos deben ser cuidadosamente controlados, debido a que un adecuado control de éstos puede representar una ventaja competitiva como clave elemental para las decisiones que intervienen en el rumbo sobre el cual operará la empresa.

En este orden de ideas, un estudio y análisis de los costos que intervienen en el desarrollo de un proceso productivo, permitirá la identificación de los recursos en los que es necesario invertir para llevar a cabo la producción, por lo que ofrecerá a la empresa un amplio panorama de los puntos críticos que pueden ser detectados en dicho proceso, permitiendo una mejora continua mediante una correcta aplicación de la información obtenida.

ANTECEDENTES

De acuerdo a lo expresado por Gertz Manero, hacia el año 6000 a.C., ya existían los elementos necesarios para la actividad contable: la escritura y los números; el concepto de propiedad, un gran volumen de operaciones, las monedas y quizás, el crédito en los mercados, al respecto existe una tablilla de barro, que data de la época, de origen sumerio, en la que algunos investigadores han creído encontrar registros de ingresos y egresos, a partida simple; otros más audaces identifican los registros a partida doble. Existen testimonios sobre contabilidad, tanto en Egipto como en Mesopotamia. Pagani, en su obra *I Libri Commerciali* (citado por Gertz Manero 1996), quien al referirse a la Atenas del siglo V a.c., “dice que había reyes que imponían a los comerciantes la obligación de llevar determinados libros, con el fin de anotar las operaciones celebradas” igualmente para el año 2100 a.C., Hammurabi, reina en Babilonia, realizó su célebre codificación que lleva su nombre y en ella se toca el tema de la práctica contable.

Esta contabilidad comienza a mostrarse en forma incipiente con la Revolución Industrial, ya que la invención de la máquina de vapor y del telar industrial dio lugar a la aparición de los talleres, antes artesanales para convertirse en fábricas.

Hacia 1880 se llegó a la conclusión que los criterios contables utilizados hasta ese momento no eran compatibles con las exigencias de información que requerían las actividades industriales. Henry Metcalfe, en 1890, en su libro "Costos Industriales" se interesa por los problemas que presentan los costos indirectos de los productos, y es aquí donde comienza el desarrollo de lo que luego será la contabilidad de costos.

En 1910 se comienza a conectar la información sobre costos con la contabilidad general. En la evolución de la contabilidad de costos se comienza controlando y contabilizando el ciclo de las materias primas, desde las compras hasta la identificación del consumo de las mismas en la fabricación de los productos. Posteriormente se procedió a contabilizar la mano de obra aplicándola a los productos o procesos, llegándose por último a la contabilización de los costos indirectos de producción.

Las innovaciones productivas acentuaron la necesidad de mejorar los procesos operativos y de gestión, en los cuales la contabilidad cumple un papel fundamental y se hace imperante considerar nuevos hechos numerables no considerados en los años anteriores.

En la actualidad las empresas industriales dependen de gran medida de la contabilidad y control de los costos, ya que la elaboración y venta de los productos requieren que se analicen los costos en los que se ha incurrido en la producción para identificar la inversión que se realiza en cada uno de ellos y de esta manera determinar un margen de utilidades que permita recuperar las erogaciones realizadas y a la misma vez seguir siendo competitivos en el mercado

Otra investigación se llevó a cabo por Borrero (2015) que desarrolló el proyecto de grado "Sistema de análisis de costos para el mejoramiento del proceso de reencauche de llantas de camión" con el objetivo de diseñar un sistema de análisis de costos que proporcione información completa y actualizada de los costos involucrados en el proceso de reencauche de llantas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día es evidente el surgimiento de nuevas empresas las cuales son en su mayoría pequeñas industrias, las cuales desde su creación se ven obligadas a hacer frente a la gran competencia existente en el mercado. Desde esta perspectiva es de suma importancia que sus procesos productivos y los costos que intervienen en ellos

sean lo más eficientes posibles, debido a que junto con la competencia nace la dificultad de que la generación de utilidades aumente en caso de que los precios sufran algún incremento. Por lo que es evidente la necesidad de que las empresas lleven a cabo un estudio de los costos, ya que la disminución de estos es la opción más viable para lograr el aumento de las utilidades.

El hecho de realizar una reducción en los costos no debe implicar una merma en la calidad de los productos, ya que esto pone en riesgo la competitividad de la empresa. De esta manera lograr un eficaz y adecuado control de los costos requiere un análisis detallado para obtener información de gran utilidad para aplicar en el entorno operativo y financiero de la organización.

JUSTIFICACIÓN

La importancia del estudio de los costos radica en las decisiones que debe tomar una empresa cuando los niveles de los costos se están incrementado, es aquí donde interviene la necesidad de analizar los costos para identificar los recursos que interceden en la actividad de producción de la empresa y de esta manera poder cuantificarlos y controlarlos en la medida que la empresa lo requiera para una mayor optimización de sus costos.

Con esta investigación, se espera que la empresa comprenda la importancia del estudio y análisis de los costos que intervienen en sus procesos productivos y así implementar que la empresa utilice de manera permanente la información proporcionada por esta investigación.

OBJETIVO

El objetivo es implementar un sistema de costos que nos permita obtener el costo más exacto posible, para facilitar la identificación de los elementos que lo integran (materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación), así como para la reducción de costos innecesarios.

Los objetivos específicos son:

- Identificar la inversión realizada en cada uno de los elementos del costo
- Detectar desviaciones o costos elevados que se puedan reducir o eliminar
- Optimizar la distribución de la planta para un eficiente flujo de todas las actividades de producción.
- Optimizar la mano de obra en el tiempo de espera para enfriar los productos, proceso que ocurre entre la elaboración y armado/decoración.

MARCO TEÓRICO.

En la teoría de análisis de los costos, es necesario tener claros los siguientes conceptos fundamentales. De acuerdo con García (2014), establece que el costo es el valor monetario de los recursos que se entrega o promete entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren. El análisis de costo es simplemente, el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto del voluntario. Entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero. (Peace Corps, 2008).

Según García y Fernández (2011), el objetivo del análisis del costo es determinar el cumplimiento del plan de los gastos de producción, determinar en qué medida y a cuenta de que puede garantizarse la reducción ulterior de los mismos. Al mismo tiempo se estudia el nivel y la estructura del costo de la producción de la empresa, la correspondencia de los gastos reales en la misma con los normativos corrientes, planificada y vigente en la producción, de los gastos de trabajo, de recursos materiales y financieros.

Un proceso productivo engloba un conjunto de actividades por las que las materias sufren un proceso de transformación para, finalmente, convertirse en productos destinados a la venta y consumo por parte del consumidor final. No obstante, así como existen múltiples tipos de empresas en diversos sectores, así existirán también varios tipos de procesos productivos. Porque no será igual el proceso productivo de una empresa de servicios que de una empresa industrial.

De acuerdo con los autores Carro y González (2012) La producción por proyectos son procesos de larga duración y gran escala, por lo que se utilizan para la producción de un producto único.

Bustos (2009) elabora objetos mediante la transformación de materias primas naturales básicas, a través de

procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental.

De acuerdo Muñoz (2009) con La producción de masa se produce un número de unidades con un alto nivel estandarizado, por lo general estos sistemas económicamente son los más rentables y se alcanzan el nivel alto de producción de bajo costo.

Son los elementos del costo de producción o fabricación (materia prima directa, sueldos y salarios directos y costos indirectos de producción) que sirven para valorar los almacenes de artículos terminados, inventarios de producción en proceso y el costo de los productos vendidos. (Cárdenas, 2012)

El autor García (2014), define la materia prima como los elementos que serán sometidos a procesos de manufactura o transformación para su cambio físico y/o químico, antes de ser vendidos como productos terminados.

El autor Del Río (2011) considera que el control contable de la materia prima o materiales se sujeta a la contabilización de los mismos, a través de diversos trámites, que hacen necesaria la utilización de varias formas.

Del Río (2010) dice se emplea principalmente en las industrias que realizan trabajos especiales, o que fabrican productos sobre pedido (no necesaria ni exclusivamente), y también aquellas en las cuales es posible separar los costos de material directo, y de la labor directa empleados en cada orden de fabricación.

Según García (2014), se establece este sistema cuando la producción se desarrolla en forma continua e interrumpida, mediante una afluencia constante de materiales a los centros de costos productivos.

MÉTODO

En éste capítulo se presenta la manera en que se llevó a cabo el desarrollo para la realización de la investigación explicando el método utilizado, así como el sujeto de estudio, los materiales que fueron requeridos y el procedimiento aplicado.

La empresa que fue el sujeto a esta investigación, es una repostería empresa industrial, dedicada a la elaboración y venta de pasteles y repostería, sus propietarias son dos hermanas que fundaron la empresa en febrero 2013.

MATERIALES

Para la obtención de la información requerida sobre la que se llevó a cabo la investigación, fue necesario visitar las instalaciones, así como la realización de entrevistas principalmente con la representante legal quien es la encargada de las funciones y tareas administrativas de la empresa, así como con los trabajadores del área de cocina. Por otra parte, se observó el proceso de producción que se realiza en la empresa para la fabricación de sus productos, esto se realizó con la finalidad de obtener información clara y concisa, para obtener un mejor estudio y análisis.

Las entrevistas se efectuaron en base a la información que específicamente se quería conocer mediante cuestionarios en los que se obtuvo información relativa a los aspectos generales de la empresa, de producción, entre otros, los cuales fueron de gran relevancia para que el análisis realizado sea de la mejor calidad.

Toda la información obtenida, se analizó en base a una comparación de información teórica, así como también práctica, para la determinación del sistema.

PROCEDIMIENTO:

El primer paso que se realizó fue asistir a la empresa para plantearle a las propietarias el proyecto a desarrollar, explicando la utilidad que éste puede aportar en su empresa y estuvieran al tanto de lo que implementaríamos para poder tener acceso a la información necesaria y poder trabajar de manera segura.

Una vez aceptado el proyecto por parte de la empresa, fueron necesarias reuniones con la representante legal que se encargó de brindarnos información sobre los antecedentes y evolución del negocio, así como de las generalidades de la empresa. Cabe mencionar que toda la información fue obtenida mediante la aplicación de cuestionarios.

Entre la información solicitada fueron reunidos los detalles sobre la elaboración de los productos, detallando el proceso productivo y analizando las cifras referentes al volumen de producción y venta de artículos en la empresa.

Otro aspecto bajo el cual se solicitó información, fue la estructura organizacional. En la cual para conocer más a detalle los puestos que integran la empresa se realizó un organigrama para una mejor comprensión y visualización gráfica de las relaciones entre los puestos, de igual manera para conocer las actividades que se desempeñan en cada uno.

Al solicitar la información sobre la contabilidad de la empresa, fue necesario realizar una entrevista con el contador de la empresa, para obtener la información de cómo se lleva a cabo el registro contable de las operaciones que se realizan.

Posteriormente fue necesario investigar sobre la disponibilidad de los recursos humanos, técnicos y materiales de la empresa, ya que estas son algunas de las características a las cuales se debe adaptar el sistema de costos.

El segundo paso fue determinar la fijación de los objetivos de la implantación del sistema siendo necesario dialogar los objetivos que pueden resultar del sistema de costos para hacer una elección de los más favorables

y que puedan ser aplicados según las necesidades de la empresa.

El tercer paso fue analizar con la empresaria los costos que pueden surgir en la implementación del sistema, teniendo como conclusión que no se generarán costos por implementación ya que el equipo se encargaría de dicha implementación, por otro lado, se determinó que los costos de operación de recursos materiales serán únicamente por papelería técnica de uso interno (formatos de control), debido a que fuera de eso se utilizará la misma infraestructura con la que cuenta la empresa.

El cuarto paso se buscaron otros sistemas de costeo con el propósito de conocer otros tipos de sistema que existen y sus características de las mismas, por lo cual

se analizaron detenidamente cada uno de ellos, para conocer cuál es la que cubre con las necesidades de la empresa.

El quinto paso se realizó una detallada revisión con las empresarias para confirmar que todo se está llevando a cabo según lo acordado y las empresarias estén de acuerdo con los avances presentados.

El sexto paso de acuerdo con el análisis se diseñó un sistema de costeo, en el cual se adaptó a las necesidades de la empresa y que apoyará a clasificar y separar los costos de producción, los cuales son materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación. En este paso fue necesario realizar un estudio de la planta para tener noción del entorno en el cual se desarrolla el proceso productivo, de igual manera se efectuó un estudio de la materia prima para determinar los ingredientes requeridos en cada producto y además conocer a detalle los artículos que la empresa produce, así como también los artículos terminados que son puestos en venta.

Después, para lograr la identificación y clasificación del proceso productivo fue necesario analizar los pasos fundamentales que la constituyen, primero se identificaron y clasificaron los centros de costos de producción estudiando la materia prima, mano de obra y gastos indirectos de fabricación que se requieren en cada producto que se elabora. Después se realizó la identificación y clasificación de los elementos del costo de producción, para determinar específicamente cuáles ingredientes y materiales se considerarían como materia prima directa e indirecta, de igual manera fue necesario definir la mano de obra que repercute directamente en la elaboración de los productos y la que lo hace de manera indirecta, así como los gastos indirectos que deben ser considerados en el proceso productivo de cada artículo.

En la determinación de las bases de aplicación fue ne-

cesario establecer la manera en que se va a determinar cada uno de los elementos del costo de producción que le corresponde a cada artículo

Se diseñaron controles internos ya que la empresa carecía de éstos, como órdenes de compra, tarjetas de almacén, formatos de gastos indirectos de fabricación, cada uno de los formatos se realizaron para llevar a cabo un control de las compras realizadas en la empresa, la entrada y salida de materia primas y conocer los precios de la materia prima que se va adquiriendo, de igual forma se dio a conocer la cantidad que va gastando la empresa en los gastos indirectos de fabricación y por ultimo verificar que los trabajadoras realicen su jornada laboral,

con el fin de apoyar a la empresa a que identifiquen de una manera adecuada las erogaciones realizadas en cada uno de los elementos del costo.

Por último se realizó un caso práctico basado en el último mes de operaciones de la empresa (Agosto de 2018), diseñando para él un catálogo de cuentas y desarrollando los asientos contables en el libro diario, pólizas, registrando en esquemas de mayor y los formatos de control interno antes mencionados, para obtener la información suficiente para la elaboración del estado de costos de producción y venta, estado de resultados y estado de situación financiera y de esta manera corroborar la implementación del sistema de costos.

RESULTADOS

En la presente investigación se muestra los resultados obtenidos, se aplicaron diversos formatos de control, mano de obra, gastos indirectos de fabricación, sistema de costos que le permita determinar y controlar los elementos del costo que intervienen en los procesos productivos, lo cual hacen mediante estimaciones y en base a trabajos realizados anteriormente.

En esta investigación se presenta información cuantitativa y cualitativa en la cual nos muestran formatos que se implementaron para su buen uso de los elementos de costo Y en la información cuantitativa nos muestra la información de los resultados obtenidos.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014: 4), La investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas.

El análisis cualitativo “utiliza la recolección de datos para finar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014: 7).

A continuación, se muestra los formatos diseñados para la empresa como el resultado del proceso y diagnóstico aplicado para detectar y apoyar el control internos adecuado a las operaciones del proceso productivo, identificando los siguientes formatos: Este control se establece para obtener el concentrado de la orden de trabajo con todas las especificaciones necesarias.

Figura 1. Orden de producción.

COCOLATTE														
Orden de producción														
Producto: _____			Fecha de inicio: _____			Fecha de terminación: _____			Número de orden: _____			Cantidad: _____		
Especificaciones: _____														
Materiales directos					Mano de obra directa				GIF					
Materiales primas														
Fecha	Concepto	No. Requisición	Unidades	Costo	Fecha	Horas	Tarifa	Tiempo de tiempo	Costo	GIF MCI	GIF	GIF empaques	Total GIF	Costo total
Expedita por _____					Contabilizada por _____									

Fuente: Del Río González (2010)

Figura 1. Orden de producción.

El siguiente control es la solicitud de compra para el respaldo del inicio del proceso productivo.

COCOLATTE				
Solicitud de compra				
No. _____				Cd. Obregón, Sonora, a _____ de _____ de _____
Al departamento de administración				
Solicitamos comprar lo siguiente:				
Especificación del artículo	Unidad	Cantidad	Fecha de entrega	Observaciones
Formuló		Enterado		
Encargada de cocina		Jefa de cocina		

Fuente: Del Río González (2010)

Figura 2. Solicitud de compra.

Este documento indica con la mayor precisión posible los materiales que se necesitan en cantidad, calidad y plazo de recepción. El almacenista formula la solicitud de compra al departamento respectivo, con la autorización del jefe de fabricación.

En el siguiente control la entrada al almacén como se muestra en la figura.

COCOLATTE
Nota de entrada al almacén

No. _____

Fecha _____

Proveedor _____

Nuestro pedido num. _____ del _____ de _____ del 20____
Su remisión num. _____ del _____ de _____ del 20____

Material		Unidad	Cantidad	Total	Costo unitario	Importe
Clave	Descripción					

Recibo por: _____ Operado por: _____
Jefa de cocina Representante legal

Fuente: Del Río González (2010)

Figura 3. Nota de entrada almacén, En ella se observa las especificaciones del ingreso material y real de un bien o elemento al almacén o bodega de la entidad, constituyéndose así el soporte para legalizar los registros en almacén y efectuar los asientos en contabilidad. Su objetivo es documentar el ingreso de un bien o insumo al almacén de la dependencia.

Material		Unidad	Cantidad	Total	Costo unitario	Importe
Clave	Descripción					

Fuente: Del Río González (2010)

Figura 4. Tarjeta de almacén, mostrando donde se registran las salidas y entradas de mercancía al almacén. Lleva un control del costo del producto siguiendo el sistema de valuación de inventarios que la empresa haya seleccionado.

COCOLATTE
Requisición de materiales

No. _____

Departamento _____ Fecha _____
Autorizado por _____ Recibido por _____
Entregado por _____

Clave	Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total

Figura 5. Requisición de materiales.

Es un formulario escrito de origen interno en donde se le pide o solicita al encargado de almacén que despache o entregue los materiales que se indican en la misma para producir. El siguiente documento corresponde al control interno de mano de obra:

COCOLATTE
Tarjeta de reloj

Semana _____
Sueldo diario _____

Empleado _____
Puesto _____

Día	Hora entrada	Hora de salida	Día de descanso
Lunes			
Martes			
Miércoles			
Jueves			
Viernes			
Sábado			
Domingo			

Verificado por Jefa de cocina

Figura 6. Tarjeta checadora.

Bravo (2012) la define la tarjeta de tiempo como el documento en el que se controla el número de horas trabajadas, la de inicio y determinación de la tarea asignada a cada trabajador; se señala la naturaleza del trabajo, el valor por hora y el valor total correspondiente. En tanto que Tarjeta de tiempo se describe en la figura 7.

COCOLATTE
Tarjeta de tiempo

Semana _____
Sueldo diario _____

Empleado _____
Puesto _____

Actividad	Inicia	Termina	Total de tiempo	Valor

Verificado por Jefa de cocina

FUENTE: Del Río González (2010)

Figura 7. Tarjeta de tiempo.

En esta tarjeta se controla la asistencia diaria de los trabajadores, mediante el registro de las entradas y salidas, esta información permite computar el número de horas trabajadas en la jornada normal y extraordinaria de trabajo. (Bravo, 2012)

COCOLATTE		No.
Recibo de nómina		
Nombre del empleado _____		No. _____
Sueldo correspondiente a la Semana <input type="checkbox"/>		Termina en la fecha _____
Percepciones		
Normal (incluyendo 7mo. Día)	Días	Horas
Tiempo extra		Horas
Otros		
Total percepciones		\$ _____
Deducciones		
Total deducciones		\$ _____
Total a pagar		\$ _____
Recibí de la empresa, la cantidad neta a que este documento se refiere, estando conforme con las percepciones y deducciones que en él aparecen especificadas		Firma del empleado _____

Fuente: DEL Río González (2010)

Figura 8. Recibo de nómina.

En ella se registran los datos recibidos del departamento de personal y constituyen las remuneraciones de los trabajadores. Luego se registran los descuentos y reten-

CONCLUSIONES

La empresa no cuenta con algún sistema de costos que le permita determinar ni controlar los elementos del costo que intervienen en los procesos productivos, lo cual hacen mediante estimaciones y en base a trabajos realizados anteriormente, esto ocasiona que no disponga de información oportuna y precisa para la determinación de los costos unitarios.

También es de observarse el hecho de que la empresa no mantiene un adecuado control de los inventarios, mano de obra y gastos indirectos de fabricación, en ocasiones pasa por desapercibido erogaciones que se realizan bajo estos conceptos y de esta manera el costo unitario no es realmente representativo. Con la realización del presente proyecto se ha logrado hacer un estudio y análisis de los costos que intervienen en los procesos productivos, permitiendo así una asignación precisa de los costos unitarios a los productos elaborados.

De igual manera, el desarrollo del presente proyecto, permitió la implementación de un sistema de costos adecuado a las características de la empresa y de su producción, resultando una herramienta útil para la asignación precisa de costos, determinación real de los costos unitarios y obtención de información veraz y oportuna.

El sistema de costos permite detectar variaciones entre

ciones para calcular el valor neto que le corresponda a cada empleado o trabajador. (Vásconez, 2004).

Depreciación de la planta = Coeficiente estimado
Total inv. act. fijo

Servicio médico = Coeficiente estimado
Total de empleados

Energía eléctrica = Coeficiente estimado
Consumo Kilowatts

COCOLATTE									
Departamento	Inv. de act. fijo	Coeficiente de aplicación	Prorrateo de costos indirectos de producción			Consumo de Kilowatts	Coeficiente de aplicación	Total energía eléctrica	Importe Total
			Total depreciación	Número de empleados	Coeficiente de aplicación				

Figura 9. Prorrateo de costos indirectos de producción

Fuente: Del Río González (2010)

Figura 9. Tabla de prorrateo de gastos indirectos de fabricación.

Estos costos hacen referencia al grupo de costos utilizado para acumular los costos indirectos de fabricación y además son costos que no se puede asociar o costear con facilidad a un producto producido. Al finalizar el período de producción es necesario asignar a cada producto la parte correspondiente de los costos indirectos de fabricación. Para esto se sugiere controlarlo mediante un formato de distribución de gastos indirectos de fabricación

los costos unitarios de una producción y otra, y de esta manera identificar las razones de las variaciones para tomar medidas al respecto, ya sea optimizar el uso de los recursos o evitar desechos y desperdicios innecesarios para mantener controlado el costo unitario.

Realizar un constante estudio y análisis de los costos permite a la empresa que la información utilizada en el sistema de costos sea confiable pues está siendo constantemente monitoreada logrando que sea una herramienta de control y de ayuda para la planeación y toma de decisiones.

A manera de conclusión se puede decir que estudiar y analizar los costos que intervienen en el proceso productivo es importante puesto que se evitan desperdicios, además que se lleva un control de las materias primas, mano de obra y gastos que intervienen en el proceso productivo así mismo logar identificar en cada orden de producción.

RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar un sistema de costos que permita identificar de manera sencilla y eficaz de los costos que intervienen en los diversos procesos productivos que se llevan a cabo en para los distintos productos que se manejan.

De manera que no se cuenta con una persona encargada del almacén se sugiere capacitar a personal que sea capaz para llevar el control de inventarios mediante formatos de entrada y salida de materia prima, para así optimizar el tiempo al momento de realizar compras para surtir el almacén de materias primas.

En relación al área de productividad existen casos en los que se desconoce la razón por la cual en veces no se llevan a cabo ciertas actividades y esto provoca que algunos pedidos lleven más tiempo por lo que se exhorta a verificar de manera constante la productividad del personal mediante hojas de tiempos, lo cual de manera automática proporcionaría ayuda para el momento del pago, puesto que existiría un registro de horas extras realizadas, esto resultante sería beneficiario para los empleados puesto que no se lleva un registro de las horas extras y en ocasiones no se llegan a pagar por olvidos de estas.

Se observó que en ocasiones dos empleados se dedican a una misma actividad sin darse cuenta pudiendo ade-

lantar otras tareas pendientes por lo que se debe evaluar periódicamente los procesos productivos con el fin de que no se estén duplicando actividades y esto genere un atraso en otras tareas, con el fin de que se optimicen tiempos y hacer más eficiente el tiempo de la jornada de los empleados.

En momentos se llevan a cabo compras en tiendas pequeñas como abarrotes en las que no entregan ticket o algo que compruebe la compra realizada pudiendo haber una desviación de dinero para lo que se sugiere solicitar una nota de venta a la encargada de la tienda en la que ella misma firme para que sea un gasto completamente cierto, para reportar así el gasto a la encargada de mostrador y así registrarlo en el sistema de control de panaderías y guardar el comprobante para futuras aclaraciones.

Para una correcta verificación de inventarios se pide reportar diariamente las ventas realizadas a la representante legal para verificar con el encargado de almacén de que se está llevando un correcto control de inventarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Blocher, Chen, Cokins, Stout (2008). Administración de costos. Cuarta edición. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Busto Flores Carlos. (2009). La producción artesanal. Recuperado el 26 de Octubre 2018, de Visión Gerencial. Sitio Web: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/view/828/823>
- Carro Paz y González Gómez. (2012). Diseño y Selección de Procesos. Recuperado el 01 de noviembre de 2018, de Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de ciencias económicas y sociales Sitio web: http://nulan.mdp.edu.ar/1613/1/08_diseno_procesos.pdf
- Castaño Convers, Sergio. ¿Cómo calcular sus costos? Guía para Profesionales de la salud. 1 ed. Bogotá: Centro de Gestión hospitalaria, 1997.
- Del Río González. (2011). Costos I Históricos. Vigésima segunda edición. México, D.F.: Cengage Learning Editores.
- Dellamea Eugenio (2013). Criterios y modalidades de Implementación de la contabilidad de costos. Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de Facultad de Ciencias Económicas UNNE. Sitio Web: <http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/profesores/criterios.pdf>
- EAE Bussines School. (2017). El proceso de producción. Recuperado el 26 de Octubre de 2018, de EAE Bussines School. Sitio web: <https://retos-operaciones-logitica.eae.es/landing/guia-proceso-produccion/>
- Escobar Tellez y Lazcano Ortega. (2005). Contabilidad de costos. Recuperado el 30 de octubre de 2018, de Universidad Nacional Autónoma de México Sitio web: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/2005/contaduria/3/1360.pdf>
- Gaither & Frazier (2000) Administración de producción y operaciones. México.
- García Colín (2014). Contabilidad de costos. Cuarta edición. México: Mc Graw Hill Education.
- García y Fernández. (2011). FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LOS COSTOS DE UNA EMPRESA PRODUCTORA. Recuperado el 27 de octubre de 2018, de Euro Mediterranean Network Sitio web: <http://www.eumed.net/ce/2011b/gbfc.html>
- Gómez Bravo Oscar (2005). Contabilidad de costos. México: Mc GRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Gómez Osorio, Ríos Atehortúa (2008). Análisis de costeo para un sistema de producción de lechería especializada "un acercamiento al análisis económico en ganadería de leche": estudio de caso. Recuperado el 27 de octubre de 2018, de Universidad Nacional de Colombia Sitio web: <http://bdigital.unal.edu.co/14010/1/1738-7692-1-PB.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México: Mc Graw Hill Education. <https://recursos.uco.mx/tesis/investigacion.php>
- Huicochea Alsina y Huicochea Alvarado. (2010). Contabilidad de costos. Tercera edición. México: Editorial Trillas.
- Kaplan y Cooper. (2003). Coste y Efecto. Primera edición. Barcelona: Grupo Planeta (GBS).
- Marulanda Castaño. (2015). Costos y presupuestos. Recuperado el 01 de noviembre de 2018, de Universidad Pedro de Gante Sitio web: <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-44-Curso-costos-y-presupuestos.pdf>
- Muñoz Negrón. (2009). Administración de operaciones. México, D.F.: CENGAGE Learning.
- Ortega Pérez de León. (2011). Contabilidad de costos. Sexta edición. México: Editorial LIMUSA.
- Peace Corps. (1982). Diseño sistemático de proyectos. Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de Centre For Ecological Sciences Indian Institute Of Science. Sitio Web: <http://www.ces.iisc.ernet.in/energy/HC270799/HDL/spanish/pc/r044bs/r044bs09.htm>
- Polimeni (2005). Contabilidad de costo. Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Ramírez Padilla (2008). Contabilidad administrativa. Octava edición. México: Mc Graw Hill.
- Reyes Fernández Yolanda (2015). Apunte Docente: Clasificación de costos. Recuperado el 27 de octubre de 2018, de PUCV Chile Sitio web:

- <http://www.ingcomercial.ucv.cl/sitio/assets/publicaciones/Apuntes-Docentes/ApunteDocenteClasificaciondeCostosYR.pdf>
- Reyes Pérez (2013). Contabilidad de costos: segundo curso. Cuarta edición. México: Editorial LIMUSA
- Rionda Ramírez. (2006). Régimen de producción artesanal. Recuperado el 26 de octubre de 2018, de Euro Mediterranean Network Sitio web: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006b/jirr-est/1f.htm>
- Rojas Castaño Lourdes (2012). Contabilidad de costos en industrias de transformación. Manual teórico – práctico. Primera edición. México: IMCP.
- Ruiz B. (2012). Análisis de la implementación, uso y administración e un sistema de costeo basado en las actividades. Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de Universidad de las Américas Puebla. Sitio web: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/ruiz_b_m/capitulo1.pdf
- Salas Ramírez Alejandra. (2013). PRORRATEO DE LOS GASTOS INDIRECTOS. Recuperado el 30 de octubre de 2018, de Universidad Veracruzana (UV) Sitio web: <https://www.uv.mx/personal/alsalas/files/2013/02/Prorrato-de-Gastos-Ind-de-Fabricacion.pdf>
- UCLA. (2000). Contabilidad de Costos I. Control y contabilización de mano de obra. Recuperado el 01 de noviembre de 2018, de Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado Sitio web: www.ucla.edu.ve/DAC/departamentos/.../Unidad%20III.CostosI.fondo%20editor.doc
- USC España (2012). Sistemas de centros de costos. Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de Universidad Santiago de Compostela. Sitio Web: <https://comunidad.udistrital.edu.co/reformaUD/files/2014/08/Doc-Centros-de-costos.pdf>
- Valdez. (2017). Producción artesanal. Recuperado el 26 de octubre de 2018, de ACADEMIA Sitio web: http://www.academia.edu/32625386/PRODUCCION_ARTESANAL
- Vázquez Bustamante Rafael. (2005). Material para asignatura de COSTOS I. Recuperado el 30 de octubre de 2018, de Universidad Nacional Autónoma De México (UNAM) Sitio web: <http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/4/costos.pdf>
- Zapata Sánchez (2015). Contabilidad de costos: Herramientas para la toma de decisiones. Segunda edición. México: Alfa omega grupo editor.

SIPOC; COMO HERRAMIENTA PARA EL CONTROL DE INGRESOS, EL CASO DE UNA EMPRESA INDUSTRIAL EN EL ESTADO DE MÉXICO

**SIPOC; AS A TOOL FOR INCOME CONTROL,
THE CASE OF AN INDUSTRIAL COMPANY IN
THE STATE OF MÉXICO**

Autores: Socorro Fragoso Díaz, Elvira Maribel Flores Rodríguez y Daniel Eliseo Zetina Islas.
fads_77@hotmail.com

RESUMEN

Los procesos económicos que se realizan en las organizaciones permiten mantener un ambiente de confianza y estabilidad administrativa en cada una de las áreas que se desarrollan, mismos que repercuten en otras actividades para la toma de decisiones. Esta investigación presenta el caso de área de ingresos de una empresa industrial con el objeto de presentar SIPOC [(sigla que corresponde, en inglés, a Proveedores (Suppliers), Entradas (Inputs), procesos (Process), Salidas (Outputs) y Clientes (Customers)], una herramienta que dará seguimiento a las órdenes de trabajo emitidas ya sea por la venta de servicios o por la venta de productos, por los departamentos correspondientes. La herramienta propuesta permitirá mantener un flujo de actividades claras y definidas con datos exactos de cada solicitud de trabajo que se deba realizar.

Se propone SIPOC para control, de las ventas y la gestión de contabilidad e ingresos: se detalla mediante procedimientos para realizar las actividades principales de; facturación de ventas a crédito y de ventas de contado. Se propone adicionalmente un control digital y físico para la gestión de la información que mejore la organización documental.

Palabras clave: SIPOC, Control, Ingresos and Keywords: SIPOC, Control, Income

ABSTRACT

The economic processes that are carried out in organizations allow maintaining an environment of trust and administrative stability in each of the areas that are developed, which have repercussions on other activities for decision making. This research presents the case of the income area of an industrial company in order to present SIPOC, a tool that will monitor the work orders issued either for the sale of services or for the sale of products, by the corresponding departments. The proposed tool will allow to maintain a flow of clear and defined activities with exact data of each work request to be carried out. SIPOC is proposed for control, sales, accounting and income management: it is detailed through procedures to carry out the main activities of; billing of credit sales and cash sales. Additionally a digital and physical control is proposed for the management of the information that improves the document organization.

Keywords: SIPOC, Control, Ingresos and Keywords: SIPOC, Control, Income

INTRODUCCIÓN.

La empresa inicia operaciones como una micro empresa, poco a poco es reconocida por prestar un buen servicio y ofrecer productos de calidad, debido a esto se ve en la necesidad de modificar su administración puesto que sus actividades de venta se maximizaron, al inicio de sus operaciones, tenía una administración básica que a decir del encargado del área no necesitaba un control, sin embargo, mantener a una empresa en el mercado requiere de una administración abierta a cambios y procesos nuevos, dichos procesos serán diferentes para cada área funcional de la empresa. En esta investigación se involucran las áreas de ingresos, ventas y contabilidad; la primera por la gran necesidad de presupuestar, la segunda por la generación de ingresos, a su vez relacionada con la tercera para que esta cumpla con su objetivo y la última por cumplir obligaciones tributarias.

La problemática, para el caso de estudio, es la necesidad de organizar, diseñar y establecer un proceso que involucre las diferentes áreas mencionadas, que permitan a la organización, sustentar las acciones con el área contable.

JUSTIFICACIÓN.

Para la empresa es necesario tener un control de sus ingresos, se identifica que el área de contabilidad debe dar cumplimiento a sus obligaciones fiscales. Por lo que el Servicio de Administración Tributaria SAT en su anexo 20 de la Resolución Miscelánea avaló en 2004, la factu-

ración electrónica y su implementación en las empresas fue paulatina. La Resolución Miscelánea 2014 en las disposiciones generales de los Comprobantes Fiscales Digitales por Internet y que sus siglas son CFDI o factura electrónica: 1.2.7.1.1, indica que, los contribuyentes que emitan y reciban un CFDI, deberán almacenarlos en medios magnéticos, ópticos o de cualquier otra tecnología, en su formato electrónico XML, emitir un CFDI y además almacenarlo. Las obligaciones fiscales con frecuencia son confusas y engorrosas, sin embargo, no es criterio para incumplirlas; las empresas deben conocer sus obligaciones fiscales, así como los requerimientos generales y específicos para generar una factura dando cumplimiento a las especificaciones del SAT; Una vez que se tienen claros dichos requerimientos se establecen los procedimientos necesarios para determinar la propuesta que permita el control de las actividades, en este caso de los ingresos, así mismo un CFDI que acompañe el transporte de las mercancías que lo requieran. La propuesta exteriorizada permite tener un control contable y fiscal de los CFDI, la empresa tendrá un control físico y electrónico de su facturación de tal forma que se mantenga actualizado.

El objetivo de la presente investigación es diseñar un proceso para el control contable y fiscal de los Comprobantes Fiscales Digitales por Internet (CFDI) de ingresos que, junto con el SIPOC que es una herramienta que se presenta para el control de las actividades a rea-

lizar, así como determinar el responsable de ejecutar en función de las acciones para el registro y control

de ingresos de acuerdo a las necesidades del caso de estudio.

DESARROLLO

“Los ingresos son incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios” (Nuño, 2012)

De acuerdo con el artículo 9 de la Ley del Impuesto Sobre la Renta LISR (2019) párrafo I indica. Las Personas Morales deberán calcular el impuesto sobre la renta, aplicando el resultado fiscal obtenido en el ejercicio la tasa del 30%. El resultado fiscal se determina: Fracción I Se obtendrá la utilidad fiscal disminuyendo de la totalidad de los ingresos acumulables obtenidos en el ejercicio, (...)

En 2015 Diez menciona Pago. Cabe distinguir tres posibles formas de pago o cobro según si lo analizamos desde el punto de vista de interés del comprador (pago) o vendedor (cobro):

“Pago antes de entrega: Es una manera adelantada de pagar antes de obtener el bien. Pago simultáneo a la entrega: Una vez que se obtenga el bien, es momento de pagar el valor monetario de este. Pago posterior a la entrega: Cuando el valor monetario es entregado al vendedor una vez ya se tiene el bien en el poder”

Las obligaciones fiscales de las personas físicas y morales; Cuando las disposiciones fiscales obliguen a presentar documentos, éstos deberán ser digitales y contener una firma electrónica avanzada del autor, salvo los casos que establezcan una regla diferente. Las autoridades fiscales, mediante reglas de carácter general, podrán autorizar el uso de otras firmas electrónicas. (Artículo 17-D Código Fiscal de la Federación, 2019)

Factura. “Es una garantía de que la compra fue realizado y por lo tanto es un documento que forma parte de la contabilidad interna de ambas partes y por supuesto, sujeta a las indicaciones y retenciones pertinentes que por parte del gobierno de cada nación así se haya establecido previamente” (Rojas, 2014)

Las personas morales, así como las personas físicas que deban presentar declaraciones periódicas o que estén obligadas a expedir comprobantes fiscales digitales por Internet por los actos o actividades que realicen o por los ingresos que perciban (...) (Artículo 27 Código Fiscal de la Federación, 2019)

Cuando las leyes fiscales establezcan la obligación de expedir comprobantes fiscales por los actos o actividades que realicen, por los ingresos que se perciban (...) (Artículo 29 Código Fiscal de la Federación, 2019)

Complemento de Pago. “Es un documento que sirve para conocer la forma y plazos para emitir las facturas que amparen los pagos en parcialidades o diferidos que recibas” (Servicio de Administración Tributaria, 2015)

Un CFDI no es solamente para emitir una factura por los ingresos que pudiera tener la empresa, también se pueden considerar un CFDI para el transporte de mercancía como lo indica la Resolución Miscelánea 2014 I.2.7.1.23. Para los efectos del artículo 29, último párrafo del CFF, los propietarios de mercancías nacionales que formen parte de sus activos, podrán acreditar únicamente el transporte de dichas mercancías mediante un CFDI o un comprobante impreso expedido por ellos mismos, en el que consignen un valor cero, la clave del RFC genérica a que se refiere la regla I.2.7.1.5., para operaciones con el público en general, y en clase de bienes o mercancías, se especifique el objeto de la transportación de las mercancías. Los comprobantes impresos deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- I. Lugar y fecha de expedición.
- II. La clave del RFC de quien lo expide.
- III. Número de folio consecutivo y, en su caso, serie de emisión del comprobante.
- IV. Descripción de la mercancía a transportar.

De acuerdo con el artículo 76 de la LISR (2019) las obligaciones de las Personas Morales “los contribuyentes que obtengan ingresos (...) fracción I. Llevar la contabilidad de conformidad con el Código Fiscal de la Federación, su Reglamento y el Reglamento de esta Ley, y efectuar los registros en la misma. Fracción II. Expedir los comprobantes fiscales por las actividades que realicen

El papel de la Contabilidad administrativa en el control administrativo. Tanto, el control administrativo debe ser el proceso mediante el cual la administración se asegura de que los recursos son obtenidos y usados eficiente y efectivamente, en función de los objetivos planeados por la organización. Como menciona Ramírez (2008), “La información que proporciona la contabilidad administrativa puede ser útil en el proceso de control de estos tres aspectos:

1. Como medio para comunicar información acerca de lo que la dirección desea que se haga.
2. Como medio de motivar a la organización a fin de que actúe en la forma más adecuada para alcanzar los objetivos empresariales.
3. Como medio para evaluar los resultados, es decir, para juzgar qué tan buenos resultados se obtienen, y de esta manera evaluar el desempeño de los responsables de cada área de la empresa”.

Proceso. “Un proceso es una secuencia de pasos dispuesta con algún tipo de lógica que se enfoca en lograr algún resultado específico. Los procesos son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema” (Monroy, 2010)

De acuerdo con Cañedo., Curbelo y Núñez (2012) para la comprensión de cada proceso es necesario conocer sus entradas para establecer los parámetros o requerimientos que esperan los clientes. El SIPOC es una técnica que permite identificar cuáles son los suministradores del proceso, las entradas de cada suministrador al proceso, el proceso propiamente dicho, es decir, las etapas o fases del proceso, las salidas que emite el mismo y los clientes externos e internos que reciben estas salidas.

La matriz SIPOC Es una herramienta útil para apoyar la implementación del enfoque debido a que obliga a describir las entradas, salidas, clientes y otros atributos que intervienen en las actividades inherentes a un proceso. (Alonso, 2014)

MÉTODO

La información para la realización del proyecto fue recolectada mediante, el método cualitativo o método no tradicional: De acuerdo con Bonilla y Rodríguez (2000) citados por Bernal (2010), se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. En esta investigación se enfatiza la naturaleza de la realidad de manera amplia y detallada la información acerca de las actividades, responsabilidades y obligaciones del área de ingresos y presupuestos. Una vez decidido que la información se obtendría por medio de la investigación cualitativa se puso en práctica la técnica de la observación. Aplicando al encargado de ingresos, auxiliar de ingresos y al dele-

gado de entregar la facturación física, dicha observación fue en diferentes momentos de la recolección de datos.

Se examino el proceso de facturación, se realiza un listado de actividades de las áreas involucradas lo que permite conocer todos y cada uno de los pasos a seguir para el cobro de la facturación emitida.

Una vez que se identifican las actividades del personal de ingresos, se deduce que no cuentan con una correcta administración de las acciones que se realizan de tal forma, que no se puede llevar un control del mismo, el caso de estudio no cuenta con un proceso que permita respaldar la información de manera electrónica o física lo cual repercute en la gestión de cobranza o la toma de decisiones para la dirección.

RESULTADOS

LA EMPRESA PARA OBTENER INGRESOS PRESENTA:

Venta de producto: Donde el departamento de ventas debe enviar mediante correo electrónico la solicitud de facturación, mismo que contiene; Nombre del cliente, RFC, datos del producto, precio, forma de pago, uso del CFDI, entre otros.

Ingresos por servicios: El área de servicios envía la solicitud a de facturación con todos los conceptos del servicio que se va a efectuar, así como; nombre del cliente, RFC, datos del producto, precio, forma de pago, uso del CFDI, expediente del servicio, entre otros.

Una vez realizada la facturación de venta de productos e ingresos por servicios al final del mes se pasa un reporte al área de contabilidad para que esta a su vez pueda

realizar el registro de las operaciones contables en su sistema.

El área debe realizar el presupuesto de ingresos para saber que gastos se van a cubrir o bien decidir cómo utilizar el recurso cobrado.

Una vez emitida la facturación el delegado de entregar la facturación debe llevarla a la zona de servicio donde pertenece el equipo al que se le hará el mantenimiento, esto con el fin de que el ingeniero responsable la autorice y la puedan ingresar a caja del cliente con su expediente de servicios; una vez hecho esto el cliente otorga una promesa de pago en donde indica la fecha que realizará el pago.

Con las promesas de pago que se recibe del cliente es

posible hacer el presupuesto de ingresos, el mensajero todos los días debe llevar facturas a distintas zonas de servicios, ya que se manejan alrededor de 20 zonas de distribución.

ANÁLISIS

Se puede observar que el área sufre la falta de un proceso de control global en donde se pueda visualizar y consultar toda la información que ésta maneja, se identificó la actividad que desempeñan las personas en su puesto perteneciente a la misma, se logra definir la solución para el problema que tiene el área.

cada al Proceso de Facturación propuesto lo que permitirá se conozcan las actividades del área arrojando un proceso que beneficiará tanto a clientes internos como a clientes externos de la organización.

Considerando que la empresa separa las ventas a crédito y de contado, se tiene: con dos procesos de venta uno a crédito y otro de contado se muestran dos tablas aplicando SIPOC; tabla 1. SIPOC facturación de ventas crédito y cobranza y tabla 2. SIPOC facturación de ventas en efectivo.

Tabla 1. SIPOC facturación de ventas a crédito y Cobranza.

A continuación, se muestra la herramienta SIPOC apli-

S	I	P	O	C
SUPPLIER	INPUTS	PROCESS	OUTPUTS	CUSTOMERS
Centro de servicio.	Identificación del servicio a realizar.	Envía la solicitud a de facturación con todos los conceptos del servicio que se va a realizar, así como, nombre del cliente, RFC, datos del producto, precio, forma de pago, uso del CFDI, expediente del servicio.	Correo electrónico; solicitud de facturación.	Facturación.
Facturación.	Reporte de servicio.	Realiza la factura con los datos descritos en la solicitud de facturación	Envío de facturación	Centro de Servicio y Contabilidad.
		responde el correo al centro de servicio con la factura en archivo PDF y XML.		
Centro de servicio.	Imprime factura.	Se conforma el expediente: orden de servicio y facturación	Envío de expediente de servicio	Mensajería
Mensajería.	Expediente de servicio.	Llevar el expediente con el de la zona para recabar las firmas de autorización.	Servicio autorizado	Empresa receptora del servicio
Empresa receptora de servicio.	Expediente de servicio.	Mensajería ingresar las facturas a la caja de la empresa receptora del servicio correspondiente.	Promesa de pago	Mensajería.
Mensajería.	Promesa de pago.	Mensajería entrega la promesa de pago, para que el área correspondiente realice el presupuesto de ingresos y egresos.	Presupuesto de ingresos y egresos.	Ingresos y Presupuestos
Empresa receptora de servicio.	Pago de servicio.	Esperar a que se vea el pago reflejado en las cuentas bancarias.	Transferencia	Empresa que otorga el servicio.

Fuente: Elaboración propia.

Para las ventas que se realizan de contado se muestra la siguiente tabla: Tabla 2. SIPOC facturación de ventas en efectivo.

S	I	P	O	C
SUPPLIER	INPUTS	PROCESS	OUTPUTS	CUSTOMERS
Ventas.	Orden de pedido de producto.	El departamento solicitante debe enviar su "Solicitud de Facturación" con todos los datos necesarios.	Orden de facturación	Facturación.
Facturación.	Orden de facturación.	Facturación realiza y envía pre factura al departamento solicitante.	Factura y XML	Contabilidad y Cliente.
Ventas.	Pago del producto.	El departamento de ventas recibe el pago del producto en efectivo, o con tarjeta de crédito o débito.	Reporte de ventas cobradas en efectivo o con tarjeta de crédito o débito.	Ingresos y Presupuestos

Fuente: Elaboración propia.

La aplicación de la herramienta SIPOC de cualquier tipo de venta dará paso a la realización del control de la facturación que de acuerdo con la solicitud de la empresa se propone diseñar un control digital en el programa Excel, que contemple toda la información que se maneja para realizar la facturación y la cobranza.

Este control debe arrojar datos exactos, si es que, se utiliza tal y como se describe; uno de los datos importantes que arroja es el presupuesto de ingresos, la cobranza de manera diaria, semanal, mensual y anual, y el monto de penalización (sanción monetaria por cada día de atraso en la entrega de la unidad en servicio) de cada factura.

Este control lleva por nombre “facturación- orden de servicio y productos”, considera varios datos en su diseño para dar un resultado objetivo, específico y exacto.

Los datos relevantes de las facturas que se consideraran para vaciar en el control digital (consecutivo de facturación) son los siguientes:

- Fecha: Día en que se realiza la factura.
- Folio: Número consecutivo que obtiene del programa contpaq, cuando se realiza la factura.
- Nombre: Es el cliente a quien se le facturó
- Total: Cantidad monetaria de la factura.
- Zona: Cuando se factura al cliente se consideran diferentes zonas del país, pues el cliente se divide en divisiones y las divisiones en zonas, por ejemplo: zona Aeropuerto, zona Ermita, zona Polanco, entre otras.
- Departamento: Las zonas del cliente se dividen en 3 departamentos, construcción, mantenimiento y distribución.
- División: El cliente a nivel nacional se rige por divisiones, es decir, el país es dividido en divisiones, por ejemplo: división norte, división sur, división centro, división sureste, etc.
- Placas: El número de las placas del equipo al que se le hizo el servicio, que se está facturando.
- Tipo de mantenimiento: Saber qué tipo de servicio se le hizo, correctivo, si se le cambio alguna o varias piezas o preventivo, sólo el ajuste de las piezas, el mantenimiento correctivo es elevado a diferencia de un mantenimiento preventivo.
- Anotaciones: Algún comentario de una situación que presente esa factura, es decir, alguna observación en caso de que existiera.
- Orden de surtimiento: la orden de surtimiento es el documento que da el cliente con la cantidad de presupuesto autorizado.
- Saldo total: Es el estatus de la factura, por ejemplo: Si la factura está en azul quiere decir, qué está pagada, si se encuentra en color rojo significa qué la factura ha sido cancelada, si está en café la factura tuvo un error y no ha sido timbrada, y si está la cantidad mo-

netaria por lo que vale la factura significa qué no ha sido pagada.

- Abono del cliente: Si el cliente realizó un abono o anticipo de la factura se debe poner el monto por el cual fue este.
- Fecha de pago: El día que se efectuó el pago de la factura.
- Banco: Debe contener el nombre del banco seguido del número de cuenta de donde se recibió el pago de la factura.
- Promesa de pago: Ésta es la fecha en la que se realizará el pago, que el cliente indica en el contra recibo una vez que las facturas se ingresan a caja.
- Contra recibo: Debe tener el folio del contra recibo que el cliente entregó cuando las facturas se ingresaron a caja, ya que, en ocasiones, un contra recibo tiene la promesa de pago de 5 o más facturas.
- Penalización: Debe tener el monto que el cliente calcula al momento que la empresa incumple en el contrato respecto a los tiempos de entrega, éste monto deberá ser pagado por la empresa al cliente.
- Nota de crédito: Cuando se penaliza una factura, se hace una nota de crédito por el monto total de ésta, ya que éste se le descontará al total de la factura penalizada, en este espacio se debe poner el folio consecutivo que obtiene cuando se hace en el programa contpaq.

CFDI de pago: Debe colocar el folio consecutivo que obtiene cuando se realiza en el programa contpaq, este CFDI es el comprobante de pago que se debe generar cuando ya se realizó el pago, así como lo indica el SAT (servicios de atención tributario)

Ingreso real depositado: Es el monto que se ve reflejado en los estados de cuenta, éste varea del valor total de la factura por que puede ser un anticipo o abono, puede estar penalizada la factura, o bien el cliente puede depositar menos o más cantidad.

Se consideran datos relevantes ya que con esta información principalmente se puede obtener:

- Un presupuesto de ingresos diario, semanal, mensual y anual, o bien en cualquier periodo de tiempo
- Saber qué zona termino orden de surtimiento al momento de que todas sus facturas estén pagadas.
- Conocer de qué productos o servicios se obtuvo mayor ingreso, es decir, que tipo de mantenimiento se facturó a mayor cantidad y/o que equipo tuvo mayor demanda.

Una vez que se aplique el proceso de la facturación y cobranza, así como el control de manera física y digital se espera lo siguiente:

1-. Dominio de facturación.

La explicación a detalle de los procedimientos que integran el proceso de facturación y cobranza que contribuyan a que el personal encargado de realizar las facturas, tenga un conocimiento amplio de acuerdo a los pasos a seguir, tomando en cuenta las características que el SAT solicita, lo que permitirá lograr una disminución considerable en la cancelación de facturas, evitando el proceso engorroso que esto conlleva.

2-. Control de material y recursos.

Se puede tener la información de manera física y digital necesaria, dichos controles logran la disminución de material y recursos como son; impresiones, folder, entre otras cosas, así como el ahorro de espacio una vez clasificada la información importante en las carpetas que componen el control físico.

3-. Ahorro de tiempo, incremento de eficiencia.

La búsqueda de alguna información atrasada llevaba mucho tiempo, puesto que esta se encontraba de forma desorganizada, arrumbada y revuelta, por lo tanto, se invertía demasiado tiempo en estar buscando folder por folder, papel por papel; con el control físico la información se encontrará clasificada, luciendo de una manera organizada, lo que permite a un ahorro de tiempo en la búsqueda de esta y el incremento de la eficiencia para la consulta de algún dato.

4-. Acceso inmediato y concurrente a la documentación.

Mantener el control digital y físico actualizado con la información que se va obteniendo con la ejecución de las operaciones a diario, por medio de la herramienta SIPOC propuesta, logra que esta pueda ser consultada en cualquier momento teniendo la seguridad que es información correcta, pues se encuentra clasificada y ordenada, lo cual es benéfico para el área pues realiza los reportes de presupuestos con mayor certeza.

5-. Integración con el área de contabilidad.

La mejora que tendrá es la integración que el área de ingresos con el área contable, ya que esta última necesita información precisa y exacta del área de ingresos para la ejecución de sus actividades, dicha información es requerida en tiempo y forma.

Con los controles digital y físico ya no será necesario que el área contable solicite la información, ahora puede consultar cualquier dato en el momento que así lo necesite, por ello la importancia de que dichos controles deben estar actualizados para no afectar el proceso.

Una vez aplicado estos controles se podrá observar la mejora y la eficiencia aumentará, en el momento de realizar las actividades.

CONCLUSIÓN

La falta de un control para la gestión documental, de manera física y digital, hace que la empresa refleje dificultades para el cobro de sus ventas a crédito, ya que la información no tiene un orden, se retrasa y/o extravía. La información actual estaba actualizada pero no ordenada, situación que muestra la falla en el control de los ingresos de la empresa, cabe mencionar la importancia de la información de años atrás para realizar las actividades ya que sirve como referencia además de ser una evidencia para trabajos futuros.

Por ello se propone definir las operaciones de todos los

procesos que se realizan ya que esto ayudará a que la organización dentro del área mejore; Un control digital y físico donde se contemple la información de años atrás que se obtiene en el momento que la soliciten, siendo fácil su búsqueda además de exacta, se apoya de las herramientas tecnológicas necesarias.

Así mismo a su vez de manera física, clasificando y archivando toda la documentación que los clientes otorgan, una vez aplicados estos controles se espera una mayor eficacia y eficiencia.

REFERENCIAS

- Alonso Torres, Carlos., Orientaciones para implementar una gestión basada en procesos, Ingeniería Industrial, vol. XXXV, núm. 2, mayo-agosto, 2014, pp. 159-171. Recuperado el 4 de febrero de 2020. de <http://scielo.sld.cu/pdf/rii/v35n2/rii05214.pdf>
- Cañedo I., Curbelo M., Núñez C. & Zamora F. (2012). Los procedimientos de un sistema de gestión de información: Un estudio de caso de la Universidad de Cienfuegos, núm46, pp. 40-50. Recuperado 8 de febrero 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/161/16124393005.pdf>
- Código Fiscal de la Federación 2019., <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, recuperado 10 de marzo 2020.
- Diario Oficial de la Federación, www.dof.gob.mx, Resolución, Miscelánea 2014, recuperado el 05 de febrero de 2020.
- Diez, J. M. (2015) Medios de pago internacional. España: Editorial Elearning S.L.
- Fonseca, Raquel. Los procedimientos de un sistema de gestión de información: Un estudio de caso de la Universidad de Cienfuegos Biblios,

núm. 46, 2012, pp. 40-50.

Ley del Impuesto Sobre la Renta, <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/index.htm>, recuperado 28 de marzo 2020.

Monroy, P. (2010). El Proceso y el debido proceso. Bogota, Colombia: Vniversitas.

Nuño, P. (2012) Ciencias Economicas y Comerciales. Colombia: Lemoires Editores.

Ramírez, P. David. (2008) Contabilidad Administrativa. México: Mc Graw Hill

Rojas, A. T. (2014). Gestion de compras en el pequeño comercio. Malaga: Ic Editorial.

Servicio de Administracion Tributaria . Obtenido de Secretaria de Hacienda y credito Público.: www.sat.mx consultado abril 2020.

Tujar H.J.C. (2006) "Investigación Cualitativa, comprender y actuar" Ed. La Muralla, S.A.

El Buzón de Pacioli

Año XX | Número 113 | Julio-Septiembre 2020

ISSN 2594-2026

Instituto Tecnológico de Sonora

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli>