

DEFINIR LOS CENTROS DE COSTOS, LOS CUALES SERÁN LA BASE PARA
EL MEJOR MANEJO DE LOS PRECIOS DENTRO DE LA EMPRESA
CHINACOTA COLONIAL S.A.S

PRESENTADO POR
SLEINER GUSTAVO MEJIA MENDOZA
CODIGO 1.094.507.095

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
CONTADURIA PÚBLICA
PAMPLONA
2.018

DEFINIR LOS CENTROS DE COSTOS, LOS CUALES SERÁN LA BASE PARA
EL MEJOR MANEJO DE LOS COSTOS DENTRO DE LA EMPRESA
CHINACOTA COLONIAL S.A.S

PRESENTADO POR
SLEINER GUSTAVO MEJIA MENDOZA
CODIGO 1.094.507.095

Informe presentado como requisito final para optar al título de
Contador Público

SUPERVISOR DE PRÁCTICA
RUTH MAYERLY GUERRERO JAIMES
DOCENTE

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
CONTADURIA PÚBLICA
PAMPLONA
2.018

Tabla de Contenido

ABSTRACT.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
. INFORME DE LA PRACTICA PROFESIONAL	8
1.1 Reseña Histórica.....	8
1.2 Aspectos Corporativos	9
1.3 Diagnostico.....	12
1.3.1 Marketing.....	12
1.3.2 Financiero.....	17
1.3.3 Producción	18
1.3.4 Talento Humano	20
1.3.5 Análisis DOFA	22
1.4 Descripción del Área de Trabajo	24
1.5 Funciones asignadas dentro de la práctica	25
1.6 Estructura de la propuesta de mejoramiento.....	26
1.6.1 Título de la propuesta	26
1.6.2 Objetivos	26
1.6.3 Justificación.....	27
1.6.4 Cronograma	28
2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	30
2.1 Título de la propuesta	30
2.2 Conceptualización	30
2.3 Situación actual en la empresa Chinacota Colonial S.A.S	34
2.4 Actividades iniciales a la propuesta de mejoramiento.	37
2.5 Asignación de códigos a las áreas correspondientes.....	39
2.6 utilización de los centros de costos	41
2.7 Implementación de centros de costos en el sistema soho	42
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES.....	47
ALCANCE DE LA PRÁCTICA	48
BIBLIOGRAFIA.....	49

Lista de tablas

<i>Tabla 1. DOFA y/o FODA, Chinacota Colonial S.A.S.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 2. Cronograma de Actividades</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 3. EJEMPLO PLAN DE CUENTAS</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 4. Ejemplo de códigos departamentos</i>	<i>33</i>

Lista de Imágenes

<i>Ilustración 1. Logo Chinacota Colonial S.A.S</i>	9
<i>Ilustración 2. Balcones - Hotel Colonial</i>	12
<i>Ilustración 3. Área Hotel Incanto</i>	13
<small>Fuente: Tomada del sitio web: www.zonahd.com.co</small>	
<i>Ilustración 4. Hotel Boutique</i>	13
<i>Ilustración 5. Finca de Veracruz</i>	14
<i>Ilustración 6. Tabla de Precios Temporada Baja - Descuento 40%</i>	15
<i>Ilustración 7. Tabla de precios temporada baja – Descuento del 15%</i>	16
<i>Ilustración 8. Tabla de precios temporada alta - descuento 15%</i>	16
<i>Ilustración 9. Organigrama Chinacota Colonial S.A.S</i>	20
<i>Ilustración 10. Manejo de los centros de costos</i>	34
<i>Ilustración 11. Compras, Opción Centro de Costos</i>	36
<i>Ilustración 12. Requisiciones, opción centro de costos</i>	36
<i>Ilustración 13. Traslados, Opción Centro de Costos</i>	37
<i>Ilustración 14. Pantalla Principal Soho Contabilidad</i>	42
<i>Ilustración 15. Menú-Datos, Centro de costos</i>	43
<i>Ilustración 16. Parametrización centro de costo</i>	44
<i>Ilustración 17. Centro de Costos - Compras</i>	44
<i>Ilustración 18. Balance de Prueba</i>	45
<i>Ilustración 19. Información Financiera - Estado de Resultados</i>	45

ABSTRACT

In the present work of degree is intended to find a solution to cost management within the company Chinacota Colonial SAS in order to provide solutions and obtain positive results in favor of business growth, which raises the design of the center of costs, consisting of giving or assigning a coding to each area of the company. What is sought is that the company can observe in an easy way and in a short time, if the points and areas with which the company counts are giving that expected profitability for the same, analyzing the financial information separately and can be achieved for the implementation of the cost center.

RESUMEN

En el presente trabajo de grado se tiene como propósito buscar una solución al manejo de los costos dentro de la empresa Chinacota Colonial S.A.S con el fin de dar soluciones y obtener resultados positivos en pro del crecimiento empresarial, en donde se plantea el diseño de centro de costos, que consta de dar o asignar una codificación a cada área de la empresa. Lo que se busca es que la empresa pueda observar de una manera fácil y en corto tiempo, si los puntos y áreas con las que cuenta la empresa están dando esa rentabilidad esperada para la misma, analizando la información financiera por separado y se puede lograr por la implementación del centro de costos.

INTRODUCCIÓN

Uno de los principales objetivos de las empresas es obtener resultados positivos que se ven reflejados a la hora de conseguir ganancias y/o utilidades, que en la mayoría de veces para alcanzar estos ideales se hace necesario que se lleve mejor control de las diferentes áreas de las empresas y de las actividades que se realizan en cada una de ellas. Por ende, en el presente trabajo se abordara un poco sobre la importancia que tienen los costos y el manejo de los mismos dentro de las empresas y en que influyen estos para determinar las utilidades y perdidas dentro de las mismas

Los centros de costos en muchas de las ocasiones se vuelven en unas de las alternativas de conocer si en una empresa se presentan resultados y/o rentabilidad, de una manera directa o indirecta. También se puede mantener el control sobre los productos o suministros que se tienen dentro de la empresa y de su proceso de transformación.

La práctica profesional es una puerta más para el aprendizaje y es el paso que se da como estudiantes al llamado mundo laboral, donde se logra poner en práctica lo aprendido durante el ciclo de aprendizaje académico que hemos adquirido durante nuestra etapa académica principalmente la educación superior, por ende, mi trabajo de grado se desempeña en la empresa CHINACOTA COLONIAL S.A.S, compañía que pertenece al sector hotelero y que dentro de este documento se conocer una parte de ella.

Los centros de costos analizan si las áreas de una empresa dan utilidad y/o rentabilidad con el resultado de estados financieros por centro de costos, es así que cada una de ellas en la estructura de costos de una empresa está dada por su relación con la elaboración del producto o prestación del servicio que se presentan dentro de la entidad; la empresa en donde es realizado este trabajo cuenta con varias áreas con un valor agregado que hacen del lugar, un espacio con diversidad en gastronomía, diversión, esparcimiento y descanso

. INFORME DE LA PRACTICA PROFESIONAL

1.1 Reseña Histórica

Un grupo familiar, tenía una finca en el municipio de Chinacota departamento del Norte de Santander, la cual utilizaba cada vez que viajaba desde su ciudad natal Medellín – Antioquia. Al pasar de los años y en agradecimiento al pueblo chitarero decidieron invertir en un proyecto de vivienda dentro del cual se buscó generar empleo para la comunidad del municipio.

En visto de que ellos habían viajado mucho por diferentes países y en especial por diferentes ciudades y sitios turísticos de nuestro país, surgió la idea de tener un hotel, el cual se destacara por sus diseños propios y por un excelente servicio, debido a que en sus viajes pudieron analizar en que podrían basar su propuesta o proyecto de la creación del hotel deseado.

Pasaron los años y para el periodo 2007 específicamente, finalizó la construcción de la Urbanización Bonanza, de donde quedó un terreno bastante amplio con unas caballerizas construidas y en donde actualmente se encuentra ubicado el Hotel Colonial que luego de unos años en construcción y de ver el proyecto emprender, se decide poner en funcionamiento el proyecto soñado y es así que su inauguración fue en el año 2010, y aproximadamente 4 años después, se dio la construcción de un nuevo hotel, conocido hoy por hoy como el Hotel Incanto, ubicado en donde antiguamente se encontraba la cabaña familiar.

1.2 Aspectos Corporativos

1.2.1 Logo



Ilustración 1. Logo Chinacota Colonial S.A.S Fuente: Logo Colonial, Archivo.

1.2.2 Quienes Somos

Somos un complejo turístico de zonas hoteleras, bares, restaurantes, parque temático y parque de diversiones, donde ofrecemos a nuestros clientes un ambiente familiar, enfocados en el confort, recreación y seguridad.

1.2.3 Misión: Ofrecer a los turistas y visitantes, tranquilidad, innovación y variedad en nuestros servicios, entregando una experiencia única en la diversidad gastronómica y espacios diseñados para el disfrute de nuestros clientes, logrando así un beneficio económico y social para nuestros huéspedes, empleados, accionistas y la región en general.

1.2.4 Visión: En el 2020 la ZONA HD (Hoteles y Diversión) será reconocida como el mejor complejo turístico en la región por la calidez en el servicio, ambiente familiar y espacios adecuados para la diversión e interacción con la naturaleza.

1.2.5 Objetivo: Mantener el buen nombre de la empresa, debido a su posición como hotel en la región oriente de Colombia, por su ocupación, espacios, tarifas, promedio calidad dentro de los servicios de hospedaje, alimentos, diversión y recreación, de igual forma por su aporte a la creación de empleo dentro del municipio de Chinacota.

Maximizar la calidad del servicio, teniendo en cuenta las recomendaciones y puntos de vista tanto de nuestros clientes (huéspedes) como del personal que labora dentro de la empresa, con el fin de hacer de la empresa un lugar cómodo, agradable y que cumpla con las expectativas y gustos de nuestros visitantes.

1.2.6 Valores: Los valores para la empresa son de gran relevancia e importancia, ya que se entienden como aquellas formas de ser y de actuar de las personas que laboran dentro de la misma, y se conocen como los atributos o cualidades de todos en general, por cuanto posibilitan la construcción de una convivencia gratificante en el marco de la dignidad humana. Los valores éticos dentro de la empresa Chinacota Colonial S.A.S son:

- **Responsabilidad:** Dentro de Chinacota Colonial S.A.S, la responsabilidad empieza por cada uno de las personas que hacen parte de la empresa; enfocados en el cumplimiento de los objetivos y de las metas que se encuentran marcados dentro de nuestra misión y visión, ya que cumplir o no con éstos nos permite aprender que hay cosas y situaciones que sólo dependen de cada uno de nosotros.
- **Compromiso:** Cada uno del personal que forman parte de la empresa, cumplen con un número de responsabilidades y obligaciones, los cuales se pueden lograr teniendo la convicción de hacer y cumplir con lo propuesto, para ello se hace necesario que cada persona toma autonomía y compromiso ante todas las tareas y acciones a realizar.
- **Honestidad:** Ser coherentes y sinceros en la interacción diaria con los compañeros de trabajo, para así brindar la confianza y seguridad con lo que decimos y hacemos.
- **Respeto:** En el complejo turístico Chinacota aceptamos, apreciamos y valoramos los intereses y necesidades de cada una de las personas que conforman nuestro equipo de trabajo.
- **Calidad:** Proporcionar a los clientes la máxima calidad posible en la prestación de cada uno de los servicios que se prestan, esto con el fin de entregar a cada uno de

ellos lo mejor como empresa y así cumplir con los objetivos planteados por cada uno de ellos.

- **Lealtad:** En la empresa Chinacota Colonial S.A.S, buscamos continuamente que nuestro desempeño como seres humanos trascienda y deje huellas importantes dentro de la compañía, diferenciando nuestras acciones siendo fieles a nuestros principios y valores.

1.3 Diagnostico

1.3.1 Marketing

1.3.1.1 Servicio

Chinacota Colonial S.A.S, empresa que ofrece el servicio de alojamiento, brinda servicios adicionales y/o complementarios como lo son el turismo, diversión y la gastronomía (restaurantes). La ZONA HD (Hoteles y Diversión) como se da a conocer normalmente la empresa, ofrece la oportunidad de vivir momentos inolvidables, además de encontrar planes especiales para cada persona que visita las instalaciones, por eso se ofrece una amplia gama de servicios llenos de confort, diversión y adrenalina con el sello que permitirá diferenciar la empresa, ante los demás hoteles de la región y del país. Dentro del complejo turístico de Chinacota encontramos los hoteles, restaurantes, granja, parque de diversiones, complejo acuático, spa y mucho más.

Hoteles:

Hotel Colonial

Inspirado en la arquitectura colonial, cuenta con un ambiente romántico, campestre y familiar. Los detalles en su infraestructura, lo hacen un lugar único y acogedor para huéspedes y visitantes que concurren sus amplias instalaciones, las cuales reúnen diferentes espacios para todos los gustos.



Ilustración 2. Balcones - Hotel Colonial

Fuente: Tomada del sitio web: www.zonahd.com.co

30 habitaciones, 6 suites, 2 piscinas, sauna, turco, gimnasio, spa, pool, cancha sintética, televisión por cable –DIRECTV, WiFi, parqueadero

Los huéspedes tienen acceso a toda la ZONA HD (Parque Chitarapark, granja Pueblo Papacho, complejo acuático y restaurantes)

Hotel Incanto



Ilustración 3. Área Hotel Incanto

Fuente: Tomada del sitio web: www.zonahd.com.co

Inspirado en el estilo italiano, ofrece a los huéspedes tranquilidad, sobriedad y elegancia. Entre sus principales atractivos se destaca la suite presidencial, siendo la mejor dentro del complejo turístico Zona HD, la cual cuenta con fuente Interna, bañera hidromasaje, cama King Size y juego de sala. Su estilo moderno y sofisticado llena de magia sus instalaciones, además de ofrecer platos

internacionales que le dan gusto a paladares exigentes.

17 habitaciones estándar, 1 apartamento, 1 cabaña interna, 4 habitaciones múltiples, 2 suites, salón Venecia, salón provenzal, piscina climatizada, televisión por cable –DIRECTV, wifi, turco, parqueadero.

Los huéspedes tienen acceso a toda la ZONA HD (Parque Chitarapark, granja Pueblo Papacho, complejo acuático y restaurantes)

Hotel Boutique:

Ubicado dentro del Parque Chitarapark y frente al complejo acuático. El estilo moderno marca la diferencia en este espacio, la privacidad e intimidad son las principales características del Hotel Boutique, el cual cuenta con detalles de lujo y confort para quienes allí se hospedan.



Ilustración 4. Hotel Boutique

Fuente: Tomada del sitio web: www.zonahd.com.co

Cuenta con 12 habitaciones, 1 cabaña, capacidad para 35 personas



Ilustración 5. Finca de Veracruz

Fuente: Tomada del sitio web: www.zonahd.com.co

Finca de Veracruz

Ambiente totalmente campestre, ideal para realizar planes familiares. Retiros, convivencias, retiros espirituales e integraciones empresariales. Cuenta con senderos ecológicos donde se puede disfrutar de las bondades de la naturaleza.

Cabaña con 5 habitaciones-capacidad para 30 personas, piscina, sauna, jacuzzi, zona de picnic, cancha de basquetbol, cancha de voleibol, zonas verdes, senderos ecológicos, zona barbecue (parrillada) pool.

Parque de Chitarapark

En CHITARAPARK, se ofrece a los visitantes zonas de esparcimiento para grandes y chicos, juegos extremos, juegos infantiles, zonas húmedas, servicio de cocteles, bar, dulcería y espacios para el descanso y confort.

Dentro del parque encontramos:

Piscina con simulación de olas, piscina con tobogán, toro mecánico, columpio mecánico, canopy, brinqui, cuatrimotos, buggies, boom per ball, paint ball, casita baby, golfito, entre otros.

Granja pueblo papacho:

Pueblo Papacho, es un hermoso lugar en donde se puede disfrutar de la magia de la naturaleza y la vida en el campo como actividades de darles tetero a los animales, disfrutar de zonas verdes con las que cuenta la zona HD.

1.3.1.2 Precios

La política de precios dentro de la empresa Chinacota Colonial va ajustado dependiendo del número de personas por habitación ya que se necesita que estas personas estén dentro y registradas dentro del seguro hotelero, con el fin de brindar comodidad y seguridad a todos los clientes y/o huéspedes que visitan las instalaciones, siguiendo los parámetros que se brindan desde la asociación hotelera y turística de Colombia “Cotelco”, y determinado de la misma manera por el tipo de habitación que el huésped desee para su comodidad y gusto. Los precios que se manejan dentro de la empresa son de la siguiente manera:

Temporada baja: los precios durante temporada baja, son los precios más económicos y/o bajos, debido a que se manejan normalmente entre los días de semana y en las temporadas del año en donde no se mueve el sector turismo y/o hotelero tanta a nivel nacional, como regional y local. Los precios se encuentran sujetos a dos descuentos

a) 40% de descuento por pertenecer a los aliados estratégicos como lo son Comfanorte, Comfaoriente, Policía Nacional, entre otros convenios con los que se tiene alianzas. Los precios en temporada baja y que normalmente se manejan de lunes a viernes son:

TEMPORADA BAJA PLAN SOLO DESAYUNO				TEMPORADA BAJA PLAN TODO INCLUIDO			
ACOMODACION	TARIFA PLENA	40% DESCUENTO	TOTAL	ACOMODACION	TARIFA PLENA	40% DESCUENTO	TOTAL
1 PAX	\$ 130.500	\$ 39.832	\$ 90.668	1 PAX	\$ 170.500	\$ 37.143	\$ 133.357
2 PAX	\$ 239.000	\$ 72.269	\$ 166.731	2 PAX	\$ 319.000	\$ 66.891	\$ 252.109
3 PAX	\$ 325.500	\$ 100.672	\$ 224.828	3 PAX	\$ 445.500	\$ 89.244	\$ 356.256
4 PAX	\$ 390.000	\$ 114.958	\$ 275.042	4 PAX	\$ 550.000	\$ 104.202	\$ 445.798
5 PAX	\$ 487.500	\$ 143.697	\$ 343.803	5 PAX	\$ 687.500	\$ 130.252	\$ 557.248
6 PAX	\$ 585.000	\$ 172.437	\$ 412.563	6 PAX	\$ 825.000	\$ 156.303	\$ 668.697
NIÑOS	\$ 65.000	\$ 21.176	\$ 43.824	NIÑOS	\$ 105.000	\$ 15.126	\$ 89.874
SUITE				SUITE			
2 PAX	\$ 305.000	\$ 94.454	\$ 210.546	2 PAX	\$ 396.000	\$ 92.773	\$ 303.227

Fuente: Formato de precios Zona HD

Ilustración 6. Tabla de Precios Temporada Baja - Descuento 40%

b) 15% de descuento, beneficio que se da durante días sábado, domingo y festivos, debido a que durante estos días, es donde la mayoría de personas buscan los servicios que se prestan (la demanda es más alta), por lo tanto, el descuento tiende

a disminuir por la demanda que se puede esperar y/o por el número de ventas que se realizan durante estos días.

TEMPORADA BAJA PLAN SOLO DESAYUNO				TEMPORADA BAJA PLAN TODO INCLUIDO			
ACOMODACION	TARIFA PLENA	15% DESCUENTO	TOTAL	ACOMODACION	TARIFA PLENA	15% DESCUENTO	TOTAL
1 PAX	\$ 130.500	\$ 14.937	\$ 115.563	1 PAX	\$ 170.500	\$ 13.929	\$ 156.571
2 PAX	\$ 239.000	\$ 27.101	\$ 211.899	2 PAX	\$ 319.000	\$ 25.084	\$ 293.916
3 PAX	\$ 325.500	\$ 37.752	\$ 287.748	3 PAX	\$ 445.500	\$ 33.466	\$ 412.034
4 PAX	\$ 390.000	\$ 43.109	\$ 346.891	4 PAX	\$ 550.000	\$ 39.076	\$ 510.924
5 PAX	\$ 487.500	\$ 53.887	\$ 433.613	5 PAX	\$ 687.500	\$ 48.845	\$ 638.655
6 PAX	\$ 585.000	\$ 64.664	\$ 520.336	6 PAX	\$ 825.000	\$ 58.613	\$ 766.387
NIÑOS	\$ 65.000	\$ 7.941	\$ 57.059	NIÑOS	\$ 105.000	\$ 5.672	\$ 99.328
SUITE				SUITE			
2 PAX	\$ 305.000	\$ 35.420	\$ 269.580	2 PAX	\$ 396.000	\$ 34.790	\$ 361.210

Fuente: Formato de precios Zona HD

Ilustración 7. Tabla de precios temporada baja – Descuento del 15%

Temporada alta: dentro de la Zona HD, se conocen como fechas de temporadas altas celebración de fechas especiales, eventos y temporada de vacaciones, ya que durante estas fechas, empresas del sector hotelero y el turismo cobran valor y/o peso y por lo tanto la demanda de visitantes y turistas es alta. Los precios que se manejan durante estas fechas y que están sujetas al descuento de un 15% por pertenecer a empresas con las cuales se tienen alianzas estratégicas son:

TEMPORADA ALTA PLAN SOLO DESAYUNO				TEMPORADA ALTA PLAN TODO INCLUIDO			
ACOMODACION	TARIFA PLENA	15% DESCUENTO	TOTAL	ACOMODACION	TARIFA PLENA	15% DESCUENTO	TOTAL
1 PAX	\$ 140.500	\$ 16.197	\$ 124.303	1 PAX	\$ 180.500	\$ 15.189	\$ 165.311
2 PAX	\$ 249.000	\$ 28.361	\$ 220.639	2 PAX	\$ 329.000	\$ 26.345	\$ 302.655
3 PAX	\$ 335.500	\$ 37.752	\$ 297.748	3 PAX	\$ 455.500	\$ 34.727	\$ 420.773
4 PAX	\$ 400.000	\$ 44.370	\$ 355.630	4 PAX	\$ 560.000	\$ 40.336	\$ 519.664
5 PAX	\$ 497.500	\$ 55.147	\$ 442.353	5 PAX	\$ 697.500	\$ 50.105	\$ 647.395
6 PAX	\$ 595.000	\$ 65.924	\$ 529.076	6 PAX	\$ 835.000	\$ 59.874	\$ 775.126
NIÑOS	\$ 75.000	\$ 7.941	\$ 67.059	NIÑOS	\$ 115.000	\$ 6.933	\$ 108.067
SUITE				SUITE			
2 PAX	\$ 315.000	\$ 36.681	\$ 278.319	2 PAX	\$ 406.000	\$ 36.050	\$ 369.950

Fuente: Formato de precios Zona HD

Ilustración 8. Tabla de precios temporada alta - descuento 15%

De la misma manera, los precios pueden variar por las diferentes promociones que se pueden dar durante las temporadas como lo son: el día de la madre, día del padre, celebración de amor y amistad, celebración día del niño, utilización de bonos de regalo, entre otras.

Las alianzas estratégicas entre empresas como: Comfanorte, Comfaoriente, Coasmedas, Cavipetrol, Coopava, Fondocens, Coopenor, Policía Nacional, Postobón, Fiscalía, entre otros, que son empresas tanto del departamento, como de la región y a nivel país, que aportan un sinnúmero de oportunidades a sus afiliados, beneficiarios entre otros.

1.3.1.3 Clientes

Los clientes que se manejan son todas las personas naturales o comunidad en general, de la misma manera que todas las empresas públicas y privadas, debido a que la empresa Chinacota Colonial al ser un centro de convenciones y que cuenta con diferentes salones tanto para eventos como convivencias y el parque Chitarapark y pueblo papacho para las diferentes actividades de integración, esparcimiento, convivencia y demás que realizan las empresas tanto para sus empleados y beneficiarios.

1.3.2 Financiero.

La parte financiera y/o contable, es la encargada de estar al día de los pagos de cuentas por pagar, gastos que se presenten dentro del funcionamiento normal de la entidad, el desembolso de dinero para el pago de proveedores, recibir las ventas que realizan los puntos diarios, estudio de cartera de cuentas por cobrar tanto de clientes como de trabajadores, conciliaciones bancarias, entre demás temas financieros.

Esta área se encuentra encargada por la contadora pública, la auditora interna y la auxiliar contable quien es la encargada de realizar informes diarios para presentar tanto a la auditora interna como a la contadora, para así entregar un informe de todos los movimientos financieros que se realicen dentro de la empresa al gerente general y al gerente de operaciones, esto se realiza diarios, esto con el fin de que desde la alta gerencia se puedan tomar decisiones.

Durante del tiempo que realice mi trabajo como pasante en esta área, pude analizar que se lleva un control sobre todos los movimientos que se realizan dentro de la

empresa, en cuanto a los pagos de proveedores que dejan los suministros a crédito y que en su mayoría de veces son créditos no superiores a 1 semana (7 días). En la mayoría de veces se realizan los pagos los días lunes o martes de la semana siguiente del ingreso de dicha mercancía a la bodega y de los servicios que se presenten dentro de las instalaciones, y en algunos casos se hace un acuerdo para el pago a 15, 30 y 60 días, según sea el caso.

Para las ventas diarias que se realizan se reportan al finalizar al día, para así poder estudiar los ingresos y los egresos que se presenten dentro de la jornada y poder presupuestar lo del siguiente día y analizar con que flujo de efectivo se cuenta en el momento para las tomas de decisiones entre la contadora, la auditora, la auxiliar contable y el gerente de operaciones.

1.3.3 Producción

1.3.3.4 Áreas

Las áreas de producción con las cuenta el hotel colonial son los 4 restaurantes que forman parte del complejo turístico, pues se encuentran dentro del área en varios puntos estratégicos en donde cada uno de ellos ofrecen una variedad diferente en platos, con el fin de satisfacer los gustos de los clientes que visitan las instalaciones.

Encontramos también un punto de comidas rápidas, ubicado a pocos metros de la urbanización bonanza, punto que hace parte de la zona hd, y que está enfocada en la preparación y producción de hamburguesas, perros, tacos, picadas, entre otras especialidades de comidas rápidas.

Endulzar el paladar de los clientes es importante, por eso dentro de las instalaciones se encuentra un punto en el cual se puede disfrutar de un delicioso postre tanto tradicionales, como típicos de la región, de la misma manera que de un delicioso café, elaborados dentro de la misma empresa con un sabor y aroma de nuestra región.

Dentro de los bares se producen una variedad de cocteles, producto que son preparados por el barman de cada uno de los puntos.

1.3.3.2 Proveedores

Se manejan un sin número de proveedores debido a las diferentes necesidades y suministros que se necesitan para la normal realización de la actividad económica a la que se dedica la empresa, se pudo analizar que hay un sin número de empresas que quieren tener convenios y ser proveedores para la empresa.

Todas las mercancías que se manejan dentro de la empresa son recibidas y despachadas en la bodega, área de la empresa encargada del estudio de los proveedores, de la misma manera del análisis de costos y calidad de los productos que adquiere la empresa, en dicha área es donde estoy realizando mi práctica profesional, en donde he encontrado:

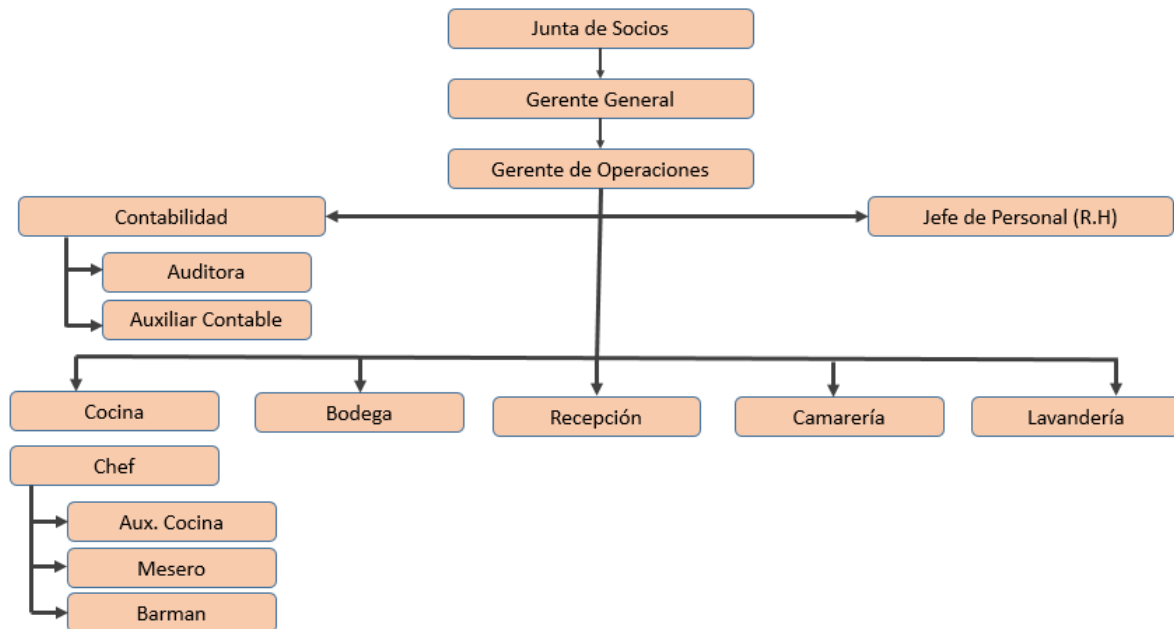
- Los productos que se manejan en su mayoría son de calidad y a un precio asequible, debido a los beneficios que se dan por ser clientes fieles (a través de descuentos)
- El área de bodega es un sitio en la cual falta una zona de refrigeración para el mejor manejo de las carnes, debido a que en la mayoría de casos se manejan estos productos en posta, para su respectiva porción, para luego hacer el respectivo estudio de costos de esta mercancía.
- Para el manejo de inventarios se maneja un sistema hotelero, de bares y restaurantes, Soho, el cual ha presentado algunas fallas a la hora del manejo de los inventarios, por lo tanto, se hace necesario el manejo de inventarios tanto a través de este sistema como de manera manual, el cual permite un mejor control y obtener resultados más eficientes.
- La mayoría de proveedores son empresas reconocidas tanto a nivel nacional como de la región como lo son: Bavaria, Makro, Éxito, proteína gourmet, Postobon, Coca-Cola, Pesquera del Mar, Atlantics, Ajover, entre otros más, lo cual ofrecen una variedad en gama de productos a un precio por mayorista económico y de alta calidad.
- Se lleva un control de inventarios semanales, quincenales y algunos a finalizar el mes, aunque se han presentado algunas dificultades por algunos

problemas presentados por el sistema y de la misma manera por algunas dificultades que se dan en los diferentes puntos con los que cuenta el hotel.

- Chinacota Colonial, cuenta con aproximadamente 15 puntos, entre las categorías de ventas y de servicios, lo cual permite que muchas veces a la hora de despachar los pedidos, lleve un poco de tiempo, debido a que la mayoría de áreas funcionan en su mayoría los días Sábados y Domingos, debido a que durante estos días las personas disfrutan más de sus días de descanso y son días de pasar en familia.

1.3.4 Talento Humano

Chinacota Colonial S.A.S, está conformada por una numerosa familia, la cual permite el trabajo en equipo. La empresa cuenta con personal que lleva años laborando en ella, lo cual permite que las operaciones a realizar sean más eficaces y oportunas por la experiencia que ya se tiene en cuanto a la labor que cada empleado realiza.



Fuente: Tomado de Reglamento Interno de Trabajo Complejo Turístico Chinacota – Hotel Colonial

Ilustración 9. Organigrama Chinacota Colonial S.A.S

El organigrama está conformado por las siguientes personas:

Gerente general: Julián Rojas Rico

Gerente de Operaciones: Carlos Gabriel Rojas

Contabilidad: Maribel

Jefe De Personal (Recursos Humanos): Olga García

Auditora: Judith Infante

Auxiliar Contable: Ibeth Quintero, con el apoyo del aprendiz Sena Jesús Holguín

Bodega: Omaira Álvarez, con el apoyo del practicante Sleiner Mejia

Recepción: Jenni Angarita, Farlei Villamizar

Camarería: Ismelda Vera Jáuregui, Esperanza Maldonado

Lavandería: Isbelia Mendoza

Chef: Dora Colmenares, Teresa Celis, Carlos Pardo, Diana Celis

Auxiliar: Sebastián Álvarez, Luis Celis

Meseros: Freddy Ramírez, Alix Pacheco, Sofía Álvarez

Barman: Jackson Contreras, Jonathan Delgado

Dentro de la empresa, la jefe de recursos humanos, realiza encuentros con los empleados de 1 a 2 veces, esto con el fin de tratar temas de trabajo, realizar encuentros con especialistas en temas de convivencia y trabajo en equipo, y realizar inspección en cada una las áreas de la empresa, con el fin de analizar con se encuentra cada área de trabajo y conocer las recomendaciones, satisfacción y sugerencias por parte de cada empleado con el fin de mejorar y hacer de la empresa un ambiente donde se trabaje cómodamente y se cumplan con los objetivos planteados.

Dentro de la entidad faltan algunas capacitaciones en cuanto a temas del manejo del sistema que se maneja dentro del hotel, ya que en muchas ocasiones se hace rotación de personal, dependiendo de la temporada o movimientos del día, y en muchos casos los empleados no tienen conocimientos básicos del manejo de la plataforma, así que esto puede traer consecuencias como perdidas de materias primas, suministros y ventas.

1.3.5 Análisis DOFA

	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1. Cuenta con zonas para la implementación de nuevos juegos.</p> <p>O2. El municipio de Chinacota, cuenta con un gran número de visitantes cada fin de semana</p> <p>O3. Por el buen nombre que tiene la empresa, se pueden crear proyectos con las empresas con las cuales tiene convenios.</p>	<p>AMENZAS</p> <p>A1. Los restaurantes y hoteles (la competencia) los cuales ofrecen servicios a más bajo costo.</p> <p>A2. Incremento de los precios de los suministros que se manejan dentro de la empresa.</p> <p>A3. Falta de oportunidad de trabajo que se puede dar debido a las bajas temporadas.</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>F1. Buen servicio que se presta y la satisfacción de los clientes</p> <p>F2. Espacios con los que cuentan actualmente la empresa permiten ofrecer un servicio de calidad.</p>	<p>-Seguir creando nuevos servicios, en la que los clientes tanto nuevos como antiguos, puedan disfrutar y vivir de experiencias nuevas y únicas.</p>	<p>- Realizar análisis a los insumos que se utilizan para la producción y prestación del servicio, lo cual permita a la empresa conocer la rentabilidad que den los mismos.</p>

<p>F3. Los insumos que se utilizan para ofrecer el servicio, son de buena calidad.</p> <p>F4. Cumplimiento con el pago de la nómina cada 15 días.</p> <p>F5. Tener un reglamento interno del trabajo.</p>	<p>- Crear alianzas con las empresas que tienen convenios con la empresa, para el suministro de materiales y en búsqueda de beneficios económicos.</p>	<p>-Hacer estudios de mercadeo con los proveedores, con el fin de buscar productos de calidad a un precio que beneficie a la empresa.</p>
<p>Debilidades</p> <p>D1. Mal manejo de algunos productos y servicios. (Aumento en los Gasto)</p> <p>D2. Poco control en cuanto a la labor que se le es asignada a cada empleado.</p> <p>D3. Incumplimiento de políticas y/o reglamentos que se establecen en algunas áreas de la empresa.</p> <p>D4. Fallas con el sistema hotelero2 que se maneja, la cual presenta inconformismo tanto de</p>	<p>-Delegar funciones a los empleados, en cuanto al cumplimiento de sus labores dentro de la empresa y en un área específica.</p> <p>-Mejor manejo en el control de llegadas y salidas de los empleados en sus jornadas laborales</p>	<p>-Llevar un control de las ventas y de los insumos que se utilicen en cada una de las áreas con el fin de apoyar al control que se debe llevar desde la bodega.</p> <p>- Crear a través del programa ofimático Excel, programas didácticos para el control de los inventarios de cada punto, y así facilitar el conteo y pre conteo de las mismas</p>

<p>clientes como personal que trabajan con él.</p> <p>D5. Inconformismo con el pago del salario, relacionado con las actividades que realiza el empleado</p>		
--	--	--

Tabla 1. DOFA y/o FODA, Chinacota Colonial S.A.S

1.4 Descripción del Área de Trabajo

Como estudiante del programa de Contaduría Pública de la Universidad de Pamplona y en la realización de la práctica profesional, me designaron como espacio de trabajo la bodega o más conocida como área de compra y distribución, espacio encargada del manejo de los costos principalmente en la relación y análisis de los precios y de la calidad de los productos que se adquieren de los proveedores para el funcionamiento de otras áreas de la empresa, por lo tanto, dentro de esta área se reciben los pedidos de cada uno de los puntos que realizan a través de un formato facilitado por la empresa con el fin de que los jefes de cada área y/o punto de venta presupueste, analice y realice la adquisición de los bienes que necesita para el normal funcionamiento de su punto de venta y/o servicio en el transcurso de los 6 a 7 días siguientes de la realización de este formato y esto se hace con fin de realizar el primer paso es que la compra de la mercancía necesaria a los proveedores específicos, se recibe los pedidos autorizados y se ingresa al inventario para después despacharlo al punto que realizó la requisición de dicho producto.

Dentro de esta área, se encuentra una persona encargada principalmente de la compra y distribución de los suministros que se realicen para la entidad, es la señorita Omaira Álvarez, que con una trayectoria de 3 años y medio dentro de la entidad, conoce del manejo, obligaciones y funciones que se contraen al trabajar en

dicha área de la empresa, pues la responsabilidad de esta área es grande, debido a que se debe tener la mayoría de productos que cada uno de los puntos necesite para su normal funcionamiento y así ellos puedan cumplir con sus objetivos.

1.5 Funciones asignadas dentro de la práctica

Dentro de las funciones que me fueron delegadas se encuentran:

- Recibir la mercancía que ingrese a las instalaciones del hotel y de la misma manera despacharlas a los diferentes puntos con los que cuenta la entidad.
- Registrar en el sistema, las facturas de compras y productos que ingresen a la bodega y de la misma manera, dentro del mismo sistema hacer las respectivas ventas y/o distribución a los puntos.
- Diseño de un centro de costos.
- Manejar los inventarios de los productos.
- Conocer, analizar y estudiar el costo de los productos.
- Realizar reportes diarios de las ventas que se hagan a cada uno de los puntos a la administración.
- Mantener actualizados los productos y servicios con sus respectivos precios.
- Apoyar al personal en temas relacionados tanto del área encargada, como de los conocimientos que tenga como practicante.

1.6 Estructura de la propuesta de mejoramiento

1.6.1 Título de la propuesta

Definir los centros de costos, los cuales serán la base para el mejor manejo de los costos dentro de la empresa Chinacota Colonial S.A.S

1.6.2 Objetivos

1.6.2.1 Objetivo General

Diseñar los centros de costos que se pueden crear dentro de la empresa, con el fin de manejar la información de una forma más ordenada y con resultados que proporcionen información para la toma de decisiones.

1.6.2.3 Objetivo Especifico

- Establecer la respectiva codificación a cada una de las áreas que forman la empresa: administrativas, de servicios, de producción y de compras, que sirva de base para la parametrización en el sistema.
- Dar a conocer los resultados del diseño e implementación de los centros de costos, llegando al punto de ofrecerle a la empresa resultados útiles para la toma de decisiones.
- Usar material de trabajo, que sirvan de complemento para la ejecución y parametrización a futuro de los centros de costos, basados en la actualidad de la empresa.

1.6.3 Justificación

En la realización de la creación y ejecución del centro de costos, se busca analizar tanto los precios que ofrecen cada uno de los proveedores y la calidad que los mismos brindan, esto con el fin, que el servicio que ofrece la empresa, sea del gusto de los huéspedes y clientes, de la misma manera buscar la rentabilidad la cual la empresa tiene proyectada. Chinacota Colonial, es una empresa que ha estado en constante crecimiento debido a la innovación tanto de los espacios que posee como en la variedad de gustos que ofrecen a cada uno de sus clientes.

El sistema que se maneja dentro de la empresa, hasta la fecha de realizar esta propuesta, sigue presentando fallas, con lo cual se busca que este centro de costos sea un respaldo a toda la información que se manejen, mientras se le da un correcto funcionamiento al sistema, y que el presente trabajo quede como un respaldo a toda la información y sirva de apoyo para el establecimiento de precios de los insumos y producción que se de en las áreas que conforman la empresa.

1.6.4 Cronograma

Actividad	JULIO			AGOSTO					SEPTIEMBRE				OCTUBRE					NOVIEMBRE					DICIEMBRE			
	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	
Entrevista																										
Entrega de papeles: Fotocopia de Cedula (Para afiliación a ARL), Carta de Presentación que elabora en Centro de Practica Empresarial																										
Realización de convenio con la Universidad de Pamplona																										
Presentación como aprendiz, dentro de las diferentes áreas de la empresa, así como conocer aspectos corporativos y reglamento interno de trabajo.																										
Asignación del Área de Trabajo																										
Capacitación del manejo del programa SOHO																										
Comienzo de realización de inventarios físicos, ingreso de compras, ventas y de los respectivos ajustes																										
Recopilación de información necesaria para la primera entrega del trabajo de grado.																										

2. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

2.1 Título de la propuesta

Definir los centros de costos, los cuales serán la base para el mejor manejo de los costos dentro de la empresa Chinacota Colonial S.A.S

2.2 Conceptualización

Los centros o agrupación de costos, es una forma de organizar y congregar los costos organizacionales de tal forma que sean útiles para: la toma de decisiones y satisfacer las necesidades de reporte interno o externo, esto con el fin de hacer los respectivos análisis a cada una de las áreas o a cada centro de costos que se han creado dentro de la organización.

Cada entidad tiene mínimo 2 tipos de centros de costos: A nivel más micro y/o pequeño, el agrupamiento o clasificación simple de costos encontrado en el plan de cuentas, como por ejemplo suministros de oficina o honorarios. A nivel más macro, el conjunto de todo lo que hace la organización, es decir la organización misma como centro de costos donde encontramos producción, ventas, administrativa.

Cuando hacemos referencia al plan de cuentas, es un listado organizado de cuentas (rubros contables) que tiene el propósito de facilitar el registro de la situación y las diversas transacciones de una organización. Así por ejemplo, un plan de cuentas permite acumular los diversos costos de acuerdo a la naturaleza de las operaciones (salarios, combustible, pago de alquileres, suministros de oficina, etc.).

Esto requiere que se asignen todos los costes según su origen. Sin embargo, la asignación asociada a orígenes es especialmente difícil para gastos generales. La contabilidad de centros de costos, permite analizar los gastos generales según donde se produjeron dentro de la empresa.

A continuación se presenta un pequeño esquema de un plan de cuentas para la contabilidad de costos, que es una parte importante para la elaboración del centro de costos, debido a que dentro de ella encontramos cuentas que hacen parte de las cuentas de balance, de ingresos y de egresos, teniendo principalmente en cuenta

las cuentas de gastos y costos, que son aquellas que principalmente se verán reflejados los movimientos afectando cada uno de los centros de costos.

Tabla 3. EJEMPLO PLAN DE CUENTAS

EJEMPLO DE UN PLAN DE CUENTAS	
1	ACTIVO
11	CIRCUALNTE
1100	BANCO
1110	CLIENTES NACIONALES
1120	DEUDORES
1130	CUENTAS POR COBRAR
1140	MATERIAS PRIMAS
1150	INVERSIONES
12	FIJO
1200	TERRENOS
1210	EDIFICIOS
1220	MUEBLES Y ENSERES (EQUIPO DE OFICINA)
1230	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN
1240	EQUIPOS DE TRANSPORTE
13	DIFERIDOS
1310	GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO
1320	INTERESES PAGADOS POR ANTICIPADO
2	PASIVOS
21	A CORTO PLAZO (CORRIENTE)
2100	CUENTAS POR PAGAR, OBLIGACIONES
2110	SALARIOS POR PEGAR
2120	PROVEEDORES NACIONALES
2130	IMPUESTOS
22	A LARGO PLAZO
2200	PROVEEDORES NACIONALES
3	CAPITAL Y/O PATRIMONIO
31	CAPITAL CONTABLE
3100	CAPITAL SOCIAL
3110	UTILIDAD (UTILIDAD-PERDIDA) DEL EJERCICIO
3120	UTILIDAD ACUMULADA

4	INGRESOS
4100	COMERCIO AL MAYOR Y POR MENOR
4110	PRESTACIÓN DEL SERVICIO
5	GASTOS
5000	SUELDOS Y SALARIOS
5020	SERVICIOS
5030	HONORARIOS
5040	DIVERSOS
5090	GANANCIA Y PERDIDA DEL EJERCICIO

La anterior tabla es un claro ejemplo de lo que es un plan de cuentas, tomado del libro de contabilidad de costos de Juan Garcia Collin, que en simples palabras se relaciona con el Plan Único de Cuentas (PUC) que manejamos en nuestro país y que es regido bajo varias normatividades. La función que cumple el plan único de cuentas es que a través de una codificación se determinan la funcionalidad de cada una de las cuentas 1 a activos, 2 a pasivos, 3 a patrimonio, 4 a los ingresos, 5 a los gastos y 6 a los costos.

Las cuentas que principalmente se ven reflejados los centros de costos son los costos y gastos que se llegan a incurrir por determinadas áreas.

Para el manejo de los centros de costos es importante conocer la estructura organizacional de cada una empresas, pues sabemos que no todas son iguales, ésta debe ser codificada a través de una numeración o códigos, para que nos permita direccionar hacia los centros de costo o los departamentos administrativos, de servicio, productivos y de venta, todos los costos o gastos del periodo, en forma automática y de origen, cuando se registren en la contabilidad.

Los centros de costos se pueden dividir o clasificar en 4, que son:

- Centro de costos administrativo (CCA): dentro de este centro de costos se encuentran los departamentos cuyas responsabilidades y funciones se

relacionan con la dirección y el manejo de las operaciones generales de la empresa.

- Centro de costos de servicios (CCS): está conformado por aquellas áreas cuya función consiste en suministrar el apoyo a los centros de costos administrativos, productivos y de ventas, dentro de estas áreas no se realizan transformación de materias primas.
- Centro de costos productivos (CCP): hacen parte de este centro de costos, aquellas áreas en donde se realiza la transformación a las materias primas, es decir, se realiza una producción para obtener un producto terminado.
- Centro de costos de ventas: los departamentos que conforman este centro de costos son aquellos que se dedican a la comercialización de productos ya terminados.

Es importante tener clara la nomenclatura a manejar dentro del administración de los centros de costos, pues en el momento de asignar los códigos el último digito nos permitirá identificar a que área pertenece es decir:

Tabla 4. Ejemplo de códigos departamentos

CCA	100001 Gerencia General
	110001 Gerencia de Talento Humano
CCS	131012 Departamento de compra y distribución
	132002 Mantenimiento de equipos informáticos
CCP	134003 Área de producción, planta de proceso 1
	134013 Área de producción, planta de proceso 2
CCV	140004 Gerencia de ventas nacionales
	141014 Subgerencia ventas región oriente

En la anterior tabla se puede analizar que se nombran los 4 tipos de centros de costos y dentro de los cuales se le asignó el digito para su posterior reconocimiento quedando de la siguiente manera: (1) centro de costos administrativo, (2) centro de

costos de servicio, (3) centro de costos de producción y (4) centro de costos de venta, es importante conocer la estructura organizacional de las empresas y así poder determinar cada una de las áreas y seguidamente asignar el respectivo centro de costos a cada una de ella.

Los resultados que se pueden esperar a la hora de llevar un manejo de centro de costos, pueden traer múltiples beneficios a las empresas, pues como lo dije anteriormente, nos permitirá tener estados financieros por cada área y/o departamento para analizar los resultados que se obtienen y así se puedan tomar las decisiones necesarias para poder mantener las empresas en funcionamiento y mejorar en el día a día.

Direccionamiento de costos y gastos de sueldos y salarios.

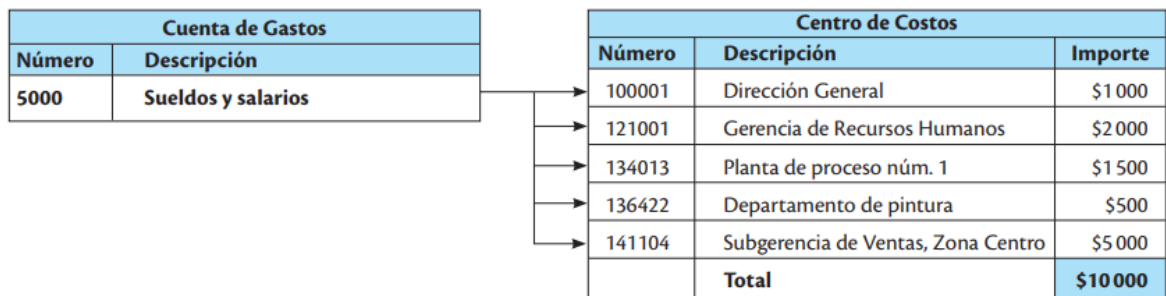


Ilustración 10. Manejo de los centros de costos

Fuente: Contabilidad de Costos (García Collin, Juan. 3ª Edición McGrawHill)

2.3 Situación actual en la empresa Chinacota Colonial S.A.S

Los costos son uno de los temas que más se dialogan dentro de la empresa, pues lo que se busca es tener un mejor manejo y control de los mismos con el fin de que se vean frutos positivos ante los objetivos que persigue la empresa.

¿Porque son importantes los costos? Pues la empresa en su mayoría se dedica a la prestación del servicio, es decir, en la comercialización tanto de los productos que se manejan y se ofrecen en varios de los puntos de ventas con los que cuenta el complejo turístico de igual manera que se cuenta con el servicio de alojamiento,

descanso y diversión en donde se ve incluido el manejo de productos para el mantenimiento de las habitaciones y las zonas comunes, es decir, el aseo que se le realiza a las mismas para brindar a los huéspedes de un lugar limpio y agradable para los mismos, entonces el control de los costos en especial de los costos de ventas se hace necesario, con el fin de parametrizar y unificar los precios y poder determinar los márgenes de utilidad que se esperan obtener por cada categoría de productos y de servicios, en relación con sus costos o precios de compra.

La empresa busca el mejor beneficio y los mecanismos por los cuales llegar a este, es así que la empresa adquirió un programa y una sistematización algo costosa con el fin de poder contar con un sistema y hacer algo más fácil las operaciones en cuanto al control y registro de los huéspedes y todo lo relacionado con lo del servicio hotelero (disponibilidad en habitaciones, habitaciones en limpieza, reporte de fallas en la habitación) a las ventas y el control de los inventarios, en las últimas fechas exactamente en el inicio de mi practica se presentaban algunas dificultades en cuanto al manejo de los inventarios, pues se estaban presentando diferencias en cantidades, en muchos de los casos se presentaban pérdidas para la empresa.

Actualmente se están implementando desarrollos al sistema para minimizar el nivel de riesgo de pérdidas y mejorar el control de los inventarios

El programa que posee la empresa (SOHO) cuenta con la opción de los centros de costos en diferentes movimientos como lo son: compras, requisiciones, traslados, entre otros; por lo tanto se hace necesario comenzar con la implementación de los centros de costos, debido a que se manejan tanto en el software de inventarios como en el de contabilidad. Estos que se nombran anteriormente son aquellos movimientos que realizo dentro de mi práctica, debido a que el Área de Distribución y Compras se dedica a realizar estas actividades.

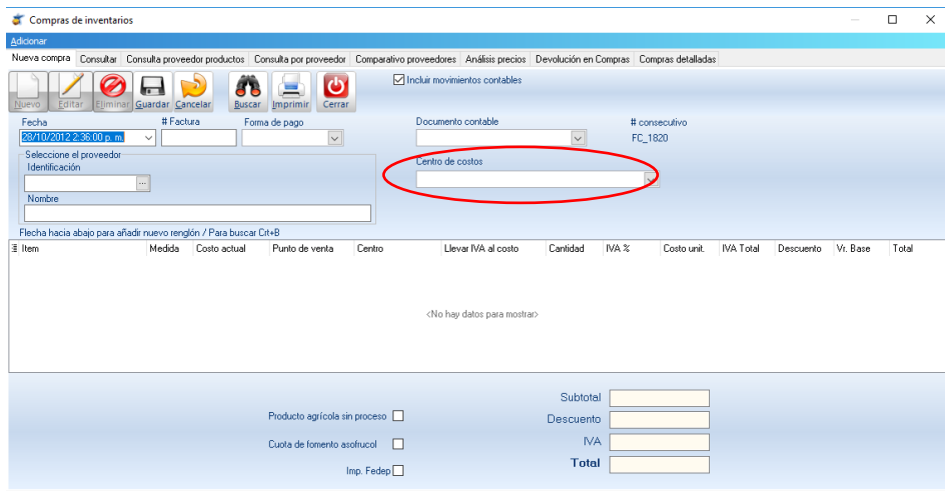


Ilustración 11. Compras, Opción Centro de Costos

Fuente: SohoInventarios 3Medias – Software Hotel Colonial

De la anterior imagen en donde se aprecia que se puede ingresar el centro de costos, es la parametrización que se le puede brindar al movimiento que se va a realizar, pero a la hora de ingresar el artículo podemos observar que nos pide un centro, es decir, se puede llegar a manejar un centro de costos (principal) y los sub-centro de costos, los cuales serán una ramificación de un centro específico.

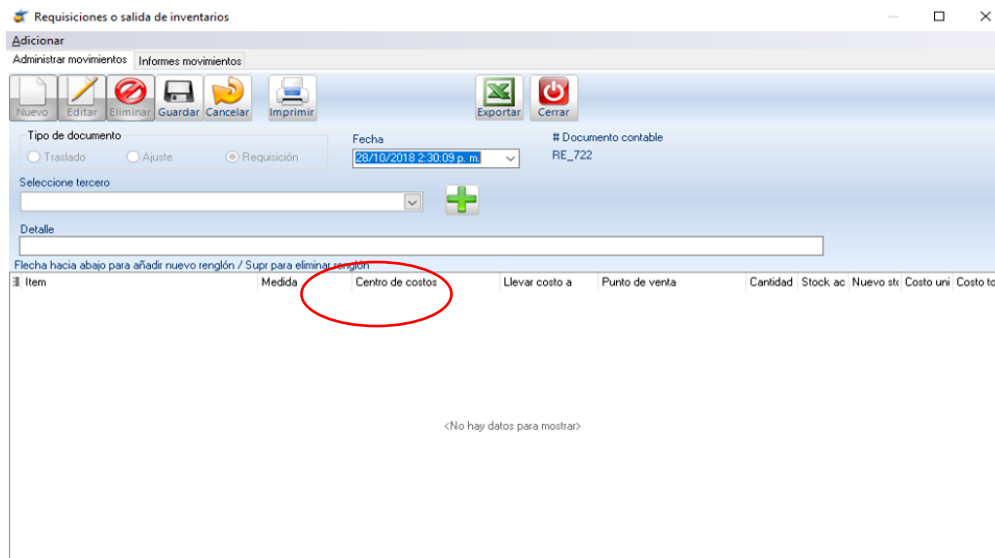
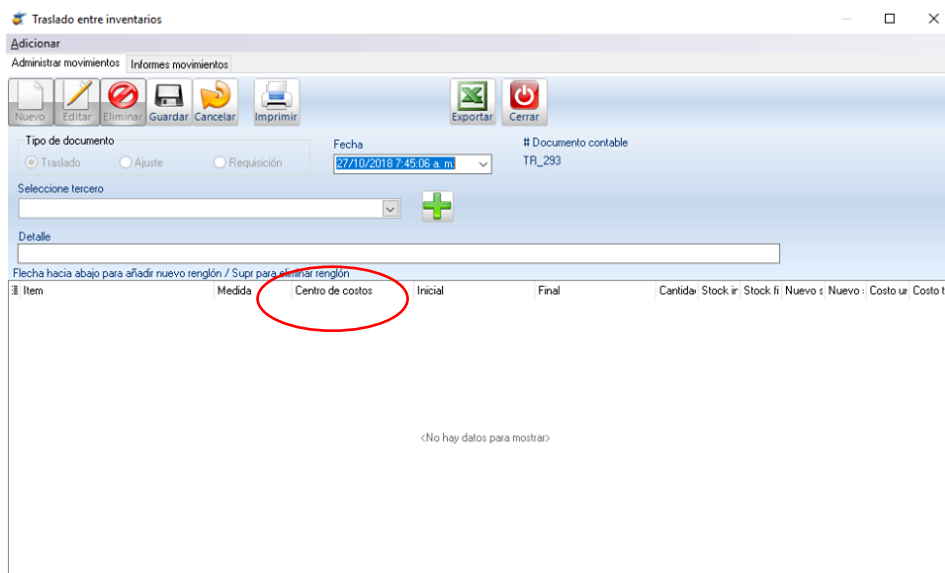


Ilustración 12. Requisiciones, opción centro de costos

Fuente: SohoInventarios 3Medias – Software Hotel Colonial



Fuente: Soho Inventarios 3Medias – Software Hotel Colonial

Ilustración 13. Traslados, Opción Centro de Costos

Dentro del programa solo se asignan los puntos de ventas, es decir hacia donde se dirigen los productos para ser comercializados (esto debido a que en cada uno de los lugares o áreas de ventas, se maneja el sistema únicamente para las comercializaciones realizadas en dicho punto y no se interfiere con los demás puntos de ventas),

2.4 Actividades iniciales a la propuesta de mejoramiento.

Los centros de costos, según su teoría se basa en la asignación de unos códigos, dicha asignación se toma en base a las áreas o departamentos, la estructura organizacional, es decir, como está conformada la empresa. Esta codificación es útil para la contabilidad que se realiza en la empresa, pues el centro de costos es el acompañante a los diversos movimientos financieros que se realizan, los cuales nos conllevan a la obtención de los resultados finales: estados financieros (estado de resultados y balance general), conociéndome normalmente que son la base para las tomas de decisiones por parte de la gerencia general y de la gerencia de operaciones dentro de la empresa Chinacota Colonial S.A.S.

Es importante tener en cuenta que los centros de costos, son tomados principalmente para las áreas o departamentos de producción, debido a que dentro de ellos se manejan diferentes costes, es decir para la producción de algún producto o artículo se incurrirá tanto en materia prima sea directa o indirecta, mano de obra directa o indirecta y en los demás costos indirectos para su fabricación.

Se reconoce que existen diferentes puntos de ventas relacionados como departamentos que son:

- Cocina Colonial
- Cocina Incanto
- Bar Colonial
- Bar Incanto
- Minibar Colonial - (Camarería)
- Minibar Incanto - (Camarería)
- Minibar Boutique - (Camarería)
- Corte grueso cocina
- Corte grueso bar
- Café de la Nona
- Chitarapark Picnic
- Chitarapark Piscina
- Chitarapark Juegos (Go Kars)
- Trailers (Cocina y Bar)
- Granja
- Finca de Veracruz
- Lavandería
- Recepción Hotel Incanto
- Recepción Hotel Colonial - Boutique
- Administración de Operaciones
- Compras y Distribución

Estas son las áreas que se encuentran dentro en la empresa Chinacota Colonial S.A.S en el municipio de Chinacota, con los cuales se realizan la mayoría y los diversos movimientos financieros, que son de suma importancia para

2.5 Asignación de códigos a las áreas correspondientes

Muchas de las áreas con las que se cuenta dentro de la empresa, están conformados con diferentes puntos tanto de producción, ventas y de servicios, por tal fin se hizo necesario la creación tanto de centros de costos (principales) como los sub-centros de costos, ello con el fin de poder llevarse un mejor manejo de la información y así poder llegar a obtener los resultados que se desean a la hora de implementar los centros de costos.

1101	Oficina administrativa (Gerencia de Operaciones)
1111	Compras y distribución
1121	Hotel Colonial
112101	Recepción (Minibar)
112102	Camarería - Lavandería
112103	Cocina Colonial
112113	Bar Colonial
112104	Bar/Tienda Colonial
1131	Hotel Incanto
113101	Recepción (Minibar)
113102	Camarería Incanto
113103	Cocina Incanto
113113	Bar Incanto
113104	Bar/Tienda Incanto
1141	Chitarapark
114102	Camarería Boutique

114112	Juegos GoKars - Piscina
114103	Cocina Chitarapark
114113	Bar Chitarapark
114104	Tienda Piscina
114114	Picnic
1151	Corte Grueso
115103	Cocina Corte Grueso
115104	Bar/Tienda Corte Grueso
1161	Café de la nona
116103	Repostería Café de la Nona
116104	Tienda Café de la Nona
1171	Tráiler
117103	Cocina Trailer´s
117104	Bar/Tienda Trailer´s
1181	Granja
118102	Pueblo Papacho
1191	Veracruz
119102	Hospedaje Finca Veracruz

Dentro de esta asignación de códigos se encuentran áreas que se consideran centro de costos híbridos, los cuales se identifican por cumplir doble funcionalidad, es decir, son aquellas áreas que se dedican tanto a la producción y al mismo tiempo prestan un servicio.

Se puede observar que se cuentan con 10 centros de costos principales, de los cuales 2 son centros administrativos. Entre el gran número de sub-centro de costos, se puede analizar que la empresa Chinacota Colonial S.A.S tiene puntos dedicados a la producción o fabricación de artículos, en este caso son las cocinas y los bares, los cuales cumplen con la elaboración de los platos, transformación de carnes a porciones, elaboración de cocteles y por otro lado encontramos el punto de

repostería, el cual se dedica a la elaboración o ensamble de artículos para la venta como lo son postres y acompañamientos para las comidas.

2.6 utilización de los centros de costos

Desde mi punto de trabajo, como lo es el área de compras y distribución, es donde se realiza la mayoría de ingresos de los suministros (materias primas y mercancías no fabricadas por la empresa) para ser distribuida a cada uno de los puntos o áreas para su debida transformación en su caso, y para su venta.

Como un ejemplo y basados en las actividades realizadas, tomaremos como ejemplo la distribución de mercancía no fabricada por la empresa para ser vendida en cada una de las tiendas que se encuentran dentro de las instalaciones del complejo turístico en la semana del 19 al 25 de Noviembre. Su distribución por centro de costos seria de la siguiente manera.

Cuenta Principal: Mercancía no fabricada por la empresa

Centro de costos: bar/tienda Colonial (\$2.600.000), bar/tienda Incanto (\$1.700.000), tienda piscina (\$896.000), picnic (\$750.000), bar/tienda corte grueso (\$580.000), tienda café de la nona (\$250.000), bar/tienda trailer's (\$300.000). De bodega se trasladó un total de mercancía valorizado al costo en \$7.326.000.

Mercancía	\$7.326.000	
112104		\$2.600.000
113104		\$1.700.000
114104		\$896.000
114114		\$750.000
115104		\$580.000
116104		\$250.000
117104		\$300.000

El traslado que se les hace a cada uno de los puntos se convierte en el costo de la mercancía, es decir, será reflejado en el estado de resultados cumpliendo la función de disminuir al total de las ventas que haga en la semana.

2.7 Implementación de centros de costos en el sistema soho

Después de estudiar todo el tema de centro de costos, organizar las áreas y hacer la codificación, se pasó a realizar el estudio al sistema Soho para la creación de centros de costos dentro del sistema.

Para poder realizarlo se debe ingresar al sistema se Soho Contabilidad, el cual será el espacio para la debida parametrización y donde se reflejaran los resultados esperados para la empresa. Para poder realizarlo se procede a pedir los permisos para poder efectuar las actividades necesarias o los pasos a pasos de la creación, ya que en mi caso, solo tenía permitido la realización de compras, ventas, traslados, ajustes, es decir, del programa de soho inventarios.

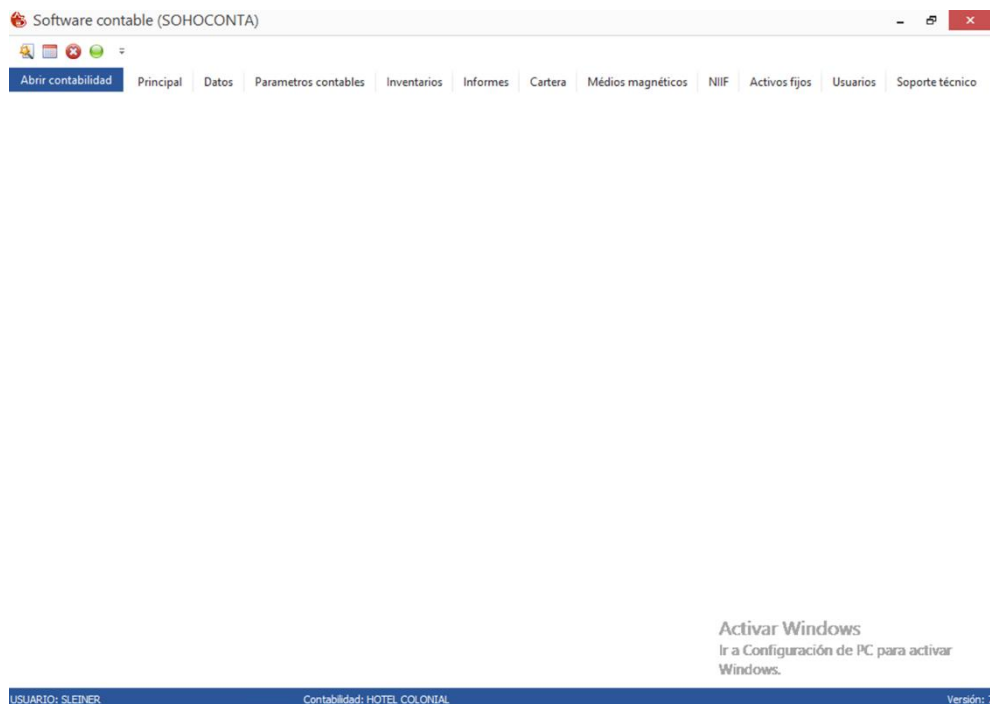


Ilustración 14. Pantalla Principal Soho Contabilidad

Ya estando dentro el sistema nos dirigimos en el menú de opciones a la opción de datos en donde encontraremos un espacio para la parametrización de los datos que necesita el sistema contable, en este espacio encontramos la opción para la creación de los centros de costos.

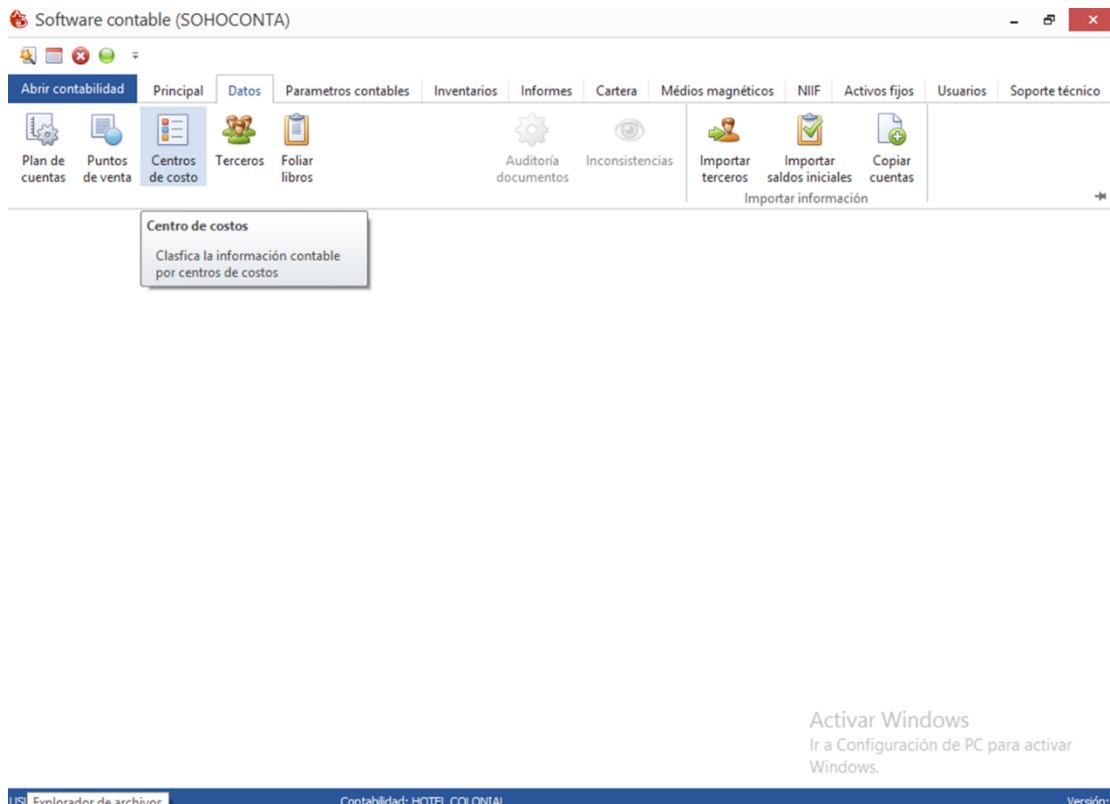


Ilustración 15. Menú-Datos, Centro de costos

Nos abre la ventana para la creación de los centros de costos de la cual se nos brinda la opción de crear 3 opciones: centro de costo, subcentro de costos y un punto de venta. Lo que se pudo analizar es que dentro del sistema de soho no se realiza una codificación, sino que se le asigna el nombre del centro de costos, aunque queda a la opción del trabajador si como nombre coloca de algún código, pero para realizarlo se debe explicar la codificación a los diferentes puntos en donde se maneje esta opción, ya que es importante que todos manejen los mismos términos, en cuanto a este trabajo, lo vamos a realizar colocando el nombre del área

específica, es decir, el nombre del centro de costos, conociendo la naturaleza del presente, es decir, si pertenece a las áreas de producción, ventas, servicios o administrativo.

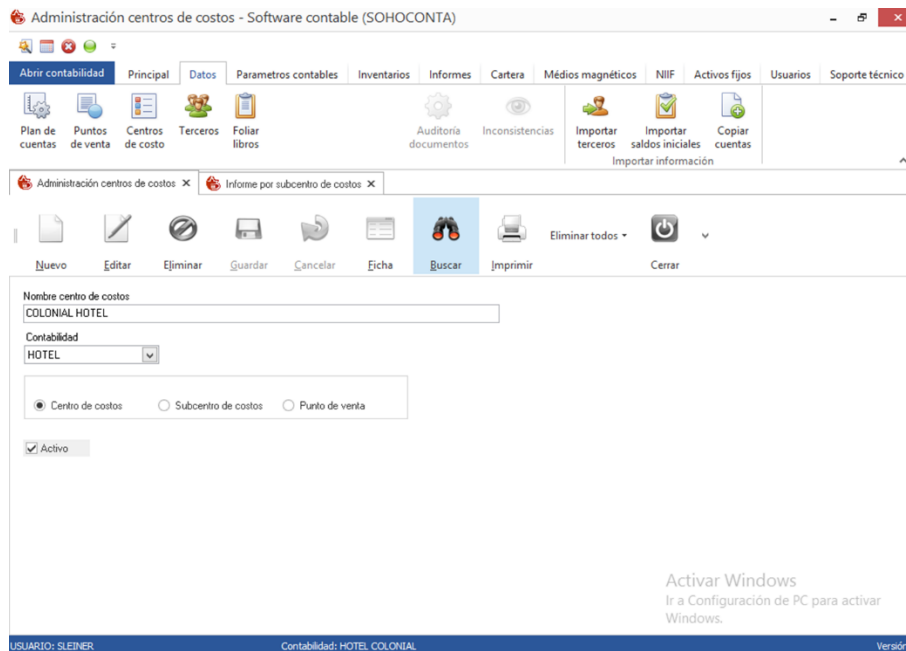


Ilustración 16. Parametrización centro de costo

Ya después de ingresar los centros de costos, podemos observar los diferentes movimientos con su respectiva funcionalidad, es decir, como se refleja los centros de costos a la hora de realizar un movimiento contable sea en el sistema contable, como en el de inventarios.

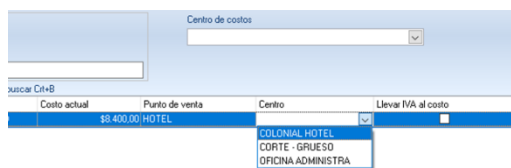


Ilustración 17. Centro de Costos - Compras

Podemos observar en la imagen 17, la posible visibilidad que tendría los centros de costos a la hora de realizar alguno de los movimientos financieros y/o contables, ofreciendo así un mejor manejo de las erogaciones realizadas por la empresa relacionado con las compras y traslados a un punto específico, realizados por la bodega.

Para finalizar, se pasó a conocer los posibles resultados que se pueden obtener con la implementación de los centros de costos, en especial en la obtención de estados financieros por centros de costos, en donde se verá reflejado la realidad económica de la empresa y en este caso, la realidad económica de cada uno de los puntos.

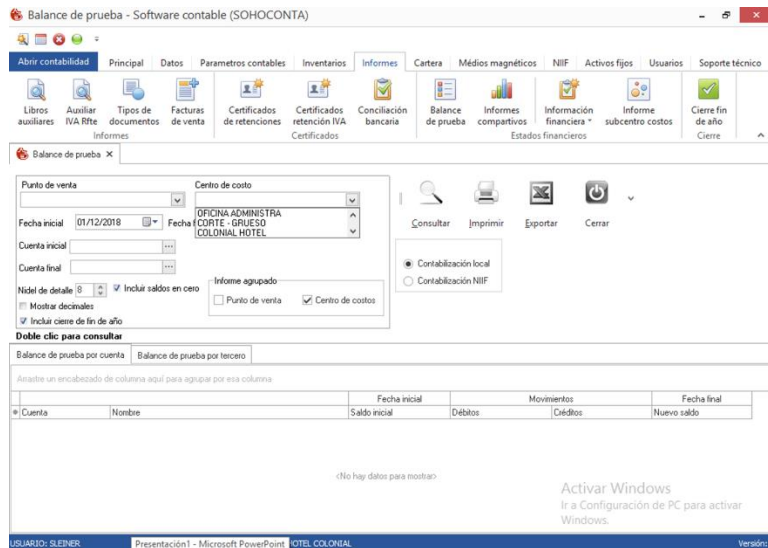


Ilustración 18. Balance de Prueba

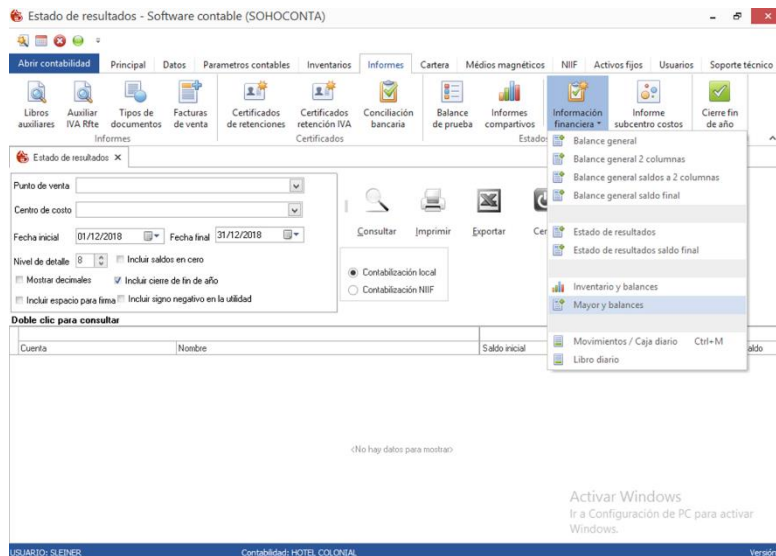


Ilustración 19. Información Financiera - Estado de Resultados

CONCLUSIONES

Realizando un estudio a la implementación del centro de costo, se llegó a analizar la utilidad que los mismos van a presentar para la empresa, ya que uno de los propósitos y metas que se desean desde la alta gerencia, es conocer la rentabilidad que da cada uno de las áreas a la empresa y el beneficio que los mismos brindan.

Los centros de costos ayudaran a la empresa, a conocer el manejo de los costos y los gastos por cada uno de los puntos, las erogaciones que realiza cada área, para así llevar un control del manejo de los suministros y de los movimientos en caja y bancos de la misma empresa.

Con la información que se está trabajando en la actualidad, se está llevan un control en cuanto a las compras que hace cada uno de los puntos o en otras palabras las distribuciones o traslados que reciben por parte de la bodega, y día a día se realizan arqueos de caja, para llevar un control de los mismo y al final del mes hacen una relación entre las ventas y las compras.

RECOMENDACIONES

Es importante que si se tiene un sistema costoso y que puede brindar todas las ventajas y beneficios a esperar, se utilicen la totalidad de los módulos, pues bien se sabe que uno conlleva al otro y se suministran información, con la implementación de la codificación de centros de costos, no se va a obtener un resultado real y los estados financieros no reflejaran la respectiva realidad económica tanto de la empresa como de cada área.

ALCANCE DE LA PRÁCTICA

Las practicas profesionales son una puerta a la vida laboral, es el espacio en donde como estudiantes a poco de obtener un título profesional, conocamos la realidad empresarial, la importancia de una profesión; muchas veces sentía que no podía, que las cosas las hacia mal, pero estos espacios lo que permite es fortalecer los conocimientos y brindar la seguridad que se debe tener, pues la Contaduría Publica, es una carrera que depende mucho de las habilidades que se tienen como profesional y de la seguridad en cuanto a la elaboración de información importante tanto para las empresas, como para los terceros, el estado y demás.

Durante mi práctica en el área de compra y distribución o más conocida como almacén o bodega, pude observar la importancia que tiene una factura en todos sus aspectos, en donde los costos toman gran relevancia para lo toma de decisiones, en donde hay que ser estrategas en pro de buscar el beneficio para la empresa, en donde cada día de trabajo valoraba más mi profesión y el amor por mi carrera crecía cada vez más. De igual forma, pude relacionarme con la auditora interna y aprender un poco más de los procesos que se llevan a la hora de realizar una auditoría a la empresa, a la hora de tomar decisiones.

El control de inventarios es de vital importancia para evitar la pérdida de mercancías, pues muchas veces esos descuadres, deterioros o pérdidas pesan en el bolsillo del empleado. Tuve una buena relación con varios(as) compañeros(as) de trabajo, cuando a la hora de hacer inventarios a los puntos y presentaban descuadres y debían pagar les dolía, pues decían que “vamos a pagar algo que no nos hemos consumido”, pues en estos casos interviene mucho la sensibilidad como humanos, pero como profesional se debe cumplir con lo establecido por la empresa.

No importaban las horas de trabajo, con el fin de dar lo mejor y presentar la información como se requería, no tenía gran relevancia las horas de salida, pues un buen trabajador trabaja por ver los resultados positivos de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

Contabilidad de costos, Juan Garcia Colin, Tercera edición

<https://www.gerencie.com/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-costos.html>

[http://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTO S_Y_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf](http://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTO_S_Y_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf)

<http://www.cefa.com.mx/articulos/di40p42.html>

<https://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-centro-de-utilidades-y-un-centro-de-costos-para-las-partidas-del-balance-13574.html>

ANEXOS



Pamplona, 10 de julio de 2018

GA170.90PA00.10-215

Señora
OLGA LUCIA GARCIA ARANGO
Jefe de Talento Humano
CHINÁCOTA COLONIAL S.A.S
Chinácota (N. de S.)

Cordial saludo.

Respetuosamente solicito su colaboración para que el estudiante, **SLEINER GUSTAVO MEJIA MENDOZA**, identificado con Cédula de Ciudadanía N° 1.094.507.095, de X semestre del Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, realice su Práctica Profesional, durante el segundo periodo académico del año 2018, en esa Empresa.

Nuestro estudiante, profesional idóneo, competente para desempeñarse en el ámbito de los sistemas contables, con capacidad de análisis e investigación para la toma de decisiones, espíritu de liderazgo y eficiente capacidad para la gestión de procesos financieros; formación Integral en lo social, humanístico, tecnológico y contable, para cumplir funciones de Revisoría Fiscal, Auditoría Interna y Externa, Asesorías contables, financieras y tributarias.

La práctica cuenta con este Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial, donde se ofrece orientación y se hace seguimiento personalizado al pasante, haciendo participe del proceso a su superior inmediato; comprende un periodo mínimo de 4 a 6 meses, equivalente a un semestre académico, en el horario que según la naturaleza de la labor encomendada requiera, sin exceder los términos de ley.

Manifiesto a Usted mi sentido de gratitud, al contribuir con esta etapa del proceso de formación académica del estudiante, lo cual redundará en beneficio de la comunidad y particularmente, en la visión empresarial que requieren nuestros egresados.

Información de contacto: correo electrónico, cenprac@unipamplona.edu.co, telefax (097) 5681761, Universidad de Pamplona.

Atentamente,

ÁLVARO PARADA CARVAJAL
Director Centro de Práctica y Asesoría Empresarial



Formando líderes para la construcción de un
nuevo país en paz



Pamplona, 10 de julio de 2018

GA170.90PA00.10-215

Señora
OLGA LUCIA GARCIA ARANGO
Jefe de Talento Humano
CHINÁCOTA COLONIAL S.A.S
Chinácota (N. de S.)

Cordial saludo.

Respetuosamente solicito su colaboración para que el estudiante, **SLEINER GUSTAVO MEJIA MENDOZA**, identificado con Cédula de Ciudadanía N° 1.094.507.095, de X semestre del Programa de Contaduría Pública, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Pamplona, realice su Práctica Profesional, durante el segundo periodo académico del año 2018, en esa Empresa.

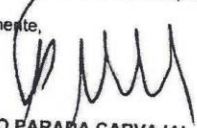
Nuestro estudiante, profesional idóneo, competente para desempeñarse en el ámbito de los sistemas contables, con capacidad de análisis e investigación para la toma de decisiones, espíritu de liderazgo y eficiente capacidad para la gestión de procesos financieros; formación Integral en lo social, humanístico, tecnológico y contable, para cumplir funciones de Revisoría Fiscal, Auditoría Interna y Externa, Asesorías contables, financieras y tributarias.

La práctica cuenta con este Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial, donde se ofrece orientación y se hace seguimiento personalizado al pasante, haciendo partícipe del proceso a su superior inmediato; comprende un periodo mínimo de 4 a 6 meses, equivalente a un semestre académico, en el horario que según la naturaleza de la labor encomendada requiera, sin exceder los términos de ley.

Manifiesto a Usted mi sentido de gratitud, al contribuir con esta etapa del proceso de formación académica del estudiante, lo cual redundará en beneficio de la comunidad y particularmente, en la visión empresarial que requieren nuestros egresados.

Información de contacto: correo electrónico, cenprac@unipamplona.edu.co, telefex (097) 5681761, Universidad de Pamplona.

Atentamente,


ÁLVARO PARADA CARVAJAL
Director Centro de Práctica y Asesoría Empresarial







REPORTE DE EVALUACIÓN

Universidad de Pamplona
 Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
 Centro de Prácticas y Asesoría Empresarial
 Pamplona (Norte de Santander)
 Km 1, Vía Bucaramanga
 Tel: (7) 5681761 - www.unipamplona.edu.co
 cenprac@unipamplona.edu.co

OBJETIVO: Evaluar el desempeño del practicante de acuerdo con los objetivos previamente planteados en la empresa con el fin de comprender las acciones que faciliten el cumplimiento de los mismos y logren el desarrollo personal y profesional del estudiante

ESTUDIANTE: Steiner Gustavo Mejía Mendoza **ORGANIZACIÓN:** Chinacota Colonial S.A.S

PROGRAMA: Contaduría Pública **DEPENDENCIA:** Compras y Distribución (Bodega)

EVALUADOR: **FECHA:** 04 - Diciembre - 2018

CALIFICACION: MUY SOBRESALIENTE (MS) - SOBRESALIENTE (S) - POCO SOBRESALIENTE (PS) - ACEPTABLE(A)

INDICADORES DE DESEMPEÑO	MS	S	PS	A	CONCEPTO DEL EVALUADOR
ADAPTACIÓN A LA ORGANIZACIÓN Actitud del estudiante para afrontar cambios en los diversos roles que debe asumir de acuerdo con las circunstancias presentadas.			X		
INTEGRACIÓN AL GRUPO DE TRABAJO Facilidad para adaptarse a las orientaciones, comportamientos y necesidades de las personas que componen el equipo.		X			
INICIATIVA Y APORTES Capacidad para sugerir soluciones prácticas e innovadoras a problemas presentados en la organización.		X			
RESPONSABILIDAD Asumir positivamente las consecuencias de sus actos.		X			
CALIDAD DE TRABAJO Oportunidad y efectividad en todas las actividades que realiza.		X			
PUNTUALIDAD Y ASISTENCIA Disposición para presentarse a tiempo en su lugar de trabajo.		X			
COMUNICACIÓN Capacidad para expresar sus ideas (oral y escrita) en forma clara y precisa, y para interrelacionarse.		X			
MADUREZ Grado de autocontrol y serenidad para manejar cualquier tipo de situación.	X				
ENTUSIASMO Capacidad para asumir aptitudes de manera positiva y optimista.	X				
CAPACIDAD DE MEJORAMIENTO Capacidad de revisar constantemente los procesos para darles valor agregado.	X				
TRABAJO BAJO PRESIÓN Capacidad de dar solución a diferentes labores en cortos periodos de tiempo.		X			

CUALIDADES DEL ESTUDIANTE: Honestidad y puntualidad

ASPECTOS QUE DEBE MEJORAR EL PRACTICANTE:

Liderazgo		Proactividad	
Comunicación	X	Generación de Propuestas	
Otra, ¿Cuál?		ser preciso.	

EL PRACTICANTE CUMPLIO CON SUS ESPERATIVAS:

SI	X	¿Por qué?	
NO			

RECOMENDACIONES Y /O SUGERENCIAS: Trabajar respecto a concentración de funciones y comunicación activa.

FIRMA EVALUADOR: *[Firma]*

FIRMA PRACTICANTE: Steiner Mejía



CHINACOTA COLONIAL SAS

NIT. 900330128-4
PARQUE RESIDENCIAAL BONANZA
COMERCIAL@COLONIALCHINACOTA.COM
Tel 5865845

CERTIFICADO LABORAL

Certifico que el (la) señor (a) SLEINER GUSTAVO MEJIA MENDOZA identificado(a) con cédula de ciudadanía número 1094507095, labora en la empresa desde el 13 de julio del 2018, desempeñando el cargo de PASANTE, mediante un convenio de PRACTICA con la Universidad de Pamplona, a la fecha el pasante en mención a cumplido sus 4 meses de practicas solicitadas por dicha Universidad, con total cabalidad.

Se expide este certificado a solicitud del interesado, a los 05 día (s) del mes de diciembre del 2018.

Atentamente,



CARLOS GABRIEL ROJAS.

GERENTE DE OPERACIONES



CHINACOTA COLONIAL SAS
NIT. 900330128-4
PARQUE RESIDENCIAL BONANZA
COMPLEJOTURISTICOCHINACOTA@GMAIL.COM
TELEFONO 5865845 CELULAR 317 3318475

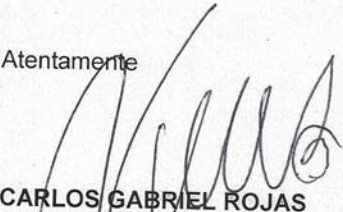
**EL GERENTE DE OPERACIONES
DE LA EMPRESA CHINACOTA COLONIAL S.A.S**

HACE CONSTAR

Que el (la) señor (a) **SLEINER GUSTAVO MEJIA MENDOZA** identificado (a) con numero de cedula 1.094.507.095, expedida en Herrán, estudiante del programa de Contaduría Publica de la Universidad de Pamplona, socializo el plan de mejoramiento denominado "Definir Los Centros De Costos, Los Cuales Serán La Base Para El Mejor Manejo De Los Costos Dentro De La Empresa Chinacota Colonial S.A.S" el día Miércoles 5 de Diciembre del presente año.

Se expide este certificado a solicitud del interesado, a los 05 día (s) del mes de diciembre del 2018.

Atentamente



CARLOS GABRIEL ROJAS
GERENTE DE OPERACIONES



CHINACOTA COLONIAL SAS
NIT. 900330128-4
PARQUE RESIDENCIAL BONANZA
COMPLEJOTURISTICOCHINACOTA@GMAIL.COM
TELEFONO 5865845 CELULAR 317 3318475

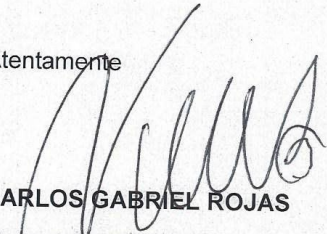
**EL GERENTE DE OPERACIONES
DE LA EMPRESA CHINACOTA COLONIAL S.A.S**

HACE CONSTAR

Que el (la) señor (a) **SLEINER GUSTAVO MEJIA MENDOZA** identificado (a) con numero de cedula 1.094.507.095, expedida en Herrán, estudiante del programa de Contaduría Publica de la Universidad de Pamplona, socializo el plan de mejoramiento denominado "Definir Los Centros De Costos, Los Cuales Serán La Base Para El Mejor Manejo De Los Costos Dentro De La Empresa Chinacota Colonial S.A.S" el día Miércoles 5 de Diciembre del presente año.

Se expide este certificado a solicitud del interesado, a los 05 día (s) del mes de diciembre del 2018.

Atentamente



CARLOS GABRIEL ROJAS
GERENTE DE OPERACIONES

