

INFORME DE CONSULTORÍA:

Aplicación de técnicas estadísticas y costeo en MiPymes de la región

Empresa: COCINAS IDEA S.A.

YULIAN HERNANDO ROJAS MAYOR

MARÍA ALEJANDRA JAIMES QUINTANILLA

MARISOL OVALLES CAICEDO

Docentes consultores del grupo de investigación GIPROCAL de las Unidades
Tecnológicas de Santander

Bucaramanga, Noviembre de 2019

Contenido

1. Resumen	3
2. Objetivos de la consultoría.....	4
2.1. Objetivo General.....	4
2.2. Objetivos Específicos	4
3. Resultados y productos	5
3.1. Resultados de la consultoría.....	5
3.1.1 Resultados del estudio de estadística	5
CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	5
3.2. Productos derivados de la consultoría	18
4. Conclusiones y recomendaciones	19
5. Anexos	21
6. Bibliografía.....	27

1. Resumen

El informe que se presenta a continuación corresponde al cierre de la consultoría aplicación de técnicas estadísticas y costeo en MiPymes de la región realizada en la empresa Cocinas Ideas S.A., y tiene como propósito presentar los resultados y el cumplimiento de los objetivos. La ejecución de ésta, se desarrolló entre el 30 de Agosto hasta el 30 de Noviembre del año 2019 según acuerdo de cooperación firmado por las partes.

En primer lugar, en todo el proceso de conocimiento y la recolección de información necesaria para la elaboración del proyecto, se realizan dos visitas directamente donde se encuentra ubicado el sitio de la elaboración de los productos, y esto acompañado de llamadas telefónicas para la adquisición de mayor información por parte de la empresa. la investigación y trabajo de campo se refiere al análisis e implementación de una herramienta de costeo eficaz que ayude al empresario en su labor diario, Para esto se realizó una evaluación exhaustiva del actual sistema de costeo, se dio un concepto y se señaló cual es el sistema adecuado según las necesidades y características de la empresa. El sistema de costeo que se eligió fue por órdenes de producción , ya que según las características y análisis previos es el procedimiento que más se acomoda a los requerimientos, permite reunir separadamente cada uno de los elementos del costo para cada orden de producción, ya sea terminada o en proceso de transformación, Es posible y resulta práctico subdividir la producción, de acuerdo con las necesidades de cada empresa, La producción se hace generalmente sobre pedidos formulado por los clientes. Por otro lado, se realizó un análisis macroeconómico del sector y se señalaron fortalezas y debilidades lo cual se refleja en el entorno y se deja una herramienta en Excel.

Finalmente, es importante la realización de esta investigación para que el empresario obtenga una visión clara de los diferentes factores que pueden llevar acabo un crecimiento o decadencia de su empresa y como se ve afectada por diferentes contextos como el proceso productivo y el entorno económico en que esta se encuentra.

2. Objetivos de la consultoría

2.1. Objetivo General

Prestar los servicios de consultoría científica relacionada con la aplicación de técnicas estadísticas y de costeo a los procesos y productos de la empresa

2.2. Objetivos Específicos

1. Realizar la recolección de la información estadística y de costos de la empresa para luego efectuar el arreglo y clasificación de los datos según los lineamientos de cada corte definidos en los planes de curso.
2. Determinar el impacto de las variables que afectan el desarrollo de la organización, empresa, sector o unidad productiva utilizando las herramientas de la estadística.
3. Diagnosticar el sistema actual de costos de la empresa y plantear un nuevo modelo de costeo que se ajuste al tipo de producción y al tamaño de esta o mejorar el actual sistema de costos.
4. Desarrollar una hoja de cálculo en Excel para el procesamiento de información en la construcción y análisis del sistema de costeo relacionado con las actividades productivas y que permita partiendo de unos resultados graficar indicadores de interés para la empresa.

3. Resultados y productos

3.1. Resultados de la consultoría

3.1.1 Resultados del estudio de estadística

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA.

La empresa Cocinas Idea S.A registrada con el (NIT): 63542999-7, es una microempresa dedicada al diseño y fabricación de cocinas integrales, bibliotecas, closets y centros de entretenimiento.

Fue creada en enero del año 2016, con la razón social Modulares Idea por los señores Josimar Muñoz Mendoza y Solangel Mendoza, iniciando el gerente, asesor y dos carpinteros; estaba ubicado en la Cra17f No.61-18 de la ciudad de Bucaramanga.

Por la gran acogida que tuvo Cocinas Idea S.A se vio en la necesidad de ampliar su portafolio de productos con la venta de pisos, paredes y cerámicas, trasladándose a un local más amplio, ubicado en la CR17 F 61-10, muy cerca de donde funcionaba.

Para el año 2017 se realizó un cambio en el nombre de la empresa, mostrándose desde entonces como Cocinas Idea; actualmente la compañía está en propiedad de Diana Margarita Oviedo Jiménez, la cual cuenta con un total de 6 empleados; 3 en el área de producción con sus respectivos elementos de protección personal en el proceso de ensamble, transformación y, 3 en administración y mercadeo con una jornada laboral de acuerdo a la ley estipulada en Colombia, (8:00 am – 12:00 m y 2:00 pm – 6:00 pm).

Realizan actividades comerciales referentes al comercio de la industria de madera, cerámica, pinturas, etc., con el objetivo de ampliar la microempresa, también incluye la producción a partir de bienes intermedios para la elaboración final de un mueble que incorpora un valor agregado que además de tener una excelente calidad, los diseños son creados directamente por medio de un programa en 3D que permite al cliente brindarle una proyección sobre el producto terminado de acuerdo a sus especificaciones y para ofrecer una mejor atención al comprador se da a conocer un muestrario con material físico, con diferentes estilos y marcas de madera de los diversos proveedores municipales como se ilustra la imagen 1.

Imagen 1. Muestrario de materiales o de maderas



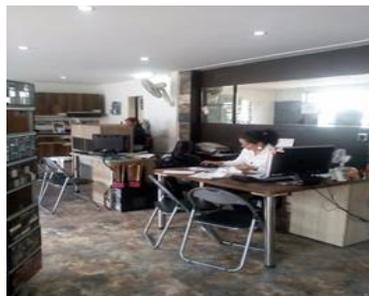
Fuente: Cocinas Idea S.A

1. ÁREAS DE LA EMPRESA.

La empresa se encuentra conformada por el área de mercado y el área de producción.

➤ AREA DE MERCADEO.

Imagen 2. Oficina del área de administración y mercadeo



Autor: Diana Margarita Oviedo (dueña de la empresa).

En la imagen 1 se puede observar el área de administración y mercado de la empresa COCINA IDEA S.A.S, en el cual se realiza las siguientes funciones:

- Programar, organizar y controlar los recursos humanos, financieros y materiales, así como los servicios generales que la Dirección necesita para el desarrollo de sus funciones.
- Establecer metas y objetivos.

- Seleccionar y coordinar las estrategias de ventas.
- Coordinar y supervisar los recursos para la producción.

➤ AREA DE PRODUCCIÓN:

Imagen 3. Área de producción



Autor: Diana Margarita Oviedo (dueña de la empresa)

En la imagen 2 podemos observar y detallar el área de producción que cumple las siguientes funciones:

- Diseñar y fabricar cocinas integrales
- Elaborar de piezas de madera
- Ensamblar y acabado
- Pintar

➤ MATERIALES PARA EL AREA DE PRODUCCION.

• MATERIAS PRIMAS

✓ TIPOS DE MADERA:

En la empresa generalmente se utiliza la madera:

- ❖ Aglomerado (material que está compuesto por madera de diferentes tamaños, unidas entre sí por algún tipo de resina, pegamento u otro material y posteriormente prensada a temperatura y presión controlada)
- ❖ Triplex (lámina formada por un número impar de capas de maderas superpuestas.)

✓ OTRAS MATERIAS PRIMAS

Las materias primas que generalmente utilizan son:

- | | |
|-----------------|--------------------------------|
| ❖ Colbon | ❖ Pintura |
| ❖ Pegante bóxer | ❖ Lijas de diferentes calibres |
| ❖ Thinner | ❖ Puntillas |
| ❖ Varsol | ❖ Tornillos |

- ❖ Gasolina
- ❖ Tuercas

✓ MAQUINARIA.

- ❖ Sierra circular: La sierra circular es una máquina para aserrar longitudinal o transversalmente madera, metal, plástico u otros materiales.
- ❖ Ruteadora: La Ruteadora es una herramienta destinada al tratamiento de la madera. Su principal función es recortar piezas con precisión y calidad a través de diferentes fresas y siguiendo diferentes formas de corte (recto, redondeado).
- ❖ Caladora: Hace cortes específicos
- ❖ Compresor: Aparato que sirve para reducir a menor volumen un líquido o un gas por medio de la presión.

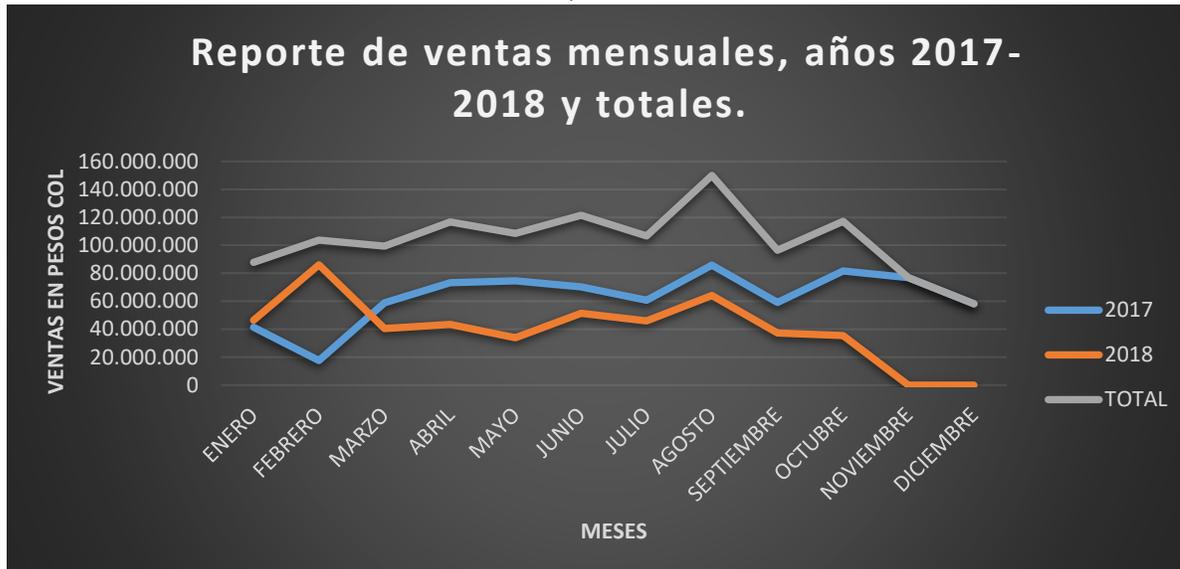
✓ HERRAMIENTAS.

Las herramientas que más se utilizan son:

- ❖ Taladros
- ❖ Cepillos
- ❖ manuales
- ❖ Puntilladora
- ❖ Pulidora
- ❖ Acolilladora
- ❖ Martillos
- ❖ Alicates
- ❖ Destornilladores
- ❖ Bisturí

LINEAS DE TENDENCIA EN BASE AL INFORME DE VENTAS 2018

Gráfica 1. Líneas de tendencia, informe de ventas 2018



Fuente: Información obtenida por Cocinas Idea S.A.S

Presentando las ventas de Modulares Idea S.A. y Cocinas Idea S.A.S (se tiene en cuenta que la razón social es diferente al nombre de la empresa), el análisis de ingresos permite comparar los ingresos del 2017-2018, los cuales arrojan que la empresa modulares ideas con respecto al 2017, la compañía dispone un equilibrio económico desde el mes de marzo – julio; en el año 2018 tuvo un punto fuerte de ventas hacia el mes de febrero, decreciendo en septiembre debido la deficiencia de la economía y la administración de la empresa llegando a su momento de quiebre para saldar cuentas pendientes.

CRECIMIENTO ECONÓMICO DE COLOMBIA DEL AÑO 2017 AL 2018.

La siguiente tabla refleja el crecimiento económico de Colombia con respecto a los años 2017-2018, dividido en los sectores con su respectivo porcentaje de participación.

Imagen 4. Crecimiento económico de Colombia 2017-2018.

COLOMBIA: CRECIMIENTO ECONOMICO

	Part. %	2017		2018			
		Ene-sept	Año	Trim I	Trim II	Trim III	Ene-sept
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	6.2	7.1	5.6	2.4	5.8	0.1	2.7
Explotación de minas y canteras	5.3	-5.0	-4.3	-3.8	-2.6	1.0	-1.8
Industrias manufactureras	12.0	-2.0	-2.0	-2.1	3.6	2.9	1.5
Electricidad, gas, agua, saneamiento ambiental	3.0	0.5	0.8	1.0	2.3	3.0	2.1
Construcción	7.0	-2.9	-2.0	-3.5	-6.0	1.8	-2.5
Comercio, transporte, almacenamiento, hoteles	16.7	1.6	1.2	2.9	3.7	2.6	3.1
Información y comunicaciones	2.8	-1.1	-0.1	2.0	2.5	3.7	2.7
Actividades financieras y de seguros	4.7	7.4	6.9	4.8	2.7	1.7	3.1
Actividades inmobiliarias	8.9	2.9	2.8	2.3	2.1	2.1	2.2
Actividades prof., científicas y técnicas, s. administrativos	6.9	2.7	3.5	5.1	5.6	3.6	4.8
Admon. pública y defensa; seg. social, educación, salud y s. sociales	14.4	3.9	3.8	5.9	5.3	4.5	5.2
Actividades artísticas, entretenimiento y recreación	2.5	4.7	3.9	2.4	3.4	1.0	2.3
Producto interno bruto	100.0	1.8	1.8	2.2	2.8	2.7	2.5

Fuente: ww.andi.com.co

Con referencia a la Imagen 4, se puede apreciar que, en Colombia, teniendo en cuenta los años 2017–2018, el área de industrias manufactureras tuvo un porcentaje de participación del 12%.

PARTICIPACIÓN DE LOS DEPARTAMENTOS EN EL PIB NACIONAL:

El Producto Interno Bruto (PIB) es un indicador económico que refleja el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos por un país o región en un determinado tiempo, el cual suele ser, normalmente, un año. Además, se dice que un país crece económicamente cuando la tasa de variación del PIB aumenta, es decir, el PIB del año calculado (actual) es mayor que el del año anterior.

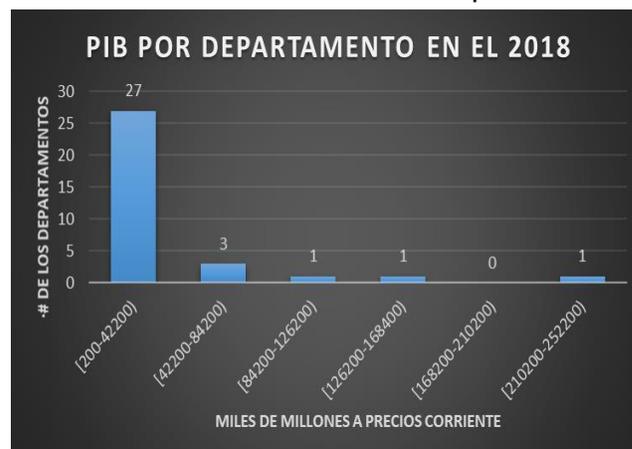
Tabla 2: PIB por departamento 2018

Tabla 1. Producto Interno Bruto por departamento
Miles de millones de pesos a precios corrientes
2018^{pr}

Departamento	2018 ^{pr}	Departamento	2018 ^{pr}
Total Nacional	978.477	Hulla	15.714
Bogotá D.C	250.576	Norte Santander	15.015
Antioquia	141.756	Nariño	14.721
Valle	95.031	Magdalena	13.072
Santander	63.234	La Guajira	11.151
Cundinamarca	58.407	Sucre	8.174
Atlántico	43.257	Quindio	7.825
Meta	35.642	Arauca	4.982
Bolívar	35.132	Putumayo	3.983
Boyacá	26.317	Caquetá	3.916
Tolima	20.984	Chocó	3.800
Cesar	20.159	San Andrés y Providencia	1.480
Cauca	17.502	Guaviare	778
Córdoba	16.557	Amazonas	748
Risaralda	15.791	Vichada	633
Caldas	15.757	Guaimía	351
Casanare	15.750	Vaupés	279

Fuente: DANE, Cuentas nacionales.

Gráfica 2: PIB por



departamento2018
www.dane.gov.co,
grupo B253 de UTS

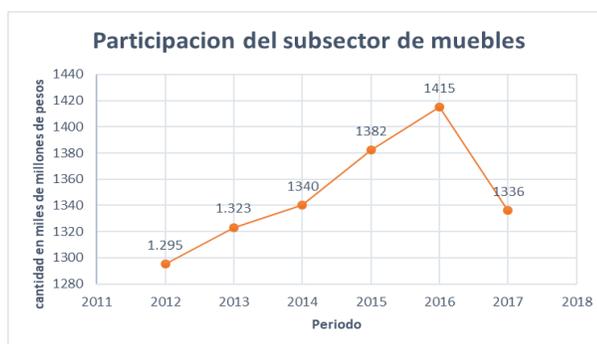
Fuente de tabla 2:
Autor de gráfica1: Estudiantes de estadística

En el boletín preliminar del DANE sobre el PIB nacional de acuerdo a la participación de los departamentos de Colombia reporta que el PIB nacional es 978.477 miles de millones de pesos, a precios corrientes. Los departamentos con mayor PIB son Bogotá D. C. y Antioquia con 250.576 y 141.756 miles de millones de pesos, respectivamente. Estos son solo 6% de los departamentos ya que el 82% está en un rango de 200-42200 miles de millones, entre ellos están con los de menos participación que son Guainía y Vaupés, Santander ocupa el 4to puesto entre los departamentos y aporta un porcentaje de 6.46% del PIB nacional.

PARTICIPACIÓN DEL SUBSECTOR DE MUEBLES EN EL PIB NACIONAL.

TABLA 3. VALOR Y PARTICIPACION DEL SECTOR MUEBLERO EN EL PIB NACIONAL

PERIODO	PIB EN EL SUBSECTOR DE MUEBLES en miles de millones de pesos
2012	1295
2013	1323
2014	1340
2015	1382
2016	1415
2017	1336



Fuente: <https://revista-mm.com/economia-sectorial/asi-van-cifras-del-mueble-y-la-madera/>

Autor: estudiantes de la UTS del grupo B253

En la gráfica se puede observar que del año 2012 al 2016, la participación del subsector de muebles en PIB nacional tuvo un comportamiento ascendente llegando a alcanzar para el inicio del año 2016, 1415 miles de millones de pesos, el cual decreció en un 16% durante este mismo periodo.

CLASIFICACIÓN POR SECTORES EN SANTANDER E ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD MUNICIPAL 2018.

Tabla 3: Clasificación por sectores de industria.



Fuente: <https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/>

El PIB hacia el departamento de Santander, tuvo un crecimiento de 6.5% correspondiente al año 2018, del cual, el 17,9% hace énfasis en el comercio. Dentro del ranking de competitividad municipal – 2018, Bucaramanga ocupa el puesto número 1 por su cumplimiento con los estándares establecidos según la información proporcionada en la página web del DANE.

INDICADORES.

Los indicadores son medios, instrumentos o mecanismos para evaluar hasta qué punto o medida se están logrando los objetivos estratégicos, además, es un dato o conjunto de datos que producen información para analizar y evaluar el desempeño de una organización frente a sus metas, objetivos y responsabilidades con los grupos de referencia.

Un indicador es de gran importancia para la organización ya que este permite la toma de decisiones, por esto, se ha decidido tomar como base tres indicadores propuestos por el grupo de trabajo que son:

- Ventas (Indicador 1): Es primordial llevar un conteo sobre el capital que se va generando en la empresa, mes a mes, analizando si sus valores han ido creciendo o decreciendo, para de esta forma tomar la decisión más adecuada de estrategias a implementar para mejorar el área de marketing, por lo cual observamos el anexo A con el fin de obtener estadísticas de los ingresos en los respectivos años.

En el primer anexo podemos interpretar que según la gráfica número 1, la cual indica las ventas mensuales producidas por la empresa durante los años 2018-2019, se puede inferir que la meta establecida (\$30'000.000) tuvo un porcentaje de cumplimiento para el año 2018 del 33,33% ((4 meses los cuales cumplieron la meta*100%)/12 meses), el cual corresponde solamente a los meses de abril, junio, agosto y diciembre estimaron ventas por encima del propósito establecido, entre ellas llegando a ser la más alta el mes de agosto con un valor de (43'292.245). Por consiguiente en el año actual se cumple la meta establecida con un porcentaje de 44.44% en los meses enero, abril, junio y agosto, debido a que estos obtuvieron un porcentaje de crecimiento del 37%, 28%, 13%, 6%. Respectivamente ((4 meses los cuales cumplieron la meta * 100 por ciento)/9 meses transcurridos).

- Gestión (Indicador 2): Lo que permite un indicador de este tipo es determinar si un proyecto o una organización están siendo exitosos o si están cumpliendo con los objetivos, los cuales en este caso es medir que tan eficaz está siendo la atención de servicio al cliente, mediante la cantidad de clientes que están ingresando a la empresa, como se puede visualizar en la ficha del anexo B con los datos recolectados con respecto a los clientes recibidos por la empresa en el periodo de Enero a Septiembre transcurrido en el presente año; se determina que la mayor concentración de ellos fue hacia el mes de Agosto quien logró cumplir con la meta establecida (8 personas) superándola con un porcentaje del 75% (6 personas) en comparación a Junio quien tuvo una cantidad de 3 clientes y estuvo por debajo del objetivo con 37% haciéndole falta un 63% para su completo logro. Desde otra perspectiva los datos tuvieron una variación de 11.13, con una desviación estándar de 3.53, dando a entender que los datos se encuentran con un alto índice de dispersión, en cuánto al promedio, se calculó que es 8.4. Finalmente se afirma que se está cumpliendo solo con el 56% de la meta establecida ya que los meses febrero, marzo, abril, mayo y agosto, fueron los que lograron obtener un número mayor o igual a 8 clientes.
- Eficacia (Indicador 3): Este indicador ayuda a medir el logro de los resultados propuestos, por este motivo se decidió evaluar el ingreso que mes a mes se va generando de cocinas en la empresa siendo este el producto más reconocido por los clientes, comparándolo con una meta establecida para obtener un porcentaje de cumplimiento sobre la meta propuesta.

Teniendo en cuenta la información recopilada con respecto a las cocinas solicitadas por los clientes en el periodo de Febrero a Septiembre transcurrido en el presente año; se determina que hubo una moda cuantiosa entre los meses de marzo-mayo y en septiembre, presentando un constante crecimiento excepto en el mes de Junio. El indicador es basado en la eficacia de la empresa; por lo que, consiste en la comparación de una meta con respecto al resultado alcanzado; en la parte derecha de la gráfica se sitúa el porcentaje correspondiente a cada mes con respecto a la meta; por ejemplo: en febrero, solo se logró vender 1 cocina, por tanto su porcentaje de cumplimiento fue del 20% tomando como referencia la meta de vender 4 cocinas por mes.

Al realizar el análisis de cada uno de los indicadores propuestos anteriormente, se decidió seleccionar el indicador número 1 correspondiente a las ventas que registro la empresa mensualmente en el año vigente, debido a que por medio de este se puede realizar un enlace entre los otros dos indicadores.

Al analizar las ventas, se establece en que meses están registrándose el mayor crecimiento de ingresos, a su vez identificar las temporadas bajas que posee la compañía, para así elaborar las estrategias necesarias y con esto lograr estandarizar el volumen de ventas, por ende al realizar las respectivas proyecciones tomar decisiones y así poder alcanzar la meta propuesta. De esta manera se conseguirá un avance en su sector.

3.1.2 SISTEMA DE COSTOS DE LA EMPRESA COCINAS IDEA S.A

La empresa COCINA IDEA S.A.S. tiene una actividad económica en el comercio al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en establecimientos especializados; terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil; comercio al por menor de electrodomésticos, gasodomésticos de uso doméstico, muebles y equipos de iluminación y la fabricación de muebles. Con lo cual pudimos identificar que la empresa no cuenta actualmente con un sistema de costos establecido, es decir, realizan los cálculos del precio de venta de los productos de manera empírica, por lo tanto se propone un control en el sistema de costos como se puede visualizar en anexos del D al H.

SELECCIÓN DE PROVEEDORES.

La empresa selecciona a sus proveedores teniendo en cuenta el precio de los materiales y su calidad, favoreciendo la economía de la empresa. Sus principales proveedores son:

PROVEEDORES	MATERIALES
Madecentro	Madera, Canto, Tapa de tornillos, Pintura
Machimbres y Maderas	
Bricomaderas	
Surtidora la paz	Herrajes, Manijas, Chapas y Rieles
La especialista	
Supermezclas	Tornillos, puntillas, Chasos y Varsol

MATERIA PRIMA

Las materias primas básicas usadas en el ensamble de una cocina integral son

las

siguientes:

M.P - ENSAMBLE COCINA INTEGRAL				
INSUMOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIDAD	COSTO UNIDAD TOTAL
Madera	pies/lamina			
Pegante	480 gr	1	31993	31993
Puntillas	1-1/2 pulg	1 caja	21900	21900
Herrajes	unidad	1	1300	1300
Tornillos	mm	1 caja	1000	1000
Rieles	400 mm	1	20100	20100
Tapa tornillos	mm	1 caja	74900	74900
Canto	200 mts	1	128600	128600
Bisagra	pulg	1 caja	10000	10000

Ejemplo: Ensamble de una cocina Integral.

COMPONENTES	Directo	CANTIDAD	VALOR	VALOR
	Indirecto		UNITARIO	TOTAL

Muebles superiores	directo	2	450000	900000
Muebles inferiores	directo	2,72	450000	1224000
Alacena con entrepaños	Directo	1	600000	600000
Mesón en granito exótico	Directo	2,72	950000	2584000
Salpicadero alto 20cm	Directo	3,92	316667	1241333
Brazo que abre 2 puertas	Directo	1	140000	140000
Brazo que abre una puerta	Directo	1	106000	106000
Locero y platero metálico	Directo	1	60000	60000
Puerta en aluminio y vidrio	Directo	1	120000	120000
Canastas multiusos modulo 40 cm con cierre lento	Directo	1	240000	240000
Botellero	Directo	1	137000	137000

Cajasta 3 nv	Directo	1	240000	240000
Ivp	Directo	1	68900	68900
Rieles cierre lento	Indirecto	5	35000	175000
Cubierta challenger 60x43	Directo	1	332000	332000
Campana recta abba de península	Directo	1	450000	450000
Grifería sencilla grival + sifón+ desagüe + manguera	Directo	1	69900	69900
Instalación gas, estufa y agua	Indirecto	1	80000	80000
Transporte	Indirecto	1	25000	25000
Herrajes	Indirecto			2243800
TOTAL				8793133

Fuente: Cocinas Idea S.A.S

La utilidad ganada por la empresa es del 12% estipulado sobre el total del valor del producto terminado, en este caso la utilidad corresponde a \$ 1' 055. 176. Este producto tiene un lapso de tiempo de entrega de entre 8 a 15 días.

COSTOS DE FABRICACIÓN.

Costos indirectos.

Los costos indirectos que intervienen en la fabricación del producto (cocina integral) se representan de la siguiente manera:

- Mano de obra indirecta: operario encargado del transporte, instalación y diseño del producto.
- Materiales indirectos básicos: Colbon, pegante bóxer, Thinner, Varsol, gasolina, pintura, lijas en diferentes calibres.
- Transporte
- Arriendo local
- Servicios: luz
- Maquinaria: sierra circular, Ruteadora, caladora, compresor.
- Herramientas: taladros, cepillos manuales, Puntilladora, pulidora, Acolilladora, martillos, alicates, destornilladores, bisturí.

Costos directos.

- Mano de obra directa: operario encargado del ensamble de las piezas del producto.
- Materiales directos básicos: madera, puntillas, tornillos, tuercas, entre otros.

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA.

La depreciación se realizó a las diferentes máquinas usadas para el ensamble de una cocina integral:

MÁQUINA	DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL (1 AÑO)	1 MES
Sierra circular	330900	33090	2757
Ruteadora	599900	59990	4999
Caladora	139900	13990	1165
Compresor	429900	42990	3582

3.2. Productos derivados de la consultoría

Como productos generados de la consultoría se desarrolla la plantilla en Excel con la estructura de costos respectiva.

4. Conclusiones y recomendaciones

- Se sugiere al empresario hacer uso de la herramienta de costeo desarrollada en el proyecto anteriormente planteado dado que resulta muy eficiente por sus amplias funciones y el grado de adaptabilidad a los cambios que se efectúen en la empresa.
- Se establece la importancia de los indicadores de productividad y competitividad, ya que estos nos permiten hacer un análisis de la eficiencia en la producción y como varía esta respecto al tiempo y así conocer la productividad de bienes en relación con los insumos utilizados por la famiempresa.
- La empresa Cocinas Idea S.A establece los costos de forma empírica y no tienen en concreta definición los elementos que lo conforman por lo cual, al sumar los materiales (ya sea indirectos o directos), multiplican y agregan la utilidad que es del 12%.
- Incluir en la estructura que actualmente posee la empresa, información necesaria como lo es la misión, visión y objetivos.
- Establecer un portafolio el cual permita una mayor visibilidad de todos los productos e implementar varios diseños innovadores creados por la empresa.
- Elaborar un sistema de costeo correspondiente a todos los costos que se incurren en la venta de cada uno de sus productos.
- Independizar sus servicios, debido a que estos están generando pérdidas ya que no corresponden a los costos del producto.
- Impulsar los convenios con empresas constructoras y generar publicidad en sectores que sean beneficios para la empresa dando material en físico para hacer el portavoz a que otras personas sepan de ella, edificaciones.
- Implementar capacitaciones para el área financiera, que se dirijan hacia al buen control del presupuesto.
- Gracias a la información obtenida por medio de las visitas realizadas a la empresa Cocinas Idea S.A.S, se logró conocer el crecimiento y funcionamiento de las diferentes áreas que componen la empresa con su respectivo personal, además de sus fortalezas y debilidades se logró construir una serie de recomendaciones para el mejor funcionamiento de la misma, basándonos en los conocimientos adquiridos en las aulas de clase.

En el análisis pudimos detallar:

- No cuenta con la información básica con la que debe contar la empresa, por ejemplo, la misión, visión, objetivos, entre otros.

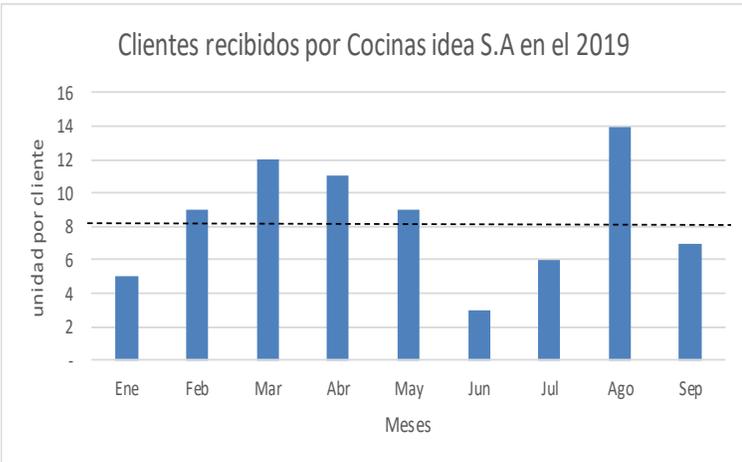
- Se logró determinar sus respectivas metas las cuales fueron promediadas con las ventas que alcanza su cúspide entre los meses Marzo – Mayo - Agosto para así alcanzar una estabilidad financiera en todo el sector económico.
- El control de costeo de la empresa no es el más adecuado debido a que no se tiene establecido de forma correcta los 3 factores que predominan en la fabricación de un producto los cuáles son mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y materiales.

5. Anexos

Anexo A.Crecimiento en ventas por mes y año.

UNIDAD DE MEDIDA		FRECUENCIA	RESPONSABLE MEDICIÓN	RESPONSABLE ANÁLISIS	ACTORES INTERESADOS EN EL RESULTADO
PESOS COLOMBIANOS		MENSUAL	COCINAS IDEA S.A	GRUPO PROYECTO INTEGRADOR	COCINAS IDEA S.A
FUENTE DE INFORMACIÓN		META 2018-2019		FÓRMULA DE CÁLCULO	
FACTURACION DE LA EMPRESA		EL PROMEDIO DE VENTAS MENSUALES ESTABLECIDO ES DE 30 MILLONES.		$(\text{VENTA DEL AÑO ACTUAL} - \text{VENTA DEL AÑO ANTERIOR}) / \text{VENTA DEL AÑO ANTERIOR} * 100$	
MEDICIÓN					
Periodo	Datos (pesos colombianos)			GRÁFICA1: VENTAS POR MES Y AÑO 	
	2018	2019	Crecimiento en Porcentaje		
Ene	22.153.497	30.436.548	37		
Feb.	25.904.958	18.515.979	-29		
Mar.	22.950.292	23.798.491	4		
Abr	30.606.058	39.086.425	28		
May	16.908.950	22.057.875	30		
Jun	34.952.169	39.623.711	13		
Jul	18.058.722	21.082.856	17		
Ago	43.292.245	46.082.773	6		
Sep	25.926.093	29.523.632	14		
Oct	27.648.892				
Nov	26.840.188				
Dic	30.482.317				
Total	325.724.381	270.208.290			

Anexo B. Crecimiento de clientes 2019

		FICHA TÉCNICA DE INDICADORES		
NOMBRE DEL INDICADOR				
CRECIMIENTO DE CLIENTES 2019				
OBJETIVO DEL INDICADOR	TIPO DE INDICADOR	CLASE	FECHA	
			INICIO	TERMINACIÓN
CALCULAR LAS VARIACIONES DE CLIENTES QUE EXISTEN DURANTE EL PERIODO (ENERO - SEPTIEMBRE 2019).	CUANTITATIVO	GESTIÓN	ene-19	ene-20
INFORMACIÓN PARA LA MEDICIÓN DEL INDICADOR				
UNIDAD DE MEDIDA	FRECUENCIA	RESPONSABLE MEDICIÓN	RESPONSABLE ANÁLISIS	ACTORES INTERESADOS EN EL RESULTADO
UNIDAD	MENSUAL	COCINAS IDEA S.A	GRUPO PROYECTO INTEGRADOR	COCINAS IDEA S.A
FUENTE DE INFORMACIÓN		META	FÓRMULA DE CÁLCULO	
DATOS HISTÓRICOS OBTENIDOS POR LA EMPRESA		EN EL TRANCURSO DEL AÑO 2019 SE DESEA ESTABLECER UNA ENTRADA DE 8 CLIENTES MENSUALES.	LLEVAR CONTROL QUE REGISTRE LAS FACTURAS CORRESPONDIENTES A CADA CLIENTE, INDEPENDIENTE DEL ARTICULO ADQUIRIDO, PARA FINALMENTE CONOCER EL NUMERO DE CLIENTES MENSUALES.	
MEDICIÓN				
Periodo	Datos			
Ene	5			
Feb	9			
Mar	12			
Abr	11			
May	9			
Jun	3			
Jul	6			
Ago	14			
Sep	7			
TOTAL	76			

Anexo C. Temporada de crecimiento en producción de cocinas integrales.

UNIDAD DE MEDIDA		FRECUENCIA	RESPONSABLE MEDICIÓN	RESPONSABLE ANÁLISIS	ACTORES INTERESADOS EN EL RESULTADO
UNIDAD		MENSUAL	COCINAS IDEA S.A	GRUPO PROYECTO INTEGRADOR	COCINAS IDEA S.A
FUENTE DE INFORMACIÓN		META		FÓRMULA DE CÁLCULO	
DATOS HISTÓRICOS OBTENIDOS POR LA EMPRESA		ESTABLECER UNA ENTRADA DE 4 COCINAS MENSUALES.		EFICACIA: (RESULTADO ALCANZADO*100)/RESULTADO PREVISTO O META ESTABLECIDA	
MEDICIÓN					
Periodo	Cocinas	% de cumplimiento			
Febrero	1	25%			
Marzo	5	125%			
Abril	6	150%			
Mayo	6	150%			
Junio	2	50%			
Julio	3	75%			
Agosto	6	150%			
Septiembre	6	150%			
TOTAL	44				

COCINAS VENDIDAS AÑO 2019

Mes	Cocinas Vendidas	Porcentaje de Cumplimiento
Febrero	1	25%
Marzo	5	125%
Abril	6	150%
Mayo	6	150%
Junio	2	50%
Julio	3	75%
Agosto	6	150%
Septiembre	6	150%

Anexo D. Orden de producción.

		COCINAS IDEA S.A.			
ORDEN DE PRODUCCION					
Orden de pedido:		Inicio:		Terminación:	
UNIDAD DE MEDIDA		MATERIAL		ESPECIFICACIONES	

Anexo E. Tarjeta reloj.

		COCINAS IDEA S.A			
TARJETA DE RELOJ					
Empleado:				Dpto donde trabaja:	
Naturaleza del trabajo:				Fecha:	
DÍAS	HORA DE INICIO	HORA DE TERMINACIÓN	HORAS TRABAJADAS	PAGO POR HORA	PAGO TOTAL
Lunes					
Martes					
Miercoles					
Jueves					
Viernes					
Sábado					
TOTAL					0

Anexo H. Hoja de costos.

		COCINAS IDEA S.A.		
HOJA DE COSTOS				
Orden de pedido:			Inicio:	
Cantidad:			Terminación:	
Costo Total:			Costo Unitario:	
PERIODO	MATERIALES DIRECTOS	MANO DE OBRA DIRECTA	C. I. F	COSTO TOTAL
	0			
TOTAL	0	0	0	0

6. Bibliografía

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE), encuesta anual manufacturera. Disponible en línea www.dane.gov.co/index.php/indsutria/encuesta-anual-manufacturera-eam.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE), Cuentas nacionales Departamentales. En línea: <https://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-departamentales>

CAMARA DE COMERCIO BUCARAMANGA, indicadores de Santander. En línea: <http://www.compite360.com/temas/indicadores%20referencia/crepib.htm>

Recuperado de:

<https://www.camaradirecta.com/temas/indicadoresantander/santanderencifras/default.html>

Recuperado de:

https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%2520-%2520Balance%2520y%2520Perspectivas_636882495815285345.pdf&ved=2ahUKEwjNycPfoNvkAhXkTN8KHaSgAaMQFjAAegQICRAC&usq=AOvVaw1bN0RYbhotM3vGvXAJIqtA

Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales>

Recuperado de: <https://revista-mm.com/economia-sectorial/asi-van-cifras-del-mueble-y-la-madera/>

Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/indicadores-de-gestion-que-son-y-por-que-usarlos/>