

INFORME DE CONSULTORÍA:

Aplicación de técnicas estadísticas y costeo en MiPymes de la región

Empresa: MORE LIFE

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 Estadísticos.....	5
EMPRESA: MORE LIFE	5
SECTOR ECONÓMICO DONDE SE DESENVUELVE MORE LIFE	5
ESTADISTICA	6
GRÁFICOS PRENDAS DE HOMBRE	6
GRÁFICOS PRENDAS DE MUJER	8
COMPARACIÓN DE PRENDAS DE DISTINTAS MARCAS.....	9
ANÁLISIS DE LA MEDIA DE LAS PRENDAS DE MORE LIFE	11
VARIANZA Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR DE LAS PRENDAS DE MORE LIFE	11
3.1.2 Resultados del estudio de Costos.....	11
FICHA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	12
3.2. Productos derivados de la consultoría	12
4. Conclusiones y recomendaciones	13
5. Anexos	14
6. Bibliografía.....	15

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 MORE LIFE, 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 Estadísticos

EMPRESA: MORE LIFE

More Life es una empresa colombiana la cual se dedica a diseñar, fabricar, producir y distribuir ropa deportiva que se ajustan a las diversas necesidades del público, teniendo siempre como prioridad la moda, la tecnología, el confort y los ideales del deportista, sin perder su forma natural y sofisticada.

La empresa es creada en el año dos mil diez (2010) cuando dos empresarios, se reúnen y comienzan a estudiar el mercado teniendo en cuenta cuales eran sus objetivos frente a sus clientes potenciales. Al principio toman como base marcas especializadas en ese sector industrial teniendo en cuenta que no solo querían estar a nivel nacional sino internacional, por esta razón investigan como se podría llegar al mercado según las culturas de otros países.

La empresa ha ido evolucionando y creciendo de tal forma que actualmente genera empleo a 47 personas y se encuentra en el sector secundario de la industria. Tiene una línea económica la cual se distribuye en tiendas de cadena como por ejemplo la surtidora de confecciones y su línea Premium. Su pilar importante son las prendas de Ciclismo, ya que son prendas muy bien elaboradas y diseñadas, y utilizan insumos y materia prima con altos estándares de calidad, telas fabricadas con tecnologías avanzadas las cuales le permiten competir en el mercado de una manera sostenible, así mismo fabrican prendas deportivas y de natación. More Life cuenta con productos verificados y aprobados para realizar su respectiva distribución a nivel nacional e internacional. Entre pruebas e innovaciones se ha acogido y establecido en Brasil, Costa Rica, República Dominicana, Alemania e Italia.

SECTOR ECONÓMICO DONDE SE DESENVUELVE MORE LIFE

Con incrementos entre un 15% y un 30% el sector de la ropa deportiva sigue punteando las listas de crecimiento en el país.

Según cifras oficiales del DANE, en medio de un panorama comercial y financiero desfavorable para la industria textil colombiana, la ropa deportiva y sus insumos cerraron 2017 con alzas del 2,2% en sus exportaciones y un 11% de incremento en la demanda comercial. Cifras publicadas por Eutomonitor revelaron que este mercado genera ventas por más de 322 000 millones de pesos al año en el país, con promedios que superan los 26 800 millones de pesos mensuales en ventas e incrementos sobre el 3%. Las proyecciones apuntan a cerrar la década con ventas anuales de al menos 450 000 millones de pesos, por concepto de prendas deportivas en el país. Las insignias extranjeras como Nike, Adidas y Reebok representan cerca del 43% del total de las ventas

nacionales, mientras el 57% restante cuenta con una oferta concentrada en el mercado masivo. Las textileras, al igual que los comerciantes, han visto incrementos en la demanda de los insumos para el mercado de las prendas deportivas. Colombia genera cerca de 10 nuevos desarrollos en telas tecnológicas con fines deportivos al año que se cotizan a precios desde 10 000 hasta 100 000 pesos el metro.

- Se realiza un análisis acerca del sector textil colombiano, mediante el cual se logra presentar su influencia en la economía del país y la evolución que este ha tenido a lo largo, situación que ha llevado a innovar en la producción debido a la gran competitividad que se da mundialmente.

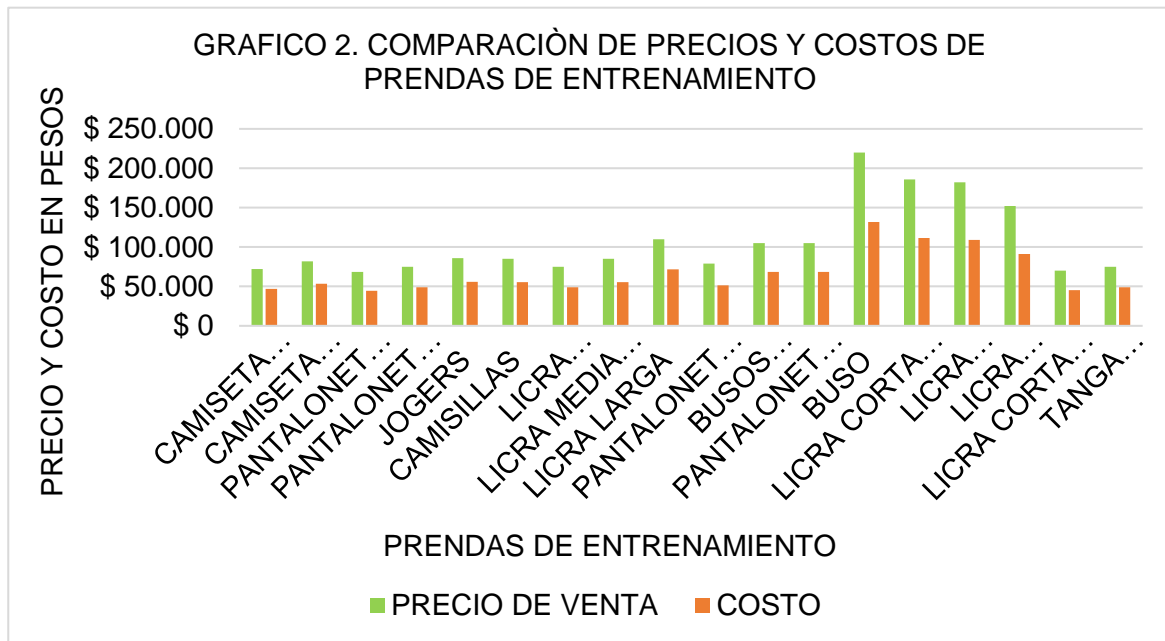
ESTADISTICA

More life cuenta con una fábrica de producción y un almacén de ventas lo que genera tener 47 empleados directos, que se identifican a continuación:

La empresa cuenta además con un punto de venta propio en la ciudad de Bucaramanga, ubicado en la Cra. 35a #48-96.

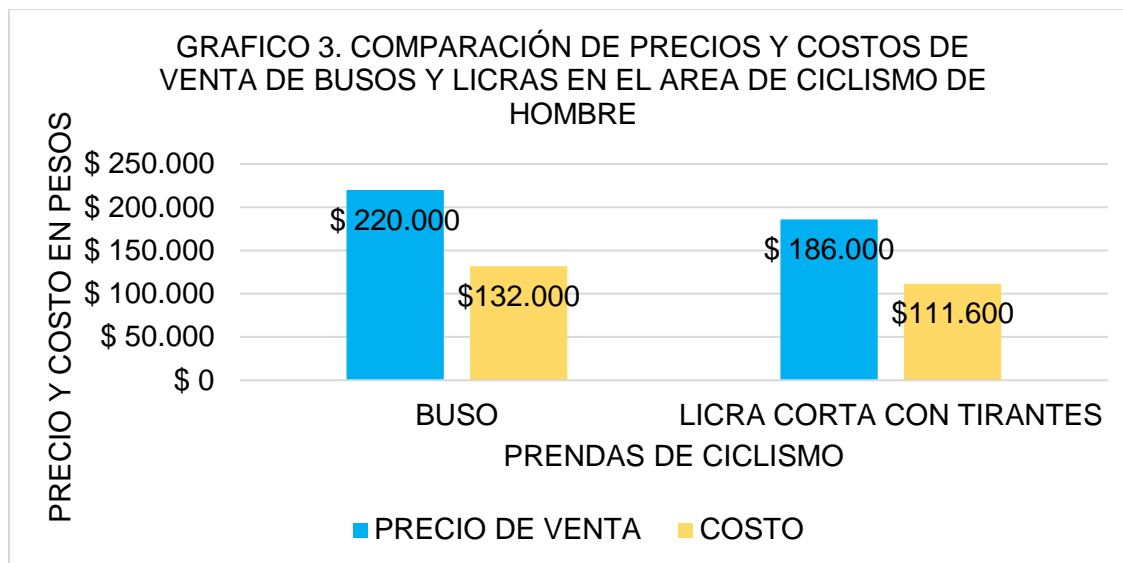
GRÁFICOS PRENDAS DE HOMBRE

Se presenta a continuación una serie de gráficos en base a la tabla 1 de precios de ventas y costos para la sección de hombres (Anexo



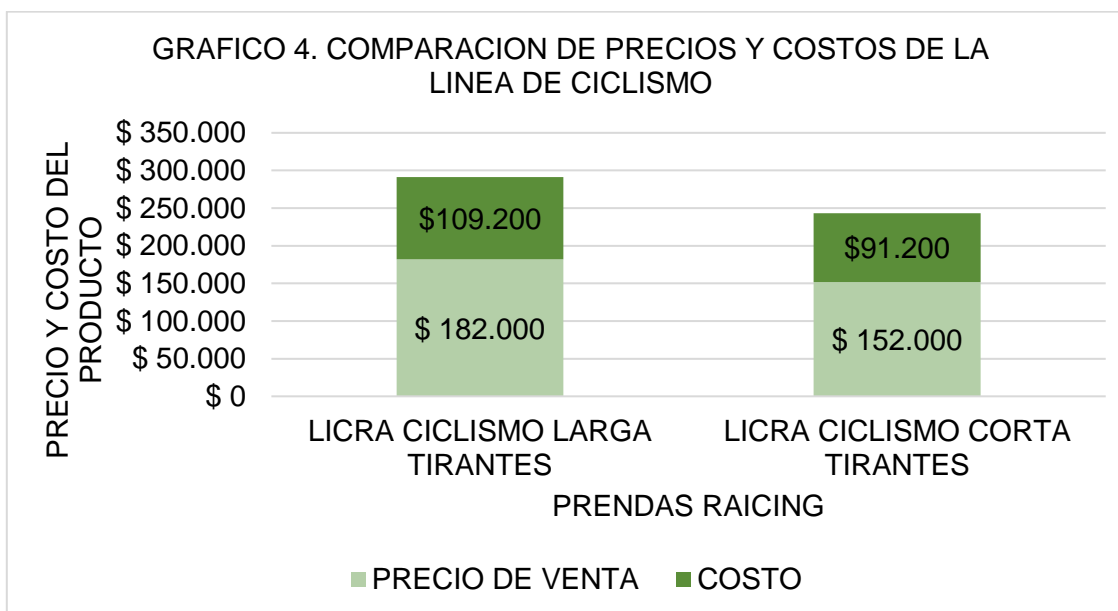
Fuente: Equipo de trabajo

Con respecto a la gráfica del comparativo de las prendas de entrenamiento por precio de ventas y costos se puede concluir que a las prendas le ganan el 154% y el 167% respectivamente según los costos. Estos valores representados por precio de venta sobre costo.



Fuente: Equipo de trabajo

De la anterior grafica se puede concluir: el precio de venta de ambos productos es el 167% de su respectivo costo. Frente a los precios de venta, el buso tiene un mayor precio frente a la licra, con un 18% más.

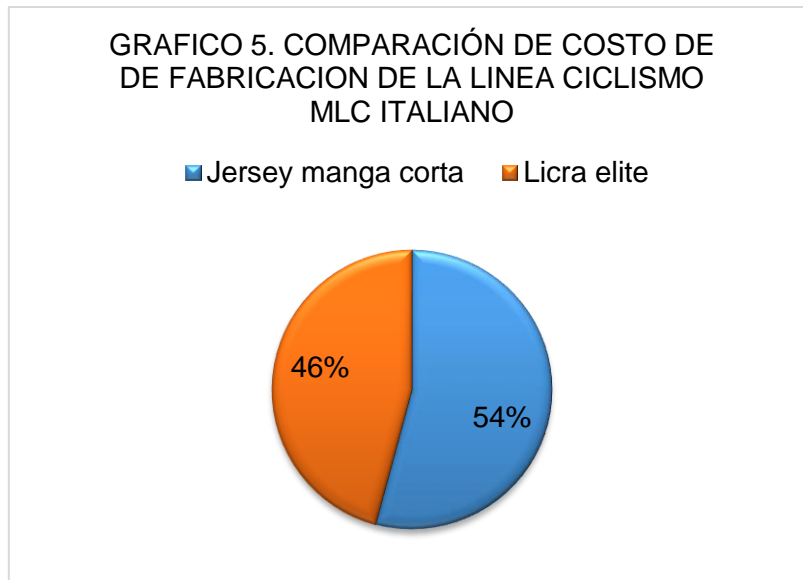


Fuente: Equipo de trabajo

Con respecto al gráfico 4 se puede concluir que al igual que el gráfico anterior (gráfico 3) el precio de venta de ambos productos es el 167% de su respectivo costo. De acuerdo a los precios de venta se puede ver a simple vista que la licra de ciclismo larga tiene un precio mayor a comparación de la licra de ciclismo corta, con 20% de diferencia

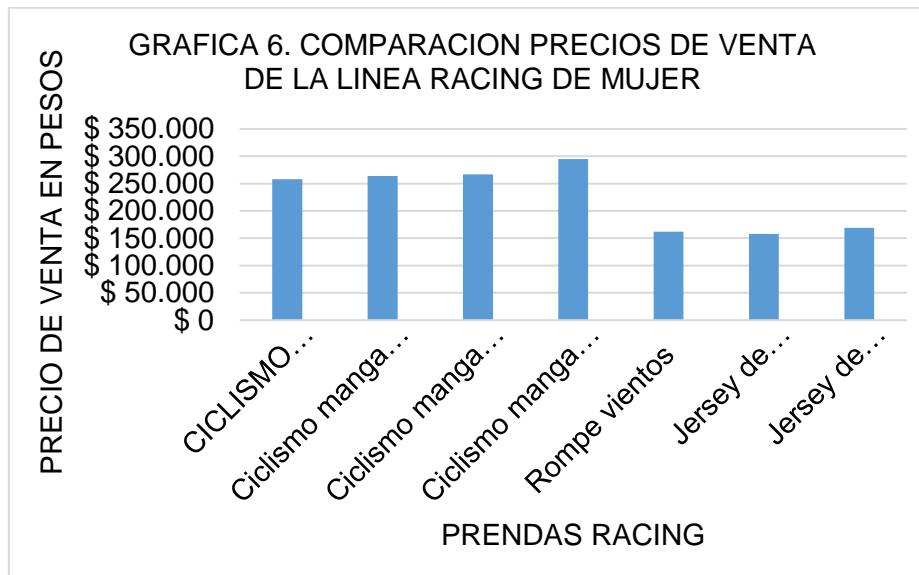
GRÁFICOS PRENDAS DE MUJER

Los siguientes gráficos están representados en relación a la tabla 2 de precios de ventas y costos para la sección de mujeres (Anexo 3).



El promedio mayoritario de las prendas Mujer Ciclismo MLC italiano se representa con un porcentaje de 54% en Costo con un valor de \$132.000 (representado por Jersey manga corta) frente al 46% en costo con un valor de \$111.600 (representado por licra elite), por consiguiente, las licras elite son las de menor costo, también las de menor porcentaje.

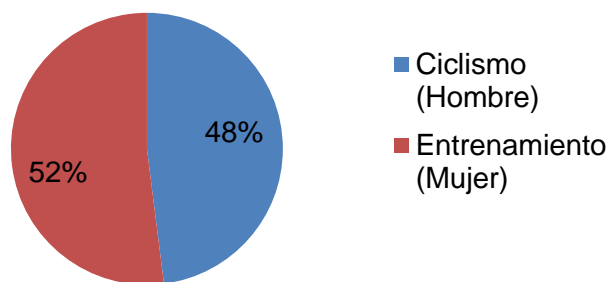
Fuente: Equipo de trabajo



Se concluye que el precio de venta más elevado es la prenda de ciclismo manga larga y frente a la prenda más económica de esa línea que es el jersey manga corta hay un de diferencia 87%

Fuente: Equipo de trabajo

Gráfico 7. Preferencias en prendas



Fuentes: Equipo de trabajo

De la gráfica se puede analizar que de una muestra de 100 personas, el mayor porcentaje de preferencia (52%) es representado por las mujeres en la línea de prendas de entrenamiento, seguido del 48% de preferencia por la línea de ciclismo en los hombres. Se puede notar que no hay tanta diferencia en las ventas de prendas de hombres y mujeres.

COMPARACIÓN DE PRENDAS DE DISTINTAS MARCAS

Se realizaron una serie de análisis de datos, visitas a distintas empresas deportivas y de distintas márgenes de producto y de precio final. Las empresas visitadas fueron 80 grados, empresa de línea económica con textiles colombianos e insumos muy corrientes y comunes, La marca Diadora la cual es una marca que se maneja en la línea de cadena Falabella, esta es una línea de confort elevado, en esta se maneja un producto más producido y elaborado y por último la marca punto blanco, la cual es una marca reconocida en Latinoamérica con más de 50 años de experiencia y tradición.

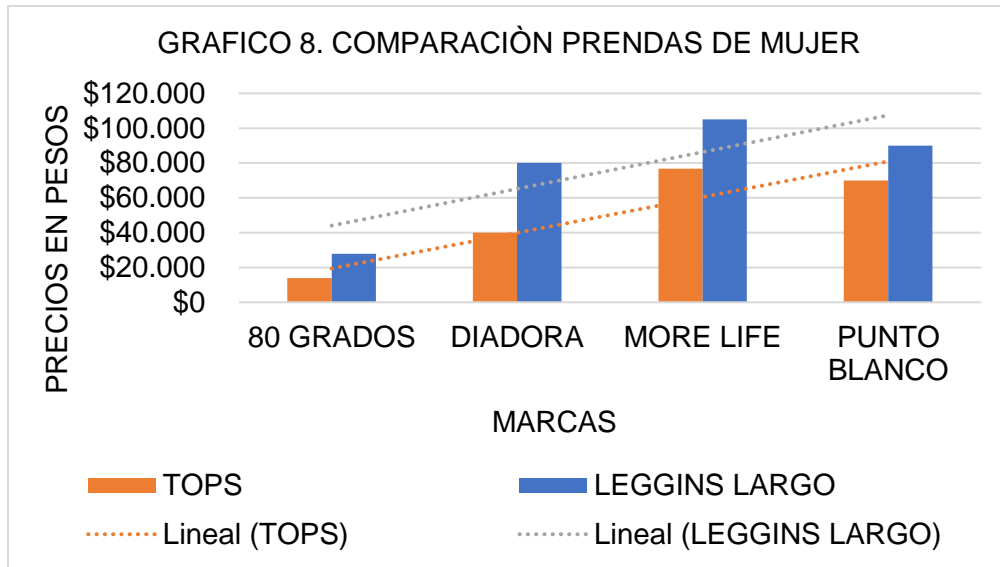
A continuación, se dará a conocer los precios de las prendas de las marcas deportivas mencionadas anterior mente.

80 GRADOS: Marca colombiana económica la cual se centra en crear diseños que se acomoden a sus clientes potenciales los cuales son jóvenes de un confort común.

DIADORA: Su nombre proviene de griego, lo que significa compartir regalos y honores, en el año 2000 se realizan colaboraciones deportivas excelentes, a través de una visión muy específica de la ropa deportiva de lujo. En los años 60 se caracterizó por su alta calidad.

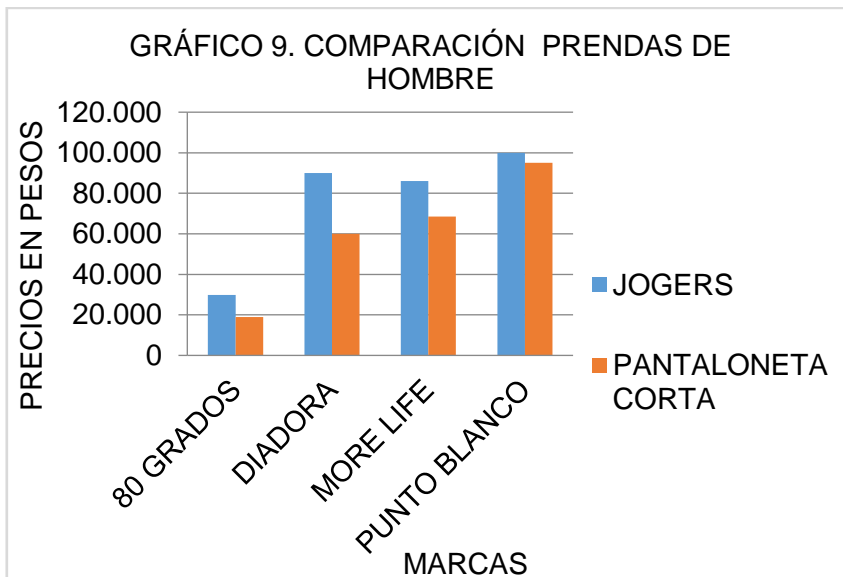
PUNTO BLANCO: Empresa tiene al servicio de sus marcas, innovación, diseño y desarrollo de colecciones, además de un equipo de trabajo de alto desempeño y con compromiso social.

Se realizó una comparación de precios por medio de una gráfica de barras de las prendas de mujer entre la línea de tops y licras largas de las 4 marcas (80 GRADOS, DIADORA, MORE LIFE Y PUNTO BLANCO)



El precio promedio de los tops de las diferentes marcas corresponde a \$50.170 y los leggins largos corresponde a \$75.720 con esto se puede dar a conocer la dispersión de precios en las marcas y decir que los tops están menos dispersos a comparación de los leggins largos ya que la desviación estándar de los tops es menor (se desvía \$28.989 con respecto a la media) Anexo 5

Para dar a conocer por medio de la gráfica de barras la comparación de las prendas deportivas de los hombres como lo son los joggers y la pantaloneta corta de las 4 marcas expuestas.



En esta gráfica, se evidencia que la marca DIADORA y PUNTO BLANCO tienen un precio más elevado en los joggers de su marca a diferencia de la marca MORE LIFE, por otro lado las pantalonetas tienen un precio adecuado a su respectiva marca ya que cada uno maneja diferentes estándares de calidad.

ANALISIS DE LA MEDIA DE LAS PRENDAS DE MORE LIFE

Luego de conocer las diferencias de precios entre more life y otras marcas se dará a conocer la media de los precios de las prendas de entrenamiento de MORE LIFE. Mujer (Anexo 3) y Hombre (Anexo 2)

MORE LIFE MUJER	
MEDIA	82.836

MORE LIFE HOMBRE	
MEDIA	85.625

La media se adquiere para conocer el precio promedio de las prendas de mujer y hombre actualmente en More life.

VARIANZA Y DESVIACIÓN ESTÁNDAR DE LAS PRENDAS DE MORE LIFE

	HOMBRE	MUJER
VARIANZA(S ²)	191596590,9	186046545,6
DESVIACIÓN ESTÁNDAR (S)	13841,84	13639,88

Teniendo en cuenta los datos anteriores son tomados a partir de una muestra del listado de precios la marca MORE LIFE.

La dispersión de ambos tipos de prendas para cada género es similar, aproximadamente \$13.800

3.1.2 Resultados del estudio de Costos

Este proyecto integrador, énfasis en costos, se realiza con el fin de obtener y presentar datos basados en la contabilidad de costes de la empresa More Life.

Tras la recolección de éstos datos se logró diseñar un nuevo sistema de costeo y se propuso una idea de costos para mejorar la productividad de dicha empresa.

Los estudios elaborados de las prendas se darán a conocer a continuación

Materiales

Mano de Obra directa

Costos indirectos de fabricación

Costos totales

FICHA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

REFERENCIA: B053



COLECCIÓN: MORE LIFE = + LIFE

MATERIA PRIMA	CANTIDAD	PRECIO POR METRO	TOTAL
TELA ITALIANA BUENA CALIDAD	1.20 M	\$ 12.000	\$ 12.000
MANO DE OBRA DIRECTA			
SASTRERIA	1	\$ 5.000	
COSTURA	1	\$ 6.000	\$ 11.000
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
CAUCHOS	1.50 M	\$ 600	
ETIQUETAS	3	\$ 300	
HILOS	7 M	\$ 2.200	
MAQUINA 100% POLIESTER	1	\$ 1.000	
CORDON	2	\$ 3.000	\$ 7.100
SUBTOTAL			\$ 30.100
ELABORADO POR		AMALIA ROBLES	
REVISADO POR		JULIAN DIAZ	
AUTORIZADO POR		JULIAN DIAZ	
FECHA DE ELABORACIÓN		1/02/2019	
SUBTOTAL	\$ 30.100		
MAS COSTOS DE PRODUC	\$ 55.900		
PRECIO DE VENTA	\$ 86.000		

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.
- Una producción excesiva puede ser tan peligrosa como una producción escasa, pero los costos no solo influyen en el nivel de producción. Las empresas inteligentes prestan especial atención a los costos cuando toman decisiones operativas, ya que las empresas desean elegir el método de producción eficiente. Los costos comprenden, además de los gastos monetarios explícitos, los costos de oportunidad que se derivan del hecho de que los recursos pueden utilizarse con otros fines. Existe una relación entre el comportamiento del costo total y la función de producción. La curva de costo total es cada vez más inclinada a medida que aumenta la cantidad de producción debido al producto marginal decreciente.
- Durante el desarrollo de este proceso, se generaron distintas inquietudes, que resultaron de una observación, mediante los datos estadísticos y cualitativos de costos en los que se puede concluir que la empresa MORE LIFE presenta una alta producción de ropa para entrenamiento y ciclismo. De igual manera se muestran las preferencias de ventas tanto en ropa de mujer como para hombre, se deduce que las preferencias de prendas del grupo de More life, influye en cómo es la parte natural de cada persona, es decir su confort y de esta forma ella podrá desenvolverse con estos tonos de colores llamativos y el diseño de las prendas.
- Se realiza una comparación entre varias empresas deportivas en las cuales nos damos cuenta, que More life maneja una muy buena materia prima, insumos, textiles entre otros, los cuales conllevan a que tanto su línea pilar (el ciclismo) como lo deportivo, se caractericen por tener un equilibrio entre la moda y la tecnología.
- La empresa MORE LIFE muestra su producción y lo que busca en el mercado con sus precios y diseños dependiendo del cliente, también se da conocer sus diferentes convenios y lo que está logrando esta misma en el exterior siendo reconocida frente a otras grandes empresas por su objeto social y lo que ayuda al planeta con sus bolsas biodegradables que dan al comprar su producto.

5. Anexos

Anexo 1. Excel de datos para Análisis de costos

6. Bibliografía

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE), encuesta anual manufacturera. Disponible en línea www.dane.gov.co/index.php/industria/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.compitem360.com/temas/indicadores%20referencia/crepib.htm>

González, T. (2018). El mercado de la ropa deportiva crece por encima del 15% anual en Colombia. Bogotá, Colombia .Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de : <https://www.ccb.org.co/>

[catalogo virtual de more life].(2019).n/a. Bucaramanga, Colombia .More life. Recuperado de: <https://www.morelifestore.com/es/>