

MANUAL

DETERMINACIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN TEXTIL





Con gusto ponemos en sus manos éste manual como resultado de esfuerzos para dar mejores condiciones de producción de grupos artesanales en el Estado de Hidalgo.

Te hacemos un llamado como ARTESANA/O para CREER que tu trabajo enaltece nuestra existencia a partir de la pasión que brota desde tu CORAZÓN.

Es tiempo de caminar juntos como humanidad pensando en soluciones integrales para nuestro presente y futuro. El producto de tus manos ayuda a crear vínculos entre los distintos sectores de la sociedad para ser más conscientes sobre la labor actual de nuestra humanidad.

Agradecemos de antemano su actuación para seguir colaborando en fortalecer una economía social, nos mantenemos atentos de los procesos de producción colectiva.

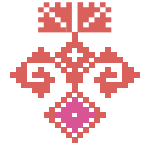
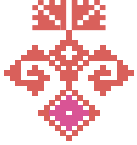
INTRODUCCIÓN



El presente MANUAL PARA DETERMINACIÓN DE COSTOS se ha compilado como una herramienta funcional para que los grupos artesanales tengan mayor claridad sobre su verdadero margen de utilidad a través de una determinación puntual de sus costos.

De éste modo, esperamos sea de gran utilidad para que los grupos de artesanas puedan aumentar su rentabilidad.





Parte 1

Las Cuatro Etapas para Determinar los Costos y Fijar Precios. Se presenta a continuación este proceso de cuatro etapas:

Determinación de los Costos y Fijación de Precios para su Producto.

Etapas 1: Determinar el costo de elaborar su producto. (Mano de obra, materiales, gastos generales)

Etapas 2: Determinar los costos de distribución

Etapas 3: Determinar el precio pagado en el mercado

Etapas 4: Equilibrar el precio de su producto con respecto al precio de mercado.

Etapa 1

Determinar el costo de elaborar su producto

Materiales
+ Mano de Obra
+ Gastos Indirectos de Fabricación
= Costo del Producto

A) Materiales

Haga una lista de todos los materiales que utiliza en la fabricación de su producto. Recuerde incluir el precio de todos los componentes de su producto, incluidos aquellos como telas, hilos, sesgos, forros, entre todos los que se van a utilizar. También debe incluir en el costo de cada material utilizado el costo de transportar ese material hasta su taller.

Probablemente compre muchas de sus materias primas en grandes cantidades. El costo unitario de ciertos materiales que constituyen componentes prefabricados, tales como botones o cremalleras, es fácil de calcular. Sin embargo, para otros, tales como los moldes, la hilaza para suéteres, o la lana para fieltro, puede ser mucho más difícil de evaluar.

En otro ejemplo, supongamos que una bobina de hilo cuesta 2.00 UNM y que es suficiente para producir diez almohadas; por lo tanto, el costo de hilo por almohada es de 0.20 UNM y se incluiría en los costos de materiales. Verifique sus cálculos, cerciorándose de que, al terminarse la bobina de hilo, efectivamente se han producido las diez almohadas. Al calcular sus costos de materiales, recuerde que posiblemente se desperdicie una parte de los materiales durante el proceso de producción. Por ejemplo, es posible que, al cortar componentes de tela, le queden pequeños retazos no aprovechables. El costo de estos materiales desperdiciados también debe incluirse en los cálculos del costo del producto.

Ejercicio 1: Calcular los Costos de la Materia Prima

Le presento a María. María vive en una zona rural y tiene tres hijos: uno de cinco años, uno de dos años y un bebé de tres meses. Para suplementar los ingresos estacionales de su esposo, un trabajador agrícola, María confecciona almohadas y otros artículos para el hogar, tales como manteles de mesa y servilletas, utilizando telas tradicionales disponibles a nivel local.

María trabaja en su casa, para poder vigilar a sus niños, preparar las comidas para la familia, y realizar otras tareas domésticas, como la limpieza, mientras genera ingresos adicionales con sus confecciones. Vende sus productos localmente a turistas y a un exportador que los revende en Estados Unidos y Europa.

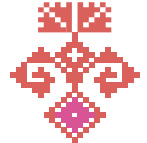
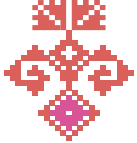
En las diversas secciones de este Módulo de Capacitación, se utilizara como ejemplo la unidad de producción del negocio casero de María para enseñar a usted cómo determinar los costos y fijar precios para sus propios productos.

María quiere calcular el costo de producir una almohada. Ha determinado que sus costos de materia prima por almohada son como sigue:

Tela 1.08 UNM
Hilo 0.20
Relleno 0.60
Borlas 0.34
Cremallera 0.45

María también agrega a cada almohada una etiqueta, a un costo de 0.10 por unidad, y coloca cada almohada en una bolsa plástica para evitar que se ensucie.





Cada bolsa plástica le cuesta a María 0.05¢
¿Cuál es el costo total de los materiales utilizados por María?

Como se puede apreciar en este ejemplo de María, también deben incluirse en el cálculo del costo de materiales los costos de etiquetar y envasar el producto para la venta. Deberá calcular el costo unitario de los materiales de envasado, tales como bolsas plásticas o cajas de cartón.

- Ahora haga una lista en la parte superior de la Hoja de Trabajo 1, de todos los costos de materia prima y de etiquetado/envasado.
Las Hojas de Trabajo se encuentran en la Parte 2 del Módulo de Capacitación.

B. Mano de Obra

La mano de obra es el tiempo dedicado por usted y/o sus empleados a la elaboración de sus productos. Para calcular el costo de la mano de obra necesaria para elaborar su producto, multiplique el tiempo dedicado a la elaboración del producto por la tarifa deseada por hora de trabajo.

$$\begin{aligned} &\text{Tiempo de Producción} \\ &\times \text{Tarifa Deseada por Hora} \\ &= \text{Costo de Mano de Obra} \end{aligned}$$

Su tarifa deseada por hora es aquel salario por hora que le permite cubrir todos los costos de manutención normales (ya sean suyos y/o los de su familia) Si no sabe su tarifa deseada por hora, puede utilizar la Hoja de Trabajo 2 para calcular sus gastos mensuales típicos. Luego divida el total de los gastos mensuales por el número de días dedicados a actividades de trabajo dentro de cada mes y divida el resultado por el número de horas dedicadas a actividades de trabajo diariamente.

Ejercicio 2.- Calcular la tarifa deseada por hora de María Utilizando los gastos previstos por María, calcule el total de sus gastos familiares mensuales:

- Alquiler 45 UMN
- Comida 30
- Ropa 20
- Gastos Médicos 15
- Transporte 13
- Educación 10
- Servicios Públicos 10
- Reparaciones en el hogar 15
- Ocio 3
- Impuestos 10
- Familia 20
- Ahorros 7
- Seguros 10
- Total

María considera que, juntos, ella y su esposo trabajarán un total de 26 días al mes, a un ritmo de 8 horas diarias. Utilice estas cifras para calcular la tarifa deseada por hora de María.

$$\text{-----} + \text{-----} + \text{-----} + \text{-----}$$

Total de Gastos Días de Horas de Tarifa deseada

Familiares Mensuales Trabajo por mes Trabajo por mes por hora. Recuerde que, al calcular el tiempo dedicado a la elaboración de un producto, solamente debe incluir el tiempo que efectivamente dedica a ese producto.

Por ejemplo, si usted produce polos, DEBE incluir en tiempo dedicado a elaborar un polo, es decir, desde el corte de la tela, el remallado, la colocación del cuello, el deshilachado hasta el acabado final.

Asegúrese de comparar su tarifa deseada por hora con el salario mínimo, o con otras oportunidades de trabajo a las que tenga usted acceso, para estar seguro de ser realista.

Si tiene empleados, recuerde calcular el tiempo dedicado por cada uno de ellos a cada proceso asociado con la elaboración de un producto. También deben incluirse en su cálculo los impuestos que pague por cuenta de sus empleados.

Ejercicio 3.- Calcular los Gastos de Mano de Obra

María considera que necesita 15 minutos para medir y cortar la tela para cada almohada, 30 minutos para confeccionar cada almohada, 1 hora para hacer trabajos de bordado en cada almohada, y otros 15 minutos para incorporar borlas y otros acabados artísticos en cada almohada.

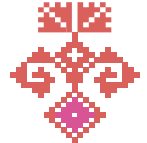
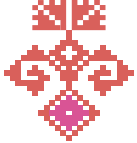
Utilizando la tarifa deseada por hora calculada en el Ejercicio 2, calcule el total de gastos de mano de obra de María para cada almohada.

$$\begin{aligned} &\text{Tiempo dedicado a la Producción} \\ &\times \text{Tarifa deseada} \\ &\times \text{hora} \\ &= \text{Costo Mano de obra} \end{aligned}$$

Producción

Las partidas como materia prima y mano de obra (tanto la suya como la de sus empleados) que están relacionadas directamente con la elaboración de su producto frecuentemente se denominan costos directos.





Ejercicio 4.- Calcular el Total de Costos Directos (Materiales + Mano Obra)

Utilizando el costo de la materia prima calculado en el ejercicio 1 y su total de costos de mano de obra calculado en el ejercicio 2, calcule el total de los costos directos de María.

Materiales (incluidos el etiquetado y el envasado)

Mano de Obra + _____
Total de costos directos _____

- Anote su gasto de mano de obra en la parte inferior de la Hoja de Trabajo 1
- Sume sus gastos por concepto de materia prima, etiquetado/envasado y mano de obra. Ese total representa todos los gastos directos implicados en la elaboración de su producto.

C. Gastos Generales/Costos Indirectos

Los gastos generales son todos los costos generales de gestión de su negocio que no constituyan aportes directos a la elaboración de su producto, pero que sean necesarios para mantener el funcionamiento del negocio. Los costos generales se denominan con frecuencia costos indirectos. Los gastos fijos pueden incluir: Los de alquiler, teléfono/fax, luz eléctrica y calefacción, mantenimiento /reparaciones, útiles de oficina, seguros, servicios profesionales (por ejemplo, contables o legales), salarios administrativos (secretaría), reserva para contingencias (para reparaciones o gastos imprevistos), impuestos, gastos de ventas y comercialización, y depreciación.

Probablemente utilice herramientas y equipo para elaborar su producto. Todos los años, sus herramientas y equipo pierden una parte de su valor como resultado del uso y el desgaste. Tarde o temprano, estas herramientas se deteriorarán, debiendo reemplazarse. Para cubrir el costo de reponer estos materiales, debe incluir en su cálculo de los costos indirectos una suma por concepto de gastos de depreciación. Para calcular sus gastos de depreciación, divida el costo del equipo por el número de años que, según su criterio, prestará servicio antes de que sea necesario reponerlo. Por ejemplo, si compra una máquina de coser a un costo de UMN 120 y considera que debe durar 10 años, sus gastos anuales por concepto de depreciación son de 12 y su gasto mensual es de 1. También debe recordar incluir en su cálculo de los costos indirectos mensuales el costo de cualquier gasto regular por concepto de reparación o mantenimiento de equipo. Sus gastos de ventas y comercialización, incluyendo los gastos de comunicación y viaje para reunirse con compradores, también deben incluirse en el cálculo de sus gastos indirectos. Usted debe cubrir estos costos mensuales

para poder vender su producto. Si no los incluye en el costo de su producto, no podrá transportar su producto al punto de venta. Si realiza ventas a nivel local, puede incluir en su cifra de gastos generales el costo del transporte al mercado local. Si vende a un exportador, puede incluir en su cifra de costos indirectos el costo de imprimir una lista de precios o un folleto.

Además, también debe incluir en sus gastos de ventas y comercialización los costos de producir muestras, incluyendo materiales, mano de obra, etiquetado y envasado, y de enviar las muestras a los compradores potenciales.

Sus costos indirectos pueden ser o bien fijos o variables: Los costos fijos son gastos cuyo monto no varía, independientemente de cuál sea su nivel de producción, por ejemplo, gastos de alquiler o hipoteca. Por ejemplo, pagará el mismo valor de alquiler, independientemente de que venda 100 artículos por mes o solamente 10.

Los costos variables son aquellos gastos que varían de acuerdo al volumen de producción, tales como la luz eléctrica. Por ejemplo, si utiliza una máquina de coser eléctrica en el proceso de producción, cuanto más produzca, tanto mayor será el consumo de electricidad. Debe tratar, en la medida de lo posible, de limitar sus costos fijos porque tendrá que pagarlos mensualmente independientemente de cuál sea su nivel de ventas.

Ejercicio 5.- Calcular los Gastos Indirectos

María ha hecho una lista de sus gastos indirectos mensuales. Son como sigue:

Teléfono 16 UMN
 Servicios Públicos 19
 Mantenimiento y Reparación
 (de Máquina de Coser) 15
 Depreciación 1
 Útiles de Oficina 9
 Gastos de Ventas
 Transporte 13
 Muestras 15
 Fotos 8

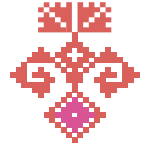
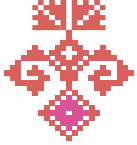
¿Cuál es el total mensual de los costos indirectos de María?

Si María produce 78 artículos por mes, ¿cuáles son sus costos generales por cada artículo?. _____

Ejercicio 6.- Calcular el Total de Costos de los Productos

Utilizando los costos directos de María calculados en el Ejer-





cicio 4 y el total de sus costos indirectos (costos generales) calculados en el Ejercicio 5, calcule el costo total de los productos de María.

Costos Directos (Materiales + Mano de Obra) _____

(Ejercicio 4)

Costos Indirectos por Artículo + _____

(Ejercicio 5)

Costo Total por Producto _____

*Nota sobre la contabilización de sus gastos.

Para determinar el costo de su producto, debe mantener un registro preciso de sus gastos. Debe tener siempre consigo una libreta para llevar el control de sus gastos. Al calcular sus gastos, recuerde que debe:

- Considerar todos sus gastos: Usted incurre en diferentes tipos de gastos. Algunos están relacionados directamente con la producción, tales como los materiales y las herramientas. Otros, tales como el transporte y el servicio de teléfono, están relacionados con aquélla indirectamente. Estos gastos pueden incurrirse sobre una base regular (semanal o mensualmente) o según la necesidad. Para calcular correctamente sus costos, debe tomar en cuenta todos sus gastos.

- Cerciorarse de que sus costos sean exactos: Es un elemento crítico. Sin registros precisos, no puede calcular correctamente sus precios. Los productos textiles frecuentemente subvaloran sus gastos. Si usted ya está produciendo y vendiendo su producto y ha mantenido registros precisos, puede basar sus gastos en costos históricos reales. Si es un productor principiante, debe estudiar minuciosamente sus gastos para generar las cifras más precisas posibles.

- Separar los gastos del negocio de sus gastos personales: Los gastos del negocio se refieren a productos y servicios que necesita comprar para la elaboración y venta de su producto.

- Los gastos personales se refieren a productos y servicios comprados para uso personal o de su familia.

D. Ganancias

Las ganancias son el dinero necesario para asegurar el funcionamiento y crecimiento constante de su unidad de producción.

Las ganancias de su empresa pueden utilizarse para:

1. Reinvertir en la empresa:

- Comprando nuevo equipo de producción.
- Ampliando su almacén o taller.
- Comprando una nueva computadora o máquina de fax.
- Participando en una nueva feria industrial o exposición comercial.

2. Crear reservas operativas para épocas de baja actividad económica.

3. Acumular inventarios a medida que se amplía el negocio.

4. Financiar las cuentas por cobrar

Su margen de beneficio podrá variar pero con toda probabilidad oscilará entre el 10 y el 20% del total de sus costos directos más sus costos indirectos.

Ejercicio 7.- Calcular el Precio del Productor

Calcule el precio de una almohada de María. Ella implica un margen de beneficio del 15%.

Costo Total de Producto _____ +
Margen de Beneficio _____
Precio del Productor (En Fábrica) _____

- Utilizando las cifras calculadas en las hojas de trabajo 1 y 3, llene los datos en la hoja de trabajo 4 para calcular el costo total de su producto. Esta cifra también se denomina el precio de fábrica de su producto. El precio de fábrica es el precio de su producto cuando sale de su taller.

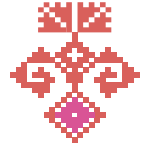
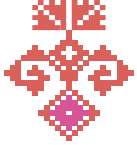
Etapa 2

Determinar los costos de distribución

Ahora que ha calculado el precio en fábrica de su producto, necesita saber qué sucede a su producto después de que sale de su taller, incluidos los costos de distribución necesarios para hacer llegar el producto al cliente final. Los costos de distribución incluyen los gastos de comercialización y de entrega del producto a dicho cliente.

Comprender estos costos de distribución y la forma en que inciden en el precio final al por menor de su producto le permitirá determinar si el precio en fábrica de su producto es





adecuado para el mercado.

A) Si su mercado prioritario es el mercado de exportación.- Los mercados norteamericanos y europeos de prendas de vestir tienen un canal de distribución en común para los productos importados de otros países. Diversas empresas intermediarias se ocupan de dichos productos y son responsables de entregarlos al cliente final.

Cada participante en el canal de distribución tiene responsabilidades específicas, y todas ellas tienen costos asociados. Un conocimiento exacto de los costos y de los diversos componentes de la estructura del mercado de exportación le ayudará a analizar los precios al por menor para determinar su precio ideal de venta.

El canal de distribución más común mediante el cual un producto se introduce en el mercado de exportación es el siguiente:

Empre. Textil + Exporta + Importa/Mayorista
+ Minorista + Cliente Final.

En este canal de distribución, el empresario textil es responsable de:

- Crear diseños de productos
- Elaborar el producto
- Asegurar el control de calidad en todas las etapas del proceso de producción.

Como empresario textil, su precio es el precio de fábrica. El precio en fábrica es el precio al cual usted vende su producto al exportador.

Materiales
Mano de Obra
Gastos Generales
+ Ganancias
= Precio en Fábrica

El exportador es responsable de:

- Promover los productos ante compradores internacionales.
- Desarrollar materiales promocionales.
- Comunicarse con el comprador.
- Asegurar el control de calidad en la etapa final.
- Empacar y rotular pedidos para los embarques de exportación.
- Preparar toda la documentación de exportación, incluyendo el pago de derechos de exportación y otras cargas afines.

- Tramitar el transporte interno de pedidos de productos desde los talleres hasta el puerto de embarque.
- Tramitar las gestiones para embarques internacionales.
- Cobrar el pago al comprador y distribuirlo a los artesanos.

El precio FOB (Franco a Bordo) es el precio al cual el exportador vende su producto a un importador. El precio FOB representa el costo de su producto al momento de ser cargado en el barco o avión en el puerto de embarque. La mayoría de los importadores piden precios cotizados en términos FOB.¹

Precio en Fábrica
Empaquetado
Transporte Interno
Documentos
Gastos Generales
+ Ganancias
= Precio FOB

El costo de los servicios del exportador puede variar entre el cinco y el cuarenta por ciento aproximadamente del precio en fábrica, dependiendo de muchos factores, tales como el tipo de producto exportado (por ejemplo, los accesorios de modas tejidos a mano requieren menos material de empaque que los adornos de vidrio soplado).

Precio en Fábrica
+ 5 – 40%
= Precio FOB

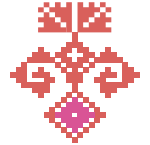
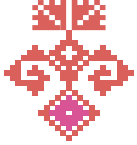
En esta etapa, cuando su producto se entrega en el puerto de salida, típicamente los gastos del vendedor terminan y los del comprador comienzan.

El importador/mayorista es responsable de:

- Pagar al exportador el precio FOB de los productos.
- Pagar los costos del embarque internacional y del seguro.
- Tramitar todos los asuntos logísticos y de aduana, y cubrir los costos correspondientes, dentro del país del importador.
- Almacenar los productos.

¹ Sin embargo, las diferencias en términos de mercados, canales de distribución y costumbres comerciales pueden influir sobre las decisiones relacionadas con los términos de entrega y sobre la subsiguiente estructura de los precios de exportación. Así, por ejemplo, un importador puede preferir QUE LE SEA APLICADO UN precio CIF. El Costo CIF (Costo





+ Seguro + Flete) es el precio FOB de su producto más los costos de transporte al puerto de destino y los costos de seguro entre el puerto de embarque y el puerto de destino. Una cotización de precio CIF puede facilitar la comparación de cotizaciones de precios recibidas de diferentes países o proteger al importador cobra posibles fluctuaciones en los costos de flete y seguro (debiendo el exportador cubrir el costo de estas partidas en el caso de una cotización de precio CIF.

- Promover y comercializar los productos, incluyendo su exhibición en ferias de al por mayor, impresión de catálogos y todas las actividades de comercialización ante posibles compradores.
- Envasar el producto para su distribución al minorista, lo cual podría incluir etiquetas especiales que ayuden a explicar el producto, cajas especiales o un envase que facilite el embarque y la exhibición del producto.
- Hacer los arreglos para el transporte del producto a los compradores minoristas.
- Proporcionar servicio a los compradores minoristas para asegurar su satisfacción con el producto, que reciban nuevos pedidos y que maximicen sus ventas.
- Proporcionar aportes a los artesanos sobre ideas para el desarrollo de nuevos productos y formular recomendaciones para revisiones o mejoras de los productos existentes.

El precio al por mayor es el precio al cual el importador/mayorista vende su producto a los minoristas. El precio al por mayor es el precio FOB de su producto, más los costos de transporte al puerto de destino, el seguro entre el puerto de embarque y el puerto de destino, las comisiones del agente aduanero, y el transporte al almacén del importador.

El importador/mayorista también debe incluir todos los costos asociados con la elaboración de materiales de comercialización y con la participación en ferias comerciales.

Precio FOB
 Seguro
 Flete
 Despacho de Aduana
 Transporte Interno
 Almacenaje
 Gastos de Comercialización
 Gastos Generales
 + Ganancia
 Precio al por Mayor

El precio al por mayor es, por lo general, aproximada-

mente el triple del precio FOB.
 Precio FOB
 X 3
 Precio al por Mayor

Después de comprar el producto el importador/mayorista, el minorista es responsable de:

- Pagar los costos de transporte desde el almacén del mayorista hasta su tienda de ventas al por menor.
- Promover y vender el producto en su tienda, incluyendo arreglos especiales de exhibición y promoción de productos especiales.

Consultor en Comercio Exterior – Alex Morales Guzmán Barron Página 19. Los dueños de tiendas de ventas al por menor con frecuencia pasan pedidos de productos en una feria comercial para mayoristas. Luego suman sus propios gastos (incluidos el alquiler de la tienda, los gastos del personal de ventas y los márgenes de beneficio) al costo al por mayor y venden el producto al consumidor final.

Precio al por Mayor
 Gastos de Envío
 Gastos Generales
 + Ganancias

Precio al por Menor
 Por lo general, el precio al por menor es aproximadamente el doble del precio al por mayor.

Precio al por Mayor x 2

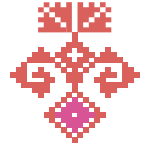
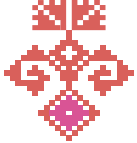
Precio al por Menor El cliente final compra y disfruta del producto y también es responsable de pagar los costos de envío si pide el producto a través de un catálogo de venta por correo.

Ejercicio 8.- Calcular el Precio al por Menor.-

Calcule el precio final al por menor de una de las almohadas de María

Precio de Fabrica _____
 + 15% _____
 Precio FOB _____
 X 3 _____
 Precio al por Mayor _____
 X 2 _____
 Precio al por Menor _____





María ha calculado que los servicios prestados por su exportador se valoran en un 15% de su precio de fábrica.

A) Si su mercado prioritario es el mercado local

Para los productos que se venden en mercados locales, típicamente se utilizan por lo menos tres canales de distribución. Si usted vende su producto directamente al cliente final (es decir, si vende a clientes que llegan a su taller o si lleva sus productos a vender en un mercado local), el canal de distribución a través del cual su producto llega al mercado local es como sigue:

Empresario textil = Cliente Final

Si vende directamente o coloca sus productos en consignación en una tienda de ventas al por menor a nivel local, entonces su canal de distribución es como sigue:

Empresario textil = Minorista = Cliente Final

Si vive lejos de una gran ciudad, entonces posiblemente venda sus productos a un agente que la represente ante tiendas de ventas al por menor en la ciudad. En este caso, su canal de distribución es como sigue:

Empresario textil = Agente = Minorista = Cliente Final

El porcentaje de margen comercial por cada participante en el canal de distribución varía en cada país.

Etapa 3.- Determinar el precio pagado en el mercado por productos similares/idénticos o productos relacionados: Ahora necesita saber si el precio que ha calculado es competitivo en su mercado prioritario, investigando el precio al por menor de otros productos que se venden en ese mercado. La mejor forma de realizar trabajos de investigación de precios es dirigirse al lugar donde se está vendiendo su producto y observar artículos similares a la venta en ese mercado. Si está vendiendo en un mercado local, la investigación del mercado será relativamente fácil. Si en cambio, está vendiendo en el mercado de exportación, puede realizar investigaciones de mercados:

- Examinando catálogos y revistas para venta por correo de prendas de vestir y demás del país o mercado donde se venderá su producto.
- Visitando sitios de la red Internet relacionados con prendas de vestir y confecciones textiles.
- Entrevistando a turistas.

- Solicitando a familiares, amigos o conocidos que residan o visiten el país importador para que averigüen los precios al por menor de productos similares.
- Preguntando a clientes reales o potenciales cómo se comparan sus productos con otros en términos de precios.

2 Véase la sección titulada "Información para Investigar Precios al por Menor" en el Anexo de este manual para obtener indicaciones sobre contactos mediante varios catálogos, revistas y sitios de la red Internet que son buenos recursos para su investigación de precios al por menor.

Una vez que haya determinado el precio al por menor de productos similares, puede retroceder hasta determinar el precio FOB, dividiendo el precio al por menor por una cifra aproximada entre 5 y 7. Puede utilizar 6 como promedio.

$$\text{Precio al por menor} / 6 = \text{Precio FOB}$$

Ejercicio 9.- Retroceder hasta determinar el precio FOB

En un catálogo de venta por correo, María ve muchas almohadas que se parecen a las suyas en términos de estilo y calidad. Los precios al por menor de las almohadas varían entre 40 UMN y 60 UMN. Divida esos precios por 6 para calcular aproximadamente lo que sería el precio FOB de estos artículos:

$$40 / 6 = \underline{\hspace{2cm}}$$

$$60 / 6 = \underline{\hspace{2cm}}$$

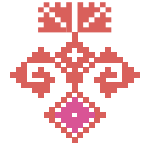
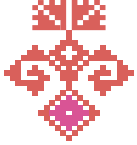
Con base al Ejercicio 8, sabemos que María ha calculado su precio FOB en —

¿Cómo se compara el precio de María con el precio de mercado?

¿Necesita ella ajustar su precio?

¿Porqué sí o porqué no?.





Etapa 3

Equilibrar el precio de su producto con respecto al precio de mercado.

En este caso, resulta que el precio de María encaja dentro de una escala aceptable de precios en el mercado de exportación, sin embargo:

¿Qué sucede si su precio es demasiado bajo?

- Si su precio es demasiado bajo, puede no generar un beneficio o puede generar un beneficio muy reducido. Si su precio es demasiado bajo, también puede recibir más pedidos que los que pueda satisfacer. Como resultado, puede perder clientes si no está en condiciones de entregar su producto a tiempo o si no puede mantener la calidad del mismo.

¿Qué puede hacer si su precio es demasiado bajo?

- Verificar que haya determinado correctamente sus costos
- ¡Aumentar su margen de beneficio!

¿Qué sucede si su precio es demasiado alto?

- Si su precio es demasiado alto, no podrá competir con productores similares que practiquen precios más bajos. Cuando el cliente compara su producto con productos similares, probablemente elija el que cueste menos. Si su precio es demasiado alto, posiblemente no venda una cantidad suficiente de su producto para cubrir sus gastos o generar beneficios.

¿Qué puede hacer si su precio es demasiado alto?

- Rediseñar su producto.- Para disminuir los costos de materiales y de mano de obra. Sin embargo, al rediseñar su producto, recuerde que los costos de materiales y de mano de obra para producir una nueva muestra típicamente son más altos que los incurridos en la elaboración de un producto en grandes cantidades, por que no ha comprado los materiales en gran cantidad y/o no ha perfeccionado el proceso de producción. Si está exportando su producto, también puede optar por rediseñarlo para mejorar y consolidar el empaquetado y de esta manera disminuir los costos de embarque.
- Por ejemplo ¿cómo puede apilar canastas una dentro de otra para reducir el volumen? ¿cómo puede aligerar el peso de un producto? Las consideraciones con

relación al empaquetado y el embarque son más pertinentes para los cálculos de costos entre el exportador y el importador/minorista, pero al ponderar sus costos, debe examinar la cadena de distribución en su totalidad.

- Disminuir los costos indirectos.- ¿Puede trasladar su negocio a un lugar menos caro a fin de controlar los costos de alquiler?, ¿Puede comprar materiales de oficina en grandes cantidades para controlar los costos unitarios?.

Sus costos de comercialización están incluidos en sus costos directos. ¿Son sus costos de comercialización demasiado elevados? Posiblemente esté tratando de enfocar un número excesivo de mercados, pudiendo reducir una parte de sus costos de comercialización centrándose exclusivamente ya sea en el mercado local, el mercado de exportación, o en un segmento de este último.

- Disminuir los Costos de Materiales.- Compre materia prima en grandes cantidades y/o investigue nuevos proveedores de materiales que ofrezcan mejores precios.

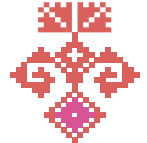
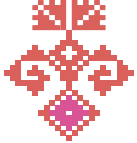
- Disminuir los Costos de Mano de Obra.- ¿Sería posible aumentar la eficiencia y disminuir los costos de mano de obra por artículo producido proporcionando capacitación a sus productores o agilizando el proceso de producción?, ¿Sería posible aumentar la eficiencia de los productores ofreciendo otros incentivos, por ejemplo, pagándoles por pieza producida en vez de por hora trabajada?

- Disminuir su margen de beneficio.- Diferentes productos en la misma línea pueden tener diferentes márgenes de beneficio. Algunos productos en su línea pueden tener márgenes más bajos mientras que otros pueden tener márgenes más altos. Ahora que ha rediseñado su producto y su PRECIO final, ¿puede vender su producto, generar ingresos y obtener beneficios!

Revisión para determinar costos y fijar precios

La fijación de precios como elemento permanente de la gestión de un negocio. La determinación de costos y la fijación de precios son actividades que deberá realizar cada vez que desarrolle un nuevo prototipo. También tendrá que estudiar de nuevo regularmente el precio de aquellos productos que haya estado elaborando desde hace mucho tiempo, porque es probable que sus costos de elaboración cambien constantemente.





Costo + Ganancias = Precio Productor/Contra/¿Qué precio soportará mercado?

Etapa 1: Determinar el costo de elaborar su producto

*Materiales Costo del Producto
Mano de Obra + Ganancias
+ Gastos Generales Precio del Productor
Costo del Producto (En Fábrica)*

Etapa 2 Determinar los costos de distribución

*¿Está vendiendo a nivel local? ¿Esta exportando?
¿Qué papel o papeles desempeña usted en la cadena de distribución?*

Calcule el precio aproximado al por menor de su propio producto.

Etapa 3: Determinar el precio pagado en el mercado por productos similares/idénticos o productos relacionados:

*¿Cuál será el precio pagado por su producto en su mercado prioritario?
¿Se aproxima su precio aproximado al por menor al precio de mercado?*

Etapa 4

Equilibrar el precio de su producto con respecto al precio de mercado si su precio es demasiado bajo, verifique sus cálculos y/o aumente su margen de beneficio.

Si su precio es demasiado elevado, rediseñe su producto para aumentar su valor percibido, disminuir sus costos y/o disminuir su margen de beneficio.

1. Costo de la materia prima
2. Costo de mano de obra
3. Gastos indirectos o 20% (transporte, teléfono, etc.)

Materiales: Incluye todo lo que se utiliza en la elaboración del producto. Todos los elementos del producto como:

1. Materias primas
2. Adornos
3. Pegamentos
4. Barnices
5. Etiquetas/fichas técnicas
6. Embalaje

Para materiales que no tienen un costo unitario hay que tomar en cuenta su peso o tamaño. Al calcular los costos de los materiales, hay que considerar también la posibilidad de desperdicio durante el proceso de producción, este margen se incluye en los cálculos del costo del producto.

Mano de obra: Es el tiempo que dedica el artesano a la fabricación de sus productos.

La gran tragedia es que en México y muchos otros lugares del mundo, la mano de obra casi no se paga y el artesano muchas veces sale perdiendo su tiempo y dinero. Para calcular la mano de obra, hay que multiplicar el tiempo destinado en la elaboración del producto por el precio deseado de trabajo. El precio deseado es el total que le permite al artesano cubrir los gastos cotidianos de él y los de su familia.

Para que este cálculo se mantenga dentro del precio del "mercado", un método para calcular la mano de obra es ver lo que pagan por una jornada en la región y dividir este total por 8 horas. Este nos da el pago por hora. No siempre es tan fácil medir cuantas horas trabajan los artesanos siendo 37 que muchos artesanos, especialmente las mujeres tienden a trabajar por ratos y no siempre el cálculo llega a ser exacto. En otros casos, como en el caso de los alfareros, hay quien se queda toda la noche manteniendo el fuego de un horno para realizar una quema. Si sumamos todas las horas trabajan para quemar un grupo de cantaros, el total rebasa la cantidad de una jornada y corremos el riesgo que el pago por mano de obra sale del precio del mercado y por consecuencia, aumenta demasiado el precio de producto.

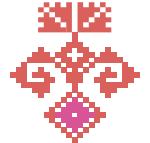
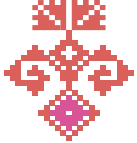
Sin embargo, al establecer el concepto de "hora trabajada" facilita calcular el total de "horas artesano" efectivas invertidas por el artesano a lo largo del proceso de producción.

Otra manera de poner un precio a la mano de obra es multiplicar el costo de la materia prima por dos. Este método asegura que el artesano por lo menos recupera el costo de la materia prima y no sale perdiendo.

Los métodos de costear la mano de obra antes mencionados son sugerencias para llegar a un precio ideal. Es un tema complicado y delicado porque no siempre los precios ideales con competitivos. Hay que conocer los precios de la competencia y asegurar que el precio de su producto se mantenga dentro del precio de "mercado", buscando un precio mas justo. Una de las ventajas del desarrollo de productos es que por su novedad y/o mejora en materiales y acabados el cliente "percibe" que hay un valor agregado, facilitando el proceso de mejorar los ingresos para los artesanos.

Gastos y costos indirectos: Son los costos generales que





abarcan la producción y comercialización del producto artesanal. Como ejemplo: teléfono, fax, luz, mantenimiento, impuestos, traslados, transporte, etc.

Costo neto: Materia prima
Mano de obra
+ Gastos indirectos
=COSTO TOTAL DEL PRODUCTO
38

Dinámicas de costeo "Role Play"

Se recomienda que el capacitador organice dinámicas participativas con los miembros de los grupos para explicar el concepto del costeo.

Se divide a los artesanos en grupos pequeños de 3 ó 4 personas y se asigna a cada grupo uno de los prototipos a "elaborar".

Después se asigna un "papel" a cada miembro dentro de

cada grupo. Uno es artesano, otro es el que vende la materia prima, otro es el conductor del camión que cobra el transporte, etc. Cada persona juega el papel de uno de las múltiples personas involucradas en la cadena productiva y los gastos que representa cada etapa.

A través del "juego" con cada etapa y paso, trabajan y calculan el costo total de cada producto asignado.

Al terminar la dinámica, usando un rotafolio o simplemente en voz alta un representante de cada grupo presenta al grupo entero la manera cómo sacaron los costos. A veces se presentan errores y es el propio grupo el que va detectando y corrigiendo los errores en el momento de la presentación. Este ejercicio promueve el concepto de trabajar en equipo y la autonomía.

Lo más importante es establecer un precio competitivo que a la vez respeta el tiempo y esfuerzo del artesano, permitiéndole a él y a su familia vivir dignamente de su trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

+Ryan Galton. *Manual de Diseño y Desarrollo de Productos Artesanales*. FONART. México. <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/90/Ryan%20Galton%20-%20Manual%20de%20dise%C3%B1o%20artesanal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

+Morales Guzman Barron. *Manual de Costos y Precios para empresas textiles*. <http://www.perucam.com/presen/pdf/32.%20Manual%20de%20Costos%20y%20Precios%20para%20empresas%20textiles.pdf>



“Este material se realizó con recursos del Programa de Coinversión Social, operado por la Secretaría de Desarrollo Social. Empero, la ‘SEDESOL’ no necesariamente comparte los puntos de vista expresados por los autores del presente trabajo”

