

**“FORTALECIMIENTO DE LA PRODUCCION ARTESANAL COMO
ESTRATEGIA DE GENERACION DE EMPLEO DE LA POBLACION
ISLEÑA DEL DEPARTAMENTO INSULAR DE SAN ANDRES,
PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA”.**

TALLER DE COSTOS

Claudia Marcela Arroyave T.



DIVISION DE PUESTOS DE TRABAJO

- De acuerdo a las aptitudes de cada uno elaborar un documento donde se especifique las divisiones de trabajo y las recomendaciones a la hora de montar un taller de producción.
- Elaborar estrategias de producción y criterios de calidad para todos los procesos.

FERIA ARTESANAL

- Planear la producción para la feria artesanal que se va a realizar los días 20 y 21 de Agosto de 2010.
- Lugar, cuota por persona, por grupo, cuota de material, diseños, horarios.
- Elaboración de plan de trabajo ya sea Lineal o en serie. Cuota por grupo.

SUMINISTROS INICIALES

- Elaborar una lista de los suministros iniciales que se deberían comprar para el funcionamiento de la Cooperativa.
- Establecer sitios de trabajo y crear comités para el establecimientos estratégico de los muebles, enseres, divisiones, implementos, herramientas, etc.

RECUERDE

¿Qué debemos saber sobre el impreso?

(Ordenes de compra, orden de pedidos, facturas, etc)

- Simplifica considerablemente el trabajo de quien lo rellena y de quien lo lee.
- Los datos se escriben siempre en el mismo sitio.
- Ayuda a la memoria, por lo tanto, libera la mente para trabajos de creación y dirección
- Prepara el trabajo.
- Las cuentas anuales son casi tan actuales como la foto vieja de un niño.

ENTONCES....

- Si bien tenemos una secretaria de la Cooperativa, la cual se encargara de elaborar informes generales y demás documentos globales, cada Oficio deberá tener su propia secretaria quien trabajara en llave con la Secretaria General y pasara los informes y demás al Consejo de Administración.

TENGA EN CUENTA

- Maquinas: Aparatos que utiliza para su trabajo. Torno, motor tool.
- Herramientas: Instrumentos sencillos y elementales. Martillos, cuchillos, llaves.
- Muebles y enseres: Vitrinas, bancos, sillas, mesas.

INVENTARIO

- Materias primas: materiales que se utilizan en la elaboración de las artesanías como calceta, coco.
- Productos en proceso: artesanías en proceso de elaboración.
- Productos terminados: artículos listos para la venta.

CUENTAS: INVENTARIO

- Es el registro de las cantidades y valores de todo lo relacionado con el taller artesanal. Para llevar un buen inventario, tenga en cuenta lo siguiente:

Realice el siguiente cuadro:

ELEMENTO	CANTIDAD	VALOR INVENTARIO	VALOR TOTAL
Maquinas			
Maquina de coser	1	\$250.000	\$250.000
Fileteadora	1	\$150.000	\$150.000

EL MAQUILLAJE DE LOS PRECIOS



- Terminar en impar (5-7-9)
- Cifras que empequeñecen (2.900)
- Cifras redondas (1.000)

ESTRATEGIAS

- **1. PRECIO AL COSTO O INFERIOR:**
- Se colocan precios incluso a precio de costo.
- El objetivo es que el comprador termine llevándose, además una serie de productos a precios normales, donde la ganancia esta asegurada.
- “Tener un mar de perdidas en un océano de beneficios”

- **PRECIO CONTINUADO**
- Son productos con la atracción de la cifra “todo a”

- **LINEA DE PRECIOS**
- Cuando se colocan los productos en una tienda en base a su precio y no a su característica. A \$20.000, A \$10.000.

LISTA DE PRECIOS

- Este recurso es muy habitual, útil e importante en las ventas personales ya sea a clientes pequeños y/o grandes empresas.
- Frente a los precios oficiales se aplica un “descuento especial” a los nuevos compradores.

Tipos de Descuentos

- **Descuentos por Volumen:** También llamados descuentos por cantidad, tienen el objetivo de estimular a los clientes a que compren mayores cantidades de un producto o línea de productos. Este *tipo de descuento* consiste en una reducción del precio de lista que se aplica a compras cuyos volúmenes son mayores de lo normal, ya sea en unidades o valores (efectivo). Existen o se conocen dos *tipos de descuentos por volumen*:

NO ACUMULATIVOS

- Se aplican a una compra específica. Su objetivo es el de estimular la compra de grandes volúmenes de un producto o línea de productos concentrados en un solo pedido. Por ejemplo: Descuentos a compras mayores de 1000 unidades o superiores a los 10.000.- U\$D.

ACUMULATIVOS

- En este caso, los descuentos se aplican a las compras totales que realiza un comprador en un periodo de tiempo determinado. Su objetivo es el de lograr compras frecuentes o repetitivas y la lealtad del cliente. Algunos ejemplos de este tipo de descuento son los programas de "viajero frecuente" en el caso de las aerolíneas o de "huésped frecuente" en el caso de hoteles...

Descuentos por Pronto Pago

- También conocidos como descuentos en efectivo, tienen el objetivo de estimular a los clientes a que realicen el pago de su cuenta en un plazo de tiempo específico o lo más antes posible. Este *tipo de descuento* consiste en una reducción del precio de lista que se aplica al pago que se realiza dentro de un plazo específico. Un ejemplo típico es que debe pagar en un plazo de 30 días y que el comprador puede restar 2% de la factura si la paga antes de 10 días [1].

Descuentos por Temporada

También conocidos como descuentos estacionales, tienen el objetivo de estimular la compra de uno o más productos en temporadas de menor demanda. Este *tipo de descuento* consiste en una reducción del precio de lista que se aplica a la compra de productos que están fuera de temporada. Por ejemplo, descuentos que ofrecen agencias de viajes y aerolíneas en los periodos en que sus ventas hacia determinados destinos bajan considerablemente.

Descuentos Comerciales:

- También conocidos como descuentos funcionales, tienen el objetivo de estimular a los miembros del canal de distribución (mayoristas y/o detallistas) a que realicen ciertas funciones. Este *tipo de descuento* consiste en una reducción del precio de lista que se aplica a los miembros del canal de distribución cuando realizan ciertas funciones como ventas, almacenaje, promoción, entre otros.

SUEÑO O REALIDAD ???



Porque Seremos un Caso Exitoso

- Coherencia entre el actuar y la Misión, Visión y Principios
- Confianza, respeto y reconocimiento al ser humano y su talento

Porque Seremos un Caso Exitoso

- Balance armónico entre los intereses y expectativas de los asociados.
- Capacidad de lectura y respuesta al entorno

Porque Seremos un Caso Exitoso

- Liderazgo colectivo: Cerebro en acción
- Compartir la historia de Colombia
 - Estructura Organizacional
 - Uso de su Historia

Porque Seremos un Caso Exitoso

Alineamiento con la Estrategia Organizacional

