

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



“PLAN DE INVERSIÓN PARA LA EXPANSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES DEL TALLER SAN IGNACIO EN CENTROS COMERCIALES DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

LOZANO APARICIO, PAULY MILENA

RIVAS MORALES, ÁNGEL ALEXIS

VALDÉZ MÉNDEZ, PATRICIA CAROLINA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA

NOVIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector	: Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Secretario General	: Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval
Decano de La Facultad de Ciencias Económicas	: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez
Secretaria de La Facultad de Ciencias Económicas	: Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Director de La Escuela de Contaduría Pública	: Lic., Gilberto Díaz Alfaro
Coordinador General de Seminario de Graduación	: Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
Coordinación de Seminario de Procesos de Graduación de La Escuela de Contaduría Pública	: Lic. Daniel Nehemías Reyes López
Docente Director	: Lic. Carlos Ernesto Ramírez
Jurado Evaluador	: Lic. Benito Miranda Beltrán Lic. Carlos Ernesto Ramírez MAF. José Gustavo Benítez Estrada

NOVIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y brindarme una vida llena de aprendizajes y experiencias. A mis padres Durjan Lozano y Emilia Aparicio por su apoyo incondicional, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron y sobre todo por motivarme constantemente a alcanzar mis metas. Con su amor, guía y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas. Agradezco a todos mis amigos por apoyarme cuando más los he necesitado y finalmente a Marjorie Parada, mi compañera fiel de Universidad, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día.

“Pauly Milena Lozano Aparicio”

A Dios todo poderoso porque a Él sea dado el poder, el honor y la gloria, a la Virgen María, a mis queridos padres Ángela Morales y Eugenio Durán por sus atenciones, acompañamientos, esfuerzos y oraciones, a mis hermanos y hermanas por sus ánimos, a mi tía Dora Alicia Morales que en paz descansa por su apoyo incondicional, y agradecer de una manera muy especial a mi tías María Paz Rivas y María Magdalena Rivas por su atención maternal, agradezco a familia y amigos que de una u otra forma han participado en obtener este grado académico. A mis compañeras de trabajo de graduación, a nuestro asesor y cuerpo docente que me han formado compartiendo sus conocimientos.

“Ángel Alexis Rivas Morales”

Primeramente le agradezco a Dios por sus infinitas bendiciones y por haber podido llegar hasta donde me encuentro hoy, porque sin el nada de lo que he logrado sería posible. A mi madre, Patricia Méndez, que es mi mejor ejemplo de perseverancia y dedicación, a mi tía Maribel Moreno que aunque ya no este físicamente con nosotros sé que este logro la hace muy feliz, a mis tías Martha y Miriam Valdez y Guadalupe Zelaya. Así mismo agradezco a mis abuelos que fueron parte integral en la formación de mis valores y a toda mi familia, tíos y primos, y a todos aquellos amigos y colegas que conocí a lo largo de este proceso de formación académica que han contribuido a mi crecimiento personal y profesional.

“Patricia Carolina Valdéz Méndez”

ÍNDICE

CONTENIDO	No. PÁGINA
RESUMEN EJECUTIVO	I
INTRODUCCIÓN	III
CAPÍTULO I- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA DEL TALLER SAN IGNACIO	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.3.1 Novedad.	2
1.3.2 Factibilidad.	3
1.3.3 Utilidad social.	3
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.4.1 Objetivo General.	5
1.4.2 Objetivos Específicos.	5
1.5 HIPÓTESIS	5
CAPÍTULO II- MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL, TÉCNICO Y LEGAL	6
2.1 ESTADO ACTUAL DE TALLER SAN IGNACIO	6
2.1.1 Clasificación de las artesanías.	8
2.1.2 Materia prima de las artesanías.	10
2.2 PRINCIPALES DEFINICIONES	10
2.3 GENERALIDADES DE LAS ARTESANÍAS	12
2.4 IMPORTANCIA DEL MERCADO ARTESANAL	14
2.5 PROCESO DE UN PLAN DE INVERSIÓN	16

2.5.1	Definición de plan de inversión.	16
2.5.2	Etapas de un plan de inversión.	17
2.5.3	Clasificación de los planes de inversión.	17
2.5.4	Ciclo de vida de un plan de inversión.	20
2.6	MARCO LEGAL	24
2.6.1	Disposición legal que garantiza el apoyo al sector artesanal.	24
2.6.2	Aspectos legales sobre el uso de la madera.	25
2.7	MARCO TÉCNICO	25
2.7.1	Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para PYMES)	25
	CAPÍTULO III- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	27
3.1	ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	27
3.1.1	Enfoque de investigación.	27
3.1.2	Tipo de investigación.	27
3.2	DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL	28
3.2.1	Espacial.	28
3.2.2	Temporal.	29
3.3	SUJETOS Y OBJETO DE ESTUDIO	29
3.3.1	Unidades de análisis.	29
3.3.2	Población y marco muestral.	29
3.3.3	Variables e indicadores.	29
3.4	TÉCNICAS, MATERIALES E INSTRUMENTOS	30
3.4.1	Técnicas y procedimientos para la recopilación de la información.	30

3.4.2	Instrumentos de medición.	31
3.5	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	31
3.5.1	Procesamiento de la información.	31
3.5.2	Análisis de la información.	31
3.6	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	32
3.7	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	33
3.7.1	Tabulación y análisis de resultados.	33
3.7.2	Diagnóstico.	37
CAPÍTULO IV- PLAN DE INVERSIÓN PARA LA EXPOSICIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES DEL TALLER SAN IGNACIO		39
4.1	PLANTEAMIENTO DEL CASO	39
4.2	ESTRUCTURA DEL PLAN DE SOLUCIÓN	41
4.3	BENEFICIOS Y LIMITANTES	42
4.3.1	Beneficios.	42
4.3.2	Limitantes.	42
4.4	DESARROLLO DE CASO PRÁCTICO	43
4.4.1	Descripción del plan de inversión.	43
4.4.2	Evaluación del plan de inversión.	45
CONCLUSIONES		120
RECOMENDACIONES		121
BIBLIOGRAFÍA		122
ANEXOS		123

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	No. PÁGINA
Tabla 1. Áreas de Taller San Ignacio	7
Tabla 2. Detalle de maquinaria de Taller San Ignacio	7
Tabla 3. Materias primas y productos terminado	10
Tabla 4. Productos del Taller San Ignacio	46
Tabla 5. Cuadro comparativo considerando precio y tipo de cliente	61
Tabla 6. Cuadro comparativo considerando ubicación y competencia	62
Tabla 7. Cuadro comparativo considerando accesibilidad y afluencia	63
Tabla 8. Mobiliario y equipo de oficina requerido para la sala de ventas	68
Tabla 9. Presupuesto de inversión inicial	74
Tabla 10. Presupuesto de venta	75
Tabla 11. Presupuesto de producción en unidades	76
Tabla 12. Presupuesto de compra de materia prima	76
Tabla 13. Presupuesto de mano de obra directa	78
Tabla 14. Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)	78
Tabla 15. Presupuesto de costo unitario de producción	79
Tabla 16. Presupuesto de inventario final	79
Tabla 17. Presupuesto de consumo de materia prima	80
Tabla 18. Presupuesto de costo de venta	80
Tabla 19. Presupuesto de gasto de venta y de administración	81
Tabla 20. Presupuesto de venta	81
Tabla 21. Presupuesto de producción en unidades	82

Tabla 22. Presupuesto de compra de materia prima	82
Tabla 23. Presupuesto de compra de mano de obra directa	84
Tabla 24. Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)	84
Tabla 25. Presupuesto de costo unitario de producción.	85
Tabla 26. Presupuesto de inventario final.	85
Tabla 27. Presupuesto de consumo de materia prima	86
Tabla 28. Presupuesto de costo de venta	86
Tabla 29. Presupuesto de gasto de venta y de administración	87
Tabla 30. Presupuesto de venta	87
Tabla 31. Presupuesto de producción en unidades	88
Tabla 32. Presupuesto de compra de materia prima (unidades)	88
Tabla 33. Presupuesto de mano de obra directa	91
Tabla 34. Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)	91
Tabla 35. Presupuesto de costo unitario de producción.	92
Tabla 36. Presupuesto de inventario final.	92
Tabla 37. Presupuesto de consumo de materia prima	93
Tabla 38. Presupuesto de costo de venta	94
Tabla 39. Presupuesto de gasto de venta y de administración	94
Tabla 40. Presupuesto de venta	95
Tabla 41. Presupuesto de producción en unidades	95
Tabla 42. Presupuesto de compra de materia prima	96
Tabla 43. Presupuesto de compra de mano de obra directa	97
Tabla 44. Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)	98

Tabla 45. Presupuesto de costo unitario de producción	98
Tabla 46. Presupuesto de inventario final	99
Tabla 47. Presupuesto de consumo de materia prima	100
Tabla 48. Presupuesto de costo de venta	100
Tabla 49. Presupuesto de gasto de venta y de administración	101
Tabla 50. Presupuesto de venta	101
Tabla 51. Presupuesto de producción en unidades	102
Tabla 52. Presupuesto de compra de materia prima	102
Tabla 53. Presupuesto de mano de obra directa	103
Tabla 54. Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)	104
Tabla 55. Presupuesto de costo unitario de producción	104
Tabla 56. Presupuesto de inventario final	105
Tabla 57. Presupuesto de consumo de materia prima	105
Tabla 58. Presupuesto de costo de venta	106
Tabla 59. Presupuesto de gasto de venta y de administración	106
Tabla 60. Presupuesto de venta	107
Tabla 61. Presupuesto de producción en unidades	107
Tabla 62. Presupuesto de compra de materia prima	108
Tabla 63. Presupuesto de compra de mano de obra directa	109
Tabla 64. Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)	110
Tabla 65. Presupuesto de costo unitario de producción	110
Tabla 66. Presupuesto de inventario final	111
Tabla 67. Presupuesto de consumo de materia prima	111

Tabla 68. Presupuesto de costo de venta	112
Tabla 69. Presupuesto de gasto de venta y de administración	112
Tabla 70. Estado de resultados consolidado	113
Tabla 71. Flujo de caja mensual proyectado para el año 2020	114
Tabla 72. Flujo de caja anual proyectado para 4 años	116
Tabla 73. Balance general	117
Tabla 74. Estado de resultados	118
Tabla 75. Estado de cambios en el patrimonio	119

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura del plan de solución	41
Figura 2. Macro localización de la sala de ventas para Taller San Ignacio	65
Figura 3. Micro localización de la sala de ventas para Taller San Ignacio	65

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Guía de preguntas para entrevistar a Guillermo Reyes, administrador único de Taller San Ignacio.	
Anexo 2. Balance general sin proyecto.	
Anexo 3. Estado de resultados sin proyecto.	
Anexo 4. Estado de cambios en el patrimonio sin proyecto.	
Anexo 5. Determinación de los costos.	
Anexo 6. Presupuestos consolidados.	
Anexo 7. Tabla de amortización de la deuda.	

RESUMEN EJECUTIVO

El mercado de las artesanías en El Salvador ha tenido un notorio incremento en los últimos años, lo que ha contribuido al desarrollo turístico de determinadas zonas del país, dado que estos lugares han logrado plasmar características intrínsecas de sí mismos en sus artesanías; manteniendo una identidad cultural propia, tal es el caso de San Ignacio, municipio ubicado en el departamento de Chalatenango, el cual se caracteriza por su estilo de pintura abstracta Naif que se ve reflejada en cada una de sus artesanías en madera.

Es dentro de este contexto que nace Taller San Ignacio, con el auge del desarrollo de diferentes técnicas y tipos de artesanías, el Taller proporciona un estilo autentico que se caracteriza por la creación de artesanías en madera, de diferentes tipos, colores y tamaños, en dichas artesanías además se encuentran de tipo decorativo o utilitario, perfectas para la ambientación de cualquier lugar, ya sea en casa u oficinas de las empresas.

En ese sentido, poco a poco este se posiciona como uno de los talleres con mayor crecimiento del municipio de San Ignacio, proyectando así la originalidad del trabajo artístico en cada pieza elaborada debido a que sus artesanías no son solo poseedoras de la pintura característica del departamento, sino también por la calidad, acabados, detalles y precios que hacen a las piezas artesanales poder distinguirse de otras.

La investigación realizada fue de tipo hipotético deductivo que permitió observar el crecimiento del taller, identificando que su administrador único, Guillermo Reyes, necesita de alternativas de crecimiento fuera del departamento de Chalatenango, y así posicionar sus productos en el área

capitalina del país, por lo que necesita de un instrumento que le permita identificar la factibilidad de poseer una sala de ventas en dicha área.

La técnica utilizada fue la entrevista y su instrumento de apoyo fue la guía de preguntas que permitió conocer la situación financiera, su capacidad productiva y los costos de los productos que elabora el Taller San Ignacio, y así brindar una herramienta adecuada que permita solucionar la problemática de éste.

Es por ello que se realiza un plan de inversión en el cual se han identificado diferentes elementos para su desarrollo, tales como las necesidades, oportunidades y potencialidades de poseer una sala de ventas en la ciudad capital y las alternativas de ubicación de dicha sala, los requerimientos de inversión que esta plantea, tales como el incremento en la producción de los artículos artesanales y el incremento en el gasto de ventas para cubrir la demanda, y el capital inicial necesario para hacer frente a los gastos en lo que se ha incurrido para dar inicio a las operaciones de ventas en el área metropolitana de San Salvador.

Una vez analizados dichos factores se presentará un informe que contiene estados financieros presupuestados donde refleje la factibilidad del proyecto, los resultados por cada producto y las ganancias proyectadas del negocio en general, y así el administrador único pueda optar por la decisión de invertir en una sucursal en la capital del país.

INTRODUCCIÓN

Las artesanías constituyen una de las actividades representativas del El Salvador, ya que están relacionadas por su herencia cultural, artística, y tecnológica, formada con la experiencia de culturas antiguas propias del país, que se complementa con aportaciones de otros países, Las artesanías salvadoreñas representan uno de los factores productivos que ayudan en gran medida a la forma de vida de los artesanos que las elaboran, ya que representan una fuente de ingresos para éstos y en la medida que se les brinde un apoyo para optimizar la comercialización de sus productos se puede lograr una mejoría en el desarrollo económico de este sector.

Por lo anterior se detalla en el capítulo I el planteamiento del problema y generales sobre cómo el sector contribuye al desarrollo económico y a la conservación cultural en nuestro país.

El siguiente apartado, el capítulo II, contempla el marco técnico y conceptual relacionado al sector de artesanías, muestra además el proceso para desarrollar un plan de inversión, las etapas que deben aplicarse para lograr los objetivos.

El capítulo III, por otra parte, desarrolla el diseño metodológico de la investigación, en el cual se puntualiza el enfoque y tipo de investigación, la unidad de análisis, así como también el universo y muestra, se especifica además los instrumentos y técnicas a utilizar, el análisis e interpretación de los datos, y finalmente el diagnóstico del proyecto.

Finalmente, en el capítulo IV, se desarrolla un modelo de plan de inversión, que permitirá al sector artesanal ubicar y garantizar puntos de venta de sus productos en centros comerciales, tomando como base marcos técnicos, evaluaciones financiero económicas para la ejecución del plan, relacionados con costos, con énfasis en presupuestos.

CAPÍTULO I- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA DEL TALLER SAN IGNACIO

La centralización con respecto a la venta y elaboración de los productos artesanales elaborados en los municipios y lugares turísticos de El Salvador, ha impedido que los productores de los mismos puedan dar a conocer sus artesanías en el mercado capitalino, es decir, que la compra y venta de estos productos se desarrolla en un área específica.

Taller San Ignacio es una de estas entidades cuya comercialización de productos artesanales se realiza en gran medida en el municipio de San Ignacio, sus productos son conocidos por su calidad, personalización y utilidad lo cual genera una gran demanda de los mismos, sin embargo el taller no cuenta con salas de ventas para exponer sus productos en otras áreas del país y que le permitan incursionar en nuevos mercados que potencien su crecimiento económico.

La situación actual del país en cuanto a seguridad, plantea nuevos retos para la comunidad artesanal, dado que muchos de los sitios turísticos donde se comercializan los productos están ubicados en el interior del país, lo que para algunos turistas sugiere riesgos que podrían traducirse a una posible y significativa reducción en las ventas.

Frente a esta posibilidad es necesario plantearse nuevos escenarios que permitan continuar en el mercado, no obstante las grandes decisiones no se toman sin antes tener un plan que permita verificar la viabilidad de estas acciones y comparar los resultados del proyecto, subproductos y sus efectos, con los recursos necesarios para alcanzarlos; sin embargo, Taller San Ignacio no dispone de una estructura de costos que le permita determinar los costos unitarios de

producción, el control de las operaciones industriales efectuadas, conocer y determinar el monto de la inversión requerida para comercializar los productos artesanales en el área metropolitana.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Los empresarios artesanales se ven en la necesidad, ante un medio cambiante, de plantearse nuevos espacios que les permitan distribuir sus productos en un mercado fuera de las áreas territoriales en las que se han establecido. Ante esto surge la interrogante:

¿Cómo afecta al Taller San Ignacio la falta de un plan de inversión que le permita determinar los costos en los que deberá incurrir para exponer y distribuir sus productos artesanales en centros comerciales del área metropolitana de San Salvador?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 Novedad.

El plan de inversión para el Taller San Ignacio es novedoso porque no existe otra investigación similar en las universidades del país, ésta es una herramienta que permitirá el análisis del rendimiento y viabilidad de la inversión, es decir, arrojará resultados que facilitarán la toma de decisiones. El proyecto de inversión contendrá: un estudio de mercado que ayude a determinar si las condiciones del mercado son favorables o desfavorables, un análisis técnico y financiero.

1.3.2 Factibilidad.

– Bibliográfica.

Para la realización de la investigación se cuenta con una serie de elementos bibliográficos que van desde libros, páginas web, tesis y entrevistas que tratan sobre el tema objeto de investigación que servirán de base para la realización de la misma. De igual modo se posee acceso a diversas normas técnicas (Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades) y leyes aplicables (Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, Ley del Impuesto Sobre la Renta, Código Tributario) que serán de gran utilidad en la elaboración de un plan de inversión para el Taller San Ignacio.

– De campo.

La investigación que se desarrolló tiene como objeto de estudio al Taller San Ignacio, empresa dedicada a la producción de artesanías, ubicada en el municipio de San Ignacio, departamento de Chalatenango, debido a lo cual se nos ha facilitado el acceso a las instalaciones para conocer todos los procesos, procedimientos, costos, entre otros datos necesarios para el diseño de un plan de inversión.

1.3.3 Utilidad social.

La expansión del taller San Ignacio impulsará el desarrollo rural creando espacios de trabajo para jóvenes, mujeres y hombres, lo cual amplía sus oportunidades de superación y una vida mejor.

El plan de inversión para la expansión del taller San Ignacio beneficiará directamente a la administración y trabajadores del referido lugar e indirectamente a futuros inversores que deseen incursionar con sus productos fuera de sus lugares de venta establecidos, así mismo la economía de El Salvador se verá beneficiada ya que la artesanía como actividad tradicional no solo representa una expresión de la tradición y de la cultura popular de los pueblos o destinos turísticos del país, sino también figura como un potencial negocio en expansión.

Como elemento diferenciador, ésta actividad es provechosa para fortalecer el turismo de los destinos rurales y favorecer así la oferta turística de Chalatenango.

Así mismo, la creación y adecuación de una estructura de costos orientado al sector artesanal, será de utilidad para la población estudiantil de la Universidad de El Salvador, así como para estudiantes de otras instituciones educativas y principalmente para el sector artesanal del país. Ésta investigación constituirá un referente para futuras investigaciones ya que determina los costos en lo que se debe incurrir para posicionar y distribuir productos artesanales en sitios comerciales del área metropolitana de El Salvador, contribuyendo al crecimiento económico y la generación de nuevas fuentes de empleo.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General.

Diseñar un plan de inversión que permita determinar los costos en los que deberá incurrir el Taller San Ignacio, para exponer y distribuir sus productos artesanales en centros comerciales del área metropolitana de San Salvador.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Construir una estructura que permita cuantificar apropiadamente los costos necesarios para la producción de artesanías y su posterior colocación en el nuevo punto de venta.
- Preparar un conjunto de estados financieros presupuestados que permitan prever el efecto que tendrá la inversión en la situación financiera de Taller San Ignacio.
- Determinar la viabilidad operativa y financiera del plan de inversión para la exposición y distribución de los productos artesanales del Taller San Ignacio, a través de la ejecución de un estudio de factibilidad.

1.5 HIPÓTESIS

La ausencia de un plan de inversión dificulta la determinación de los costos en los que deberá incurrir el Taller San Ignacio para exponer y distribuir sus productos artesanales en centros comerciales del área metropolitana de El Salvador.

CAPÍTULO II- MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL, TÉCNICO Y LEGAL

2.1 ESTADO ACTUAL DE TALLER SAN IGNACIO

Taller San Ignacio es una de las empresas artesanales con mayor tasa de crecimiento en el municipio de San Ignacio, Chalatenango, parte del éxito de esta empresa se debe a la innovación y la utilización de tecnología para el decorado o corte de las piezas de madera, otro elemento a favor es la calidad y la permanente formación técnica y empresarial recibida por el CEDART CONAMYPE La Palma y CDMYPE Cayaganca respectivamente, entre otros apoyos institucionales presente en el territorio. (Vaquerano, 2018)

Actualmente Taller San Ignacio es un negocio familiar cuya actividad económica consiste en la manufactura de piezas artesanales en madera cortadas o decoradas con máquina de corte laser de alta calidad, la cual contribuye a reforzar la actividad cultural por tratarse de procesos de producción arraigados en su propia historia y porque permite fortalecer la relación familiar, ya que la producción de las artesanías se realizan en el ámbito del grupo doméstico.

Dicho taller se encuentra ubicado en el municipio de San Ignacio, departamento de Chalatenango el cual es uno de los sectores artesanales más conocidos gracias a la calidad y diversidad de sus productos, cuyo sello distintivo es la pintura abstracta Naif expresada en cada uno de éstos, lo cual se ve reflejado en sus ingresos que son hasta de \$ 45,000 anuales, derivados de ventas nacionales. (Vaquerano, 2018)

Taller San Ignacio posee a la fecha una nómina de doce empleados y un administrador único, conformada por siete mujeres y cinco hombres distribuidos en las siguientes áreas (Reyes, 2018):

Tabla 1.***Áreas de taller San Ignacio***

Área
Carpintería
Dibujo
Decorado
Crochet
Tintura

Fuente: Según entrevista realizada a Guillermo Reyes (Administrador único).

Además, Taller San Ignacio cuenta con la maquinaria necesaria para elaborar sus artesanías, la cual se detalla en el siguiente cuadro. (Reyes, 2018):

Tabla 2.***Detalle de maquinaria de taller San Ignacio***

Maquinaria
Taladro de pedestal
Canteadora
Ingleteadora
Sierra de Banco o sierra de mesa
Caladora de Mesa
Máquina de corte láser

Fuente: Según entrevista realizada a Guillermo Reyes (Administrador único).

El taller se encuentra en una zona de amplio tráfico turístico y alta competitividad por la gran cantidad de talleres y tiendas que comercializan una gran diversidad de productos artesanales.

En el año 2016 la empresa logró desarrollar innovación de productos a través de T.A. (Tecnología avanzada), en el uso eficiente de máquina láser, por lo que logro realizar importantes avances en el desarrollo de su negocio (Reyes, 2018).

2.1.1 Clasificación de las artesanías.

El municipio de San Ignacio es característico por sus artesanías en madera, las cuales podemos clasificar por su origen y por su utilidad, cada una de estas divididas en sub grupos que se detallan a continuación:

a) Por su origen:

- Indígena.

Generalmente las artesanías clasificadas en éste rubro son elaboradas por grupos de personas que están concentradas en áreas rurales o poco conocidas, convirtiendo los productos artesanales en una fuente de intercambio comercial con otros grupos de personas que se encuentran en áreas urbanas.

Las artesanías de origen indígena son el precedente o base para la creación de las que conocemos hoy en día, puesto que en estas están plasmadas las técnicas más antiguas para su elaboración, que han sido transmitidas de generación en generación por las poblaciones indígenas que originalmente habitaban el ahora municipio de Chalatenango.

- Rural.

Este tipo de artesanías es elaborado por pequeñas poblaciones ubicadas en sitios generalmente asociados con la vida del campo, hecho por el cual su principal materia prima en la elaboración artesanal es el barro, la madera y fibras naturales.

Ejemplo de ello es el caso del Municipio de La Palma y sus artesanías en madera, el mimbre utilizado en los muebles de Nahuizalco y el ya conocido barro de Ilobasco.

- Urbana.

Esta figura se refiere al proceso de la migración del trabajo artesanal, del lugar de origen a la ciudad.

b) Por su utilidad:

- Decorativa.

Artesanías elaboradas especialmente para la decorar u ornamentar hogares, negocios, sitios turísticos, etc., entre algunos ejemplos de estos podemos mencionar los jarrones, porta retratos, porta llaves, servilleteros entre otros, que se caracterizan por el uso de pirograbados, pinturas abstractas y técnicas de elaboración folclóricas o características de una zona en específico.

- Utilitaria.

En cuanto a una artesanía utilitaria se refiere a aquella que puede ser usada de manera cotidiana u específica para determinada actividad, como ejemplo podemos mencionar las alfombras, los muebles elaborados en mimbre, vajillas elaboradas en barro, comales, ollas, tasas, etc.

- Accesorio.

Las artesanías de accesorios son todas aquellas que manifiestan la cualidad de ser adorno corporal u objeto complementario de una prenda de vestir, como por ejemplo las pulseras, aretes, collares, etc.

Tabla 3.***Materias primas y productos terminado.***

Materia Prima	Productos
Madera	Yugos, ruedas, máscaras, muebles, porta llaves, porta vasos, servilleteros y joyeros.
Jarcia	Hamacas, redes, cebaderas, alforjas, carteras, costureros, cinchos y alfombras.
Palma	Cestas, costureros, sombreros, carteras, alfombras y respaldos para sillas.
Textiles	Naguillas, mantas, colchas, cobertores, manteles, alfombras y hamacas.
Arcilla Tradicional	Ollas, cantaros, sartenes, comales, jarrones, tazas, platos y macetas.
Arcilla Artística	Figuras en miniatura, ceniceros, muñecos y pequeños adornos en general.
Metales	Cumas, machetes, herraduras y frenos para caballos.
Mimbre	Sombreros, costureros, paneras y muebles.
Cuero	Carteras, monturas para caballo o de decoración y muebles.
Morro	Lámparas, guacales, cucharas entro otros adornos.
Carey	Peines, peinetas, pulseras y aretes.
Cacho Y Hueso	Adornos para sala y comedor.

Fuente: Entrevistas realizadas al sector artesanal de Chalatenango.

2.1.2 Materia prima de las artesanías.

Para la elaboración de las artesanías, cada una de estas se caracteriza por la utilización de una determinada y principal materia prima, las más destacadas y utilizadas se presentan en la tabla 3.

2.2 PRINCIPALES DEFINICIONES

Para comprender el mercado de las artesanías, es necesario conocer algunos conceptos que son diariamente utilizados en este por los productores artesanos, entre los más destacados tenemos lo que a continuación se detallas y de los cuales se aclara el concepto.

- **Artesanía.** Producto con características distintivas, obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico para realizar objetos con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos, en un proceso de transformación de materias primas.
- **Artesano/a.** Persona que participa en el proceso de producción de artesanías, siempre que la actividad realizada requiera de destreza manual y sentido estético o artístico.
- **Actividad artesanal.** Conjunto de acciones económicas, culturales y sociales realizadas por las personas artesanas, grupos asociados de las mismas o comunidades en torno al diseño, producción, promoción y comercialización de sus artesanías.
- **Sector artesanal.** Segmento de la sociedad dedicado a la actividad artesanal.
- **Taller artesanal.** Lugar o espacio donde la persona artesana realiza parte importante de la actividad artesanal, especialmente la relativa a la creación y producción de sus artesanías.
- **Naif.** Es un tipo de arte caracterizado por ser simple, ingenuo, espontáneo y poco sofisticado: es mayormente utilizado por artistas que no han recibido capacitación formal en una escuela de arte o academia.
- **Copinol.** Palabra derivada del náhuatl, cuahuitl que significa árbol y pinoli que significa harina.
- **Tule.** Derivado del náhuatl tullín, tillín, tollín. Es el nombre genérico de varias especies de plantas de tallo largo, con cuyas fibras se tejen petates y asientos de sillas.
- **Nacascal.** Palabra derivada el náhuatl nacazcololt. Árbol de América Central y Venezuela, cuyo fruto que contiene mucho tanino, se usa para curtir pieles.
- **Telar de Cintura.** Máquina para tejer, construida con madera o metal, en la que se colocan unos hilos paralelos, denominados urdimbres, que deben sujetarse a ambos lados para

tensarlos y mediante un mecanismo, estos hilos son elevados individualmente o en grupos, formando una abertura denominada calada, a través de la cual pasa la trama. (Díaz, 2009)

- **Jarcia.** Conjunto de instrumentos y redes para pescar.
- **Aparejo.** Conjunto de objetos necesarios para hacer ciertas cosas. En pintura, aparejo se refiere a la preparación o imprimación de una superficie para pintarla, barnizarla o dorarla.
- **Porrón.** Vasija de barro de vientre abultado, que se utiliza generalmente como depósito para agua u otros líquidos.
- **Curtiembre.** Hace referencia al lugar donde se realiza el proceso que convierte las pieles de los animales en cuero.
- **Carey.** Materia cornea que se saca en chapas delgadas calentando por debajo de las escamas del carey.
- **Tintura.** Es una sustancia con la que se le da color a un objeto o cosa sobre el que ya tenía.

2.3 GENERALIDADES DE LAS ARTESANÍAS

La elaboración de productos artesanales no es una actividad que haya surgido en el corto o mediano plazo, según datos históricos conocidos de la cultura en general se podría determinar que la actividad artesanal data de tiempos milenarios, un ejemplo de ello podrían ser los diferentes artículos de uso cotidiano creados por los egipcios o los tejidos mayas, así como muchos otros.

Los esfuerzos a favor de la cultura artesanal en El Salvador tienen sus inicios en el año 1940, año en el que el Ministerio de Educación promueve la formación de un Comité Folklórico Nacional, posteriormente diez años después, en 1950 es creada la Comisión Nacional de Artesanías, con el objetivo de brindar educación, asistencia técnica y promoción de los productos

artesanales, sin embargo, dicha comisión logra mínimos resultados debido a la falta de fondos proporcionados. (Brand, 1994).

En el año de 1963, se funda el Instituto Salvadoreño de Fomento Industrial (INSAFI), que tiene por objeto apoyar a la industria, dicho instituto le dio importancia al rubro artesanal, brindando cooperación a los artesanos salvadoreños, asistiéndolos en la creación de nuevos productos artesanales, tales como textiles, cerámicas, alfarería y cestería.

A lo largo de los años fueron muchas las instituciones dedicadas a brindar apoyo a las actividades artesanales desarrolladas en el país, podemos mencionar a dos de dichas instituciones que brindaron un apoyo efectivo con la inserción de planes completos y acertados, estas son: La Empresa Regional Comercializadora De La Artesanía Centroamericana (ERCAC) y El Programa Para El Desarrollo Artesanal (PRODESAR).

En 1990 da inicio El Programa Para El Desarrollo Artesanal, orientado a la capacitación de los artesanos en la financiación y comercialización de los productos artesanales.

Los resultados obtenidos no fueron satisfactorios dado que el sector artesanal pese a los esfuerzos realizados permaneció estático, esto llevo a la desaparición de El Programa Para El Desarrollo Artesanal en 1998, sin embargo, su desaparición no fue total debido a que de éste surge la Cámara Salvadoreña de Artesanos (CASART), que se mantiene en la actualidad brindando apoyo a los artesanos salvadoreños.

Algunos de los problemas a los que se enfrentaron en el pasado, no solo los artesanos, sino también las instituciones creadas para el desarrollo de esta actividad, fueron la poca valoración, interés e importancia que la población les brindaba, a pesar de que esta labor fomentaba la conservación de buena parte de la cultura salvadoreña.

De los factores que influyeron en la involución del mercado artesanal en el pasado, también se pueden mencionar la falta de organización social de los grupos artesanales y las limitaciones para adquirir créditos que les permitieran invertir en sus productos, en la actualidad problemas como estos han sido solucionados, un ejemplo de ello es la asociación de municipios, CAYACUANCA, integrada por artesanos pertenecientes al departamento de Chalatenango.

En el pasado inmediato, no es sino hasta el año 2000 cuando se abre una oportunidad para los artesanos salvadoreños de desarrollar sus actividades de manera progresiva.

Con los fondos que surgen de la privatización de ANTEL; el gobierno salvadoreño impulsa un proyecto de apoyo a los artesanos, denominado CEDART, dicho proyecto es orientado a áreas específicas de El Salvador, entre ellas La Palma, Chalatenango. (Asamblea Legislativa, 2011).

Durante los años siguientes se logró fortalecer el crecimiento y desarrollo de los artesanos, tanto en su capacidad productiva como en la elaboración de productos novedosos y de diferentes diseños, lo que llevo a crear en la población turística satisfacción y confianza en los productos que estaban adquiriendo, así como también se hizo notar el compromiso por parte de los artesanos.

2.4 IMPORTANCIA DEL MERCADO ARTESANAL

El departamento de Chalatenango en la actualidad es conocido por sus pintorescas calles y por los muros representativos que conforman la ciudad, el característico de estos es la pintura abstracta debido a que ésta no solo está pintada en sus artesanías, sino también está plasmada en todas las paredes y lugares del departamento y los municipios que lo integran.

Cada uno de los municipios del departamento de Chalatenango es caracterizado por una obra artesanal que destaca de las demás. (ChalatenangoSV, 2018)

A pesar de que en la actualidad existen procesos automatizados e innovadores que permiten elaborar todo tipo de productos en menor tiempo que el que tomaría hacerlo si se utilizara la mano de obra, la demanda de artesanías sigue presente, desestimando la teoría de que el uso de materiales como madera, semillas, cuero o barro desaparecería.

Entre alguna de las razones por las cuales la demanda de artesanías sigue presente en la actualidad, se debe a la dedicación, precisión e individualidad intrínseca en cada artículo elaborado por los artesanos, así como también, la representación cultural en cada pieza diseñada y elaborada por éstos.

Los productos artesanales no son solo un referente característico de la cultura salvadoreña, son manifestaciones culturales y económicas que han sido transmitidas de generación en generación desde la antigüedad.

El desarrollo del mercado artesanal no solo contribuye al enriquecimiento cultural del país, debido al arte salvadoreño plasmado en cada pieza, sino también a la generación de nuevos empleos en el sector turístico orientado a éste rubro.

El Salvador es conocido internacionalmente por sus artesanías y la cultura autóctona arraigada al país, sin embargo la mayoría de salvadoreños conocen poco o nada de estos elementos, por consiguiente ahora no solo se busca el crecimiento de los talleres artesanales, sino también se busca abrir una brecha que permita dar a conocer a los capitalinos el arte y cultura artesanal.

El surgimiento de la posibilidad de migrar a nuevos mercados, permitirá a los artesanos salir de un mercado hasta ahora limitado territorialmente, suscitando el crecimiento progresivo de una nueva fuente de generación de recursos que le permita al país aumentar el desarrollo social y económico de sus habitantes y a su vez contribuir en el fomento de la cultura autóctona salvadoreña.

2.5 PROCESO DE UN PLAN DE INVERSIÓN

2.5.1 Definición de plan de inversión.

Un plan de inversión es el proceso mediante el cual se elaboran propuestas para la adquisición de activos no corrientes, en concordancia con los planes estratégicos, que será sometida a una rigurosa evaluación junto a otras alternativas, para asignar los recursos necesarios para su ejecución a la opción que garantice la mayor rentabilidad e incremento de valor de la entidad, como parte integral del presupuesto de inversiones a largo plazo. (Gómez, 2014)

Plan de inversión es un conjunto de actividades que se realizan en un lapso específico de tiempo, involucrando todos los recursos humanos, físicos, financieros y tecnológicos, con objeto de obtener un nuevo activo en función de las necesidades, oportunidades, problemas u objetivos estratégicos de la entidad. Éste se caracteriza por ser un evento único, que está integrado por actividades específicas, limitado a un presupuesto y tiene un ciclo de vida con inicio y fin. (Gómez, 2014)

2.5.2 Etapas de un plan de inversión.

a) **Formulación del plan.**

- Identificación de necesidades, problemas, oportunidades, potencialidades y planes gerenciales.
- Generación de ideas de alternativas de planes de inversión en activos no corrientes.
- Justificación y definición de proyectos.
- Elaboración del perfil del plan (inversión inicial, flujos de efectivo futuros, valor terminal y horizonte de la inversión).

b) **Evaluación del plan.**

- Evaluación preliminar. Para cada alternativa se comparan las opciones: implementar el plan versus no implementar el plan.
- Evaluación del plan. Se comparan las alternativas entre sí y se selecciona la mejor; es decir, el que genere mayores beneficios para la entidad.
- Selección de alternativas.
- Implementación del plan.

2.5.3 Clasificación de los planes de inversión.

a) Clasificación de los planes de acuerdo al tipo de activo en el estado de situación financiera:

- **Capital de trabajo:** inversión en activos corrientes para las operaciones de la entidad en el corto plazo (Efectivo, equivalentes de efectivo, instrumentos financieros, inventarios y cartera).

- **Activos fijos:** inversiones en inmuebles, mobiliarios, planta y equipo, empleado para la producción, y/o comercialización de bienes y servicios para ofertarlos o el autoconsumo de la entidad.
 - **Activos intangibles:** inversiones en marcas, patentes, licencias, franquicias, derechos de autor y software, que la entidad explotará para la producción y/o comercialización de bienes y servicios.
 - **Inversiones financieras:** adquisición de títulos valores, negociables a largo plazo con el objetivo de obtener lucro.
 - **Investigación y desarrollo:** inversiones cuya finalidad es descubrir o crear nuevas técnicas o productos, que ayuden a posicionar mejor la entidad en el mercado.
 - **Inversiones sociales:** inversiones en inmuebles, mobiliario, planta y equipo destinadas a la mejora de las condiciones de trabajo, el bienestar de los empleados y la población en general.
- b) Clasificación de los planes de inversión desde la perspectiva estratégica empresarial:
- **Proyecto de modernización:** inversiones cuyo objeto es sustituir un activo obsoleto por uno nuevo que mejore la eficiencia de la entidad; es decir incrementar el número de unidades productivas con respecto al activo obsoleto, disminuir costos de producción (materia prima, mano de obra, carga fabril) y por consiguiente aumentar la rentabilidad.
 - **Proyecto de expansión o diversificación:** inversiones que responden al incremento de la demanda que implican hacer más de lo mismo aumentando los canales de distribución y que posibiliten la oferta de nuevos bienes o servicios, logrando penetrar en mercados no atendidos, satisfaciendo la demanda actual y cubriendo nuevos mercados.

- **Proyectos de renovación o remplazo:** inversiones cuyo objeto es sustituir un activo antiguo por uno nuevo que desarrolle la misma función, atendiendo el principio de negocio en marcha de una entidad.
- **Proyectos ambientales o de seguridad industrial:** inversiones obligatorias que no generan ingresos, derivadas de regulaciones del gobierno, cuyo objeto es la seguridad de los empleados, la comunidad y la conservación del medio ambiente.
- **Planes operacionales:** inversiones destinadas a la infraestructura, tecnologías y espacios para el estacionamiento requerido para el funcionamiento de la entidad.

c) Clasificación de los planes de inversión según el sector que ejecuta el plan:

- **Sector privado:** estas inversiones se captan cuando incrementan los beneficios de las empresas (crean valor) y por lo tanto aumentan el patrimonio de sus accionistas. Se valoran a precio de mercado. Empresas industriales, comerciales, de servicios, financieras, de investigación y desarrollo, entre otras.
- **Sector público:** en este tipo de inversiones se valoran aspectos de carácter socioeconómico, como las economías externas o externalidades (positivas y negativas). Su objetivo es mejorar el bienestar social
- **ONG'S:** inversiones en pro de causas específicas de interés común.

d) Clasificación de los planes de inversión según el grado de interdependencia entre ellos:

- **Complementarios:** cuando la realización de un plan facilita la realización de otros planes.

- **Acoplados o dependientes:** si la realización de un plan exige la realización de otro u otros (un edificio requiere parqueo).
- **Sustitutivos:** la realización de un plan reemplaza otro ya existente.
- **Mutuamente excluyentes o incompatibles:** la aceptación de uno o varios planes que compiten por la asignación de fondos, anula la realización de los planes restantes (Diesel o gasolina, mecánico o automático, Nissan o Toyota).
- **Independientes:** la aceptación de uno o varios planes que compiten por la asignación de fondos, no afecta la realización de otros planes de inversión.

c) Clasificación de los planes de inversión según el horizonte la inversión:

- **A corto plazo:** comprometen a la empresa durante un corto periodo de tiempo, que en general es de menos de 1 año.
- **A largo plazo:** comprometen a la empresa durante un largo periodo de tiempo.

2.5.4 Ciclo de vida de un plan de inversión.

a) Pre inversión

Es la fase del ciclo de vida que consiste en transformar las ideas de planes en estudios técnicos-económicos-financieros- que sirvan de referencia para decidir la ejecución o no de una alternativa de inversión. La pre inversión tiene como finalidad seleccionar los mejores planes para invertir los fondos propios o ajenos que dispone una entidad y consta de tres etapas:

- **Estudio preliminar:** consiste en identificar los problemas, las necesidades, las oportunidades, los planes gerenciales o potencialidades que permiten generar ideas de alternativas de planes de inversión en activos fijos que resuelvan los problemas, satisfagan las necesidades, aprovechen las oportunidades, desarrollen los planes o potencialidades, sus costos y sus beneficios. Algunos autores le denominan “perfil” al estudio preliminar.

- **Estudio de pre factibilidad:** consiste en el análisis técnico incremental de las alternativas de los planes de inversión identificados en el estudio preliminar; que implica la proyección de estados financieros incrementales (es decir, los derivados del plan) versus la proyección de los estados financieros “sin planes” (es decir, previendo lo que sucederá en el horizonte de la evaluación si no se ejecuta el plan). Esta es una etapa de descarte de alternativas de planes, implicando la selección de una alternativa viable desde una perspectiva técnica, mercadológica, legal, gerencial, ambiental y política.

El estudio de pre factibilidad contiene:

- El diagnóstico de la situación actual de la entidad, que implica identificación de problemas, necesidades, oportunidades u objetivos, que derivan en una alternativa de un plan, y el análisis de la oferta y demanda n de los bienes y/o servicios asociados a dicha alternativa.

- La proyección de estados financieros “sin planes”; es decir, los pronósticos de la entidad en caso de no ejecutar el plan, optimizando los recursos disponibles actualmente.

- La determinación de la inversión inicial incremental y los flujos de efectivo del plan, que resultan de la proyección de estados financieros del plan.
 - El área geográfica de influencia del plan y su ubicación espacial, el aprovisionamiento de materias primas y la determinación de los canales de distribución.
 - La distribución de planta del plan.
 - El régimen jurídico vinculado al plan de inversión en materia, laboral, mercantil, tributaria y medioambiental.
 - Estudio de mercado: análisis de demanda (clientes), oferta (proveedores), precios y canales de distribución que ayuden a estimar ingresos y costos.
 - Estudio técnico: Alternativas de activos fijos, insumos, procesos, y otros que ayuden a determinar los costos.
 - El estudio del impacto ambiental del plan y los costos generados por las externalidades consistentes con la ficha ambiental.
 - La evaluación financiera de los planes de inversión.
 - El análisis de sensibilidad del plan de inversión y su evaluación del riesgo.
 - Decisiones a tomar a partir del estudio de pre factibilidad:
 - ✓ Postergar el plan.
 - ✓ Reformular el plan.
 - ✓ Abandonar el plan.
 - ✓ Continuar su estudio a nivel de factibilidad.
- **Estudio de factibilidad:** consiste en profundizar el estudio de la viabilidad técnica, mercadológica, legal, gerencial, ambiental y política desarrollados en la pre factibilidad,

agregando la viabilidad económica; tiene por finalidad optimizar los aspectos relacionados con la obra física, el programa desembolsos de inversión, estudios de carácter financiero y análisis de riesgo. Este estudio contiene:

- Estudio de mercado.
- Estudio técnico.
- Estudio financiero
- Estudio ambiental
- Estudio sociocultural
- Administración y gerencia del plan
- Decisiones a tomar a partir del estudio de factibilidad:
 - ✓ Postergar el plan
 - ✓ Reformular el plan
 - ✓ Abandonar el plan
 - ✓ Ejecutar el plan

A diferencia de las etapas anteriores, la factibilidad recopila y sistematiza fuentes primarias de información.

b) Inversión

Es la fase del ciclo de vida que consiste en implementar o materializar todas las inversiones contempladas en el plan definitivo.

c) Operación

Es la fase del ciclo de vida que consiste en la oferta de bienes y/o servicios derivados de la ejecución de un plan de inversión.

2.6 MARCO LEGAL

2.6.1 Disposición legal que garantiza el apoyo al sector artesanal.

- Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal.

El objeto de ésta ley es fomentar, proteger y desarrollar al sector artesanal, reconociendo como pilar fundamental a la persona dedicada a la producción de artesanías, con énfasis a las personas de origen indígena, y las que con su producción generan identidad y enriquecen el patrimonio cultural y el desarrollo del país.

Los recursos para la implementación de los diferentes programas de promoción y desarrollo del sector artesanal, provendrán de:

- La asignación del Presupuesto General de la Nación, para lo cual el Ministerio de Economía le otorgará a la CONAMYPE la subvención respectiva.
- Del Fondo Especial provenientes de la privatización de ANTEL (FANTEL)
- Donaciones recibidas por instituciones nacionales e internacionales.
- Cualquier otro de carácter legal, dirigido específicamente al desarrollo, fomento y protección del sector artesanal.

2.6.2 Aspectos legales sobre el uso de la madera.

Respecto el marco normativo aplicado a el uso de la madera, en el país se cuenta en este ramo de Derecho Ambiental y Salud, con una Ley Forestal, que según decreto legislativo N° 852 expresa, que es la encargada de establecer disposiciones que permitan el incremento, manejo y aprovechamiento en forma sostenible de los recursos forestales y el desarrollo de la industria maderera.

Otra normativa que se debe de tener en cuenta, en cuanto a materia forestal y utilización de los recursos madereros es la Ley del Medio Ambiente que reglamenta el comportamiento de la tala y la siembra de árboles con el objetivo de la conservación del Medio Ambiente.

2.7 MARCO TÉCNICO

2.7.1 Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para PYMES)

- Sección 13 Inventarios

Esta sección establece los principios para el reconocimiento y medición de los inventarios. Los inventarios son activos mantenidos para la venta en el curso normal de las operaciones; en proceso de producción con vistas a esa venta, o en forma de materiales o suministros para ser consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios.

Una entidad medirá los inventarios al importe menor entre el costo y el precio de venta estimado menos los costos de terminación y venta, una entidad incluirá en el costo de los

inventarios todos los costos de compra, costos de transformación y otros costos incurridos para darles su condición y ubicación actuales.

Los costos de adquisición de los inventarios comprenderán el precio de compra, los aranceles de importación y otros impuestos, los costos de transformación de los inventarios incluirán los costos directamente relacionados con las unidades de producción, tales como la mano de obra directa, de igual manera una entidad distribuirá los costos indirectos fijos de producción entre los costos de transformación sobre la base de la capacidad normal de los medios de producción.

- **Sección 17 Propiedades, Planta y Equipo**

Esta sección se aplicará a la contabilidad de las propiedades planta y equipo, así como a las propiedades de inversión cuyo valor razonable no se pueda medir confiabilidad sin costo o esfuerzo desproporcionado, las propiedades, planta y equipo son activos tangibles que se mantienen para su uso en la producción o suministro de bienes o servicios para arrendarlos a terceros o con propósitos administrativos y se esperan usar durante más de un periodo.

Una entidad añadirá el costo de reemplazar componentes de tales elementos al importe en libros de un elemento de propiedades planta y equipo cuando se incurra en ese costo si se espera que el componente reemplazado vaya a proporcionar beneficios futuros adicionales a la entidad. Una condición para que algunos elementos de propiedad, planta y equipo continúen operando puede ser la realización periódica de inspecciones generales en busca de defectos, una entidad medirá un elemento de propiedades planta y equipo por su costo en el momento del reconocimiento inicial, el costo de un elemento de propiedades planta y equipo será el precio equivalente en efectivo en la fecha de reconocimiento.

CAPÍTULO III- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1 Enfoque de investigación.

El enfoque para el trabajo de estudio utilizado fue el cualitativo debido a que es un proceso deductivo, cada etapa conduce de forma lógica a la que viene, además en éste enfoque se realiza el proceso de recolección de datos para probar hipótesis, así como su respectivo análisis. En el proceso de investigación para la elaboración de un plan de inversión que facilite la exposición y distribución de los productos artesanales del Taller San Ignacio en Centros Comerciales del área Metropolitana de San Salvador, se detallan y explican las partes asociadas a dicho proceso de investigación.

3.1.2 Tipo de investigación.

Los tipos de investigación empleados para la elaboración de un plan de inversión que permita la expansión del mercado artesanal de Taller San Ignacio al área metropolitana de San Salvador, son los siguientes:

- **Exploratoria.** Facilita la obtención de conocimiento general para desarrollar un plan de inversión que permita determinar los costos en los que deberá incurrir el administrador único del Taller San Ignacio de Chalatenango, para exponer y distribuir sus productos artesanales en centros comerciales del área metropolitana de San Salvador. La aplicación de ésta investigación incluye la recopilación de información relacionada con evaluaciones de factibilidad y viabilidad de diferentes factores, tales como: costos producción, ubicación

geográfica de investigación, capacidad productiva del Taller, determinación de productos estrellas, maquinaria, transporte de mercaderías, estudio de mercado, entre otros factores necesarios para llevar a cabo dicho plan de inversión.

- **Descriptiva.** Permite la caracterización de los fenómenos del mercado con el fin de establecer su estructura o comportamiento, además de facilitar la identificación de situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de actividades como la observación. Dentro esta investigación se incluyen tanto la formulación de pronósticos para determinar la ocurrencia de dichos fenómenos, como la realización de estudios sobre el perfil posibles consumidores.
- **Correlacional.** Se caracteriza por el tipo correlacional ya que en ésta se estudia la relación entre el costo de producción y la necesidad para la venta que genere un margen de utilidad, además de hacer uso de cuestionarios que permitan conocer las ventajas y desventajas del sujeto de estudio.
- **Explicativa.** Se llevó a cabo para realizar una investigación puntual sobre la elaboración de un plan de inversión para expandir el mercado de un taller artesanal, ubicado en el municipio de San Ignacio, al área metropolitana de San Salvador, facilitando la comprensión del tema ya que es un fenómeno sobre el cual no hay estudios previos.

3.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL

3.2.1 Espacial.

El estudio se realizó en el Taller San Ignacio ubicado en el municipio de San Ignacio, departamento de Chalatenango, El Salvador.

Dicho estudio se desarrolló con el enfoque a la expansión del mercado artesanal del municipio de la Palma, a fin de que la administración de Taller San Ignacio conozca los costos en los que debe incurrir para la exposición y distribución de sus productos en centros comerciales del área metropolitana de El Salvador.

3.2.2 Temporal.

La investigación se realizó a partir del año 2016 fecha en que el taller logró desarrollar innovación de productos a través del uso eficiente de máquina láser, finalizando el 31 de diciembre de 2018.

3.3 SUJETOS Y OBJETO DE ESTUDIO

3.3.1 Unidades de análisis.

La unidad de análisis considerada en la investigación, la conforma el administrador único del Taller San Ignacio, el cual está ubicado en el municipio de San Ignacio, departamento de Chalatenango.

3.3.2 Población y marco muestral.

La población tomada en consideración para la realización de la investigación está constituida por Taller San Ignacio, cuya actividad económica consiste en la elaboración y comercialización de artesanías.

3.3.3 Variables e indicadores.

– **Variable independiente:**

Plan de inversión que permita determinar los costos para exposición y distribución.

– **Variable dependiente:**

Productos artesanales

– **Indicadores**

Variable dependiente:

- Verificar que el Taller tiene identificados sus objetivos y estrategias para la comercialización de sus productos.
- Conocimiento de los productos estrella.
- Medir a través de instrumentos técnicos nivel de conocimiento y aplicación de costos.

Variable independiente:

- Disponibilidad de la administración para asumir un plan de inversión para la comercialización y distribución de sus productos.
- Factibilidad en la exposición y distribución de los productos.
- Estructura para la estimación de costos.

3.4 TÉCNICAS, MATERIALES E INSTRUMENTOS

3.4.1 Técnicas y procedimientos para la recopilación de la información.

La técnica utilizada en la investigación fue la entrevista, la cual fue circularizada al administrador único, con dicho instrumento obtuvimos información más completa, y profunda, sobre la situación problemática y actual del Taller San Ignacio.

3.4.2 Instrumentos de medición.

El instrumento utilizado en la investigación fue la guía de preguntas, estructurada con interrogaciones abiertas y cerradas que ayudaron a confirmar la problemática, asimismo sirvió de insumo para elaborar el plan de inversión para el Taller San Ignacio.

3.5 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.5.1 Procesamiento de la información.

Para el procesamiento de la información se utilizaron una serie de herramientas informáticas, como Microsoft Word y Excel, que permiten el vaciado de los datos obtenidos durante las entrevistas realizadas al administrador único de Taller San Ignacio, facilitando la transcripción de la información contenida en las grabaciones de dichas entrevistas. Una vez finalizado dicho proceso se realizó una revisión de la información recolectada y se determinó si cumplía con las cualidades requeridas para su posterior análisis.

3.5.2 Análisis de la información.

Posterior a determinarse que la información cumple con los requisitos de calidad y suficiencia, se realizó el respectivo análisis de las respuestas a la entrevista realizada al administrador único de Taller San Ignacio. Con el fin de facilitar el análisis e identificación de la información más relevante dicho análisis se estructura de la siguiente forma: pregunta, respuesta y comentario de la respuesta.

3.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD	AÑO 2018												AÑO 2019										
	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	
Elaboración de Anteproyecto	■	■	■	■																			
Capítulo I-Planteamiento del Problema																							
Planteamiento del problema	■	■																					
Delimitación del problema		■	■																				
Justificación de la investigación			■	■																			
Objetivos de la investigación				■																			
Capítulo II-Marco Teórico																							
Marco teórico, conceptual, técnico y legal				■	■																		
Capítulo III-Metodología de Investigación																							
Investigación de campo						■	■	■															
Recolección de información							■	■															
Análisis de entrevistas								■	■														
Presentación y análisis de resultados									■	■													
Diagnostico										■	■												
Capítulo IV-Propuesta																							
Elaboración de propuesta												■	■	■	■								
Entrega de propuesta																■							
Verificación de propuesta																	■						
Entrega de propuesta final																		■	■				
Elaboración de conclusiones																			■				
Recomendaciones																					■		
Defensa de Trabajo de Graduación																						■	

3.7 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

3.7.1 Tabulación y análisis de resultados.

NÚMERO	PREGUNTA	RESPUESTA	COMENTARIO
1	¿Están constituidos legalmente?	Sí	El comerciante se constituyó legalmente en el año 2000 debido a la creciente demanda que presentaban sus productos artesanales.
2	¿Bajo qué tipo de sociedad están constituidos?	Persona natural	Dado que el negocio es familiar y tiene como único administrador a su propietario Guillermo Reyes éste se inscribió como persona natural, a su vez posee libros de compra y venta y realiza las declaraciones mensuales de pago a cuenta correspondiente a ingresos y retenciones efectuadas a sus empleados.
3	¿Cuál es su nombre comercial?	José Guillermo Reyes, Artesanías San Ignacio	El nombre bajo el que está inscrito el taller es José Guillermo Reyes, en cuanto al nombre comercial del Taller es Taller San Ignacio, reconocido como tal en la localidad.
4	¿Reciben apoyo de algún tipo de organización?	Sí, de CDMYPE Cayaguanca y FONDOS FANTEL	
5	¿Qué tipo de apoyo reciben de dicha organización?	Acompañamiento técnico empresarial y el apoyo ochenta/veinte.	El apoyo técnico brindado se orienta en el sentido de capacitaciones, asesoramiento en materia de información relevante en el mercado de las artesanías y capacitaciones en mejoras e innovaciones en los productos. El apoyo ochenta/veinte consistía en el apoyo del ochenta por ciento de los costos incurridos en nuevas inversiones, donde el veinte por ciento restante era atribuido al comerciante.
6	¿Con cuántos empleados cuenta Taller San Ignacio?	El taller cuenta con 12 empleados.	De los doce empleados con los que cuenta Taller San Ignacio, siete de ellos se encuentra trabajando en modalidad de empleados fijos, cuatro en modalidad de eventuales y cuenta además con la participación de su administrador único.

7	¿En qué áreas está dividido el proceso de elaboración de artesanías?	Carpintería, decoración, tintado, dibujo, sellado y barniz, pintura, pulido y empaque.	En el área de carpintería participan solamente dos empleados, el proceso de decoración participan los siete empleados, el proceso de tintado está a cargo de un solo empleado al igual que los procesos de dibujo y pulido, el proceso de sellado, barniz y empaque es asignado a dos empleados y la pintura está a cargo de tres pintores.
8	¿Cuántos empleados participan en cada área?	Un promedio de 3 empleados	Dejando fuera el área de carpintería, en los procesos de pintura se estima la participación de tres empleados para dicha área, en las demás se involucran dos empleados que son alternados en las tareas.
9	¿Qué tipo de artesanías venden?	Utilitarias y decorativas en madera con detalles propios y a solicitud del cliente y en base a la temporada del año.	El empresario produce artesanías con un distintivo personalizado y un decorado y acabado que lo hacen único. Los productos artesanales son destinados a áreas en el hogar como la cocina, el baño, la sala, siendo algunas de estos no solamente decorativas sino también utilitarias; además produce artesanías destinadas a áreas de trabajo como la oficina.
10	¿Cuáles son las artesanías de mayor demanda?	Todo depende de la temporada del año, pero actualmente los portavasos, calendarios, cofres medianos, cajas de té y joyeros pitufos son de las artesanías más vendidas ya que siempre se mantiene en la producción el toque tradicional en madera con detalles culturales.	Dado que la forma de trabajo principalmente es por medio de pedidos, en estaciones del año tanto como 14 de febrero día de los enamorados, semana santa, fiestas agostinas y fin de año, entre otras fechas los clientes a los cuales se les provee las artesanías solicitan productos referentes a estas estaciones o fiestas. No obstante, se les proveen en la medida que lo soliciten durante el transcurso del año.

11	¿Bajo qué modalidad realizan sus ventas?	Pedido.	Esta modalidad, la de pedidos, es la forma particular de trabajo del empresario quien realiza dichos pedidos con detalles propios o a solicitud del cliente. Estos pedidos se realizan en función de la necesidad del cliente.
12	¿Poseen un local para mostrar y vender sus artesanías?	Solo dentro de la planta que es la bodega al mismo tiempo.	Dado que es un negocio de tipo familiar, dentro de las mismas instalaciones se encuentran las diversas áreas de trabajo, así como una mini bodega o stock de producto de las diferentes artesanías. Se mantiene cierta cantidad de éstas en los estantes y en el momento que un cliente solicita dichos productos, se toman de los estantes y si estos no son suficientes se produce la cantidad restante al pedido y además otra parte que servirá para mantener en el stock de las mercaderías.
13	¿En qué parte del país venden mayormente sus artesanías?	En san salvador.	Se distribuyen en diversas partes del país en lugares como Suchitoto, Nahuizalco, La Palma, en La Unión, y otros lugares, pero principalmente los clientes de la Ciudad de San Salvador demandan las artesanías.
14	¿Qué materiales utilizan para la elaboración de las artesanías?	Madera, pintura, barniz, pegamento, plywood, tachuelas, pinceles, brochas.	La materia prima constituye uno de los principales elementos para la producción de artesanías, de esta forma, la madera es la materia clave que constituye la base para la elaboración de los diversos productos artesanales. Los productos tienen normalmente un sesenta por ciento de plywood y cuarenta por ciento de madera local (normalmente pino).
15	¿Cómo determinan el precio de las artesanías?	Costo totales unitarios más costos fijos más margen de utilidad deseada.	Luego de cuantificar todos los costos y gastos asociados a los productos, es necesario establecer un precio, de esta manera el empresario Guillermo Reyes lo establece sumando a dichos costos y gastos un margen de utilidad deseado entre el treinta y el cuarenta por ciento para productos similares en el mercado y un cincuenta por ciento para productos que no comercializa la competencia.

16	¿Llevan registros contables dentro de la empresa?	Sí	El taller no lleva contabilidad formal pero si un control de operaciones de compra y venta las cuales sirven de base para la elaboración de la declaración de Impuesto a la Tránsito de Bienes y a la prestación de servicios, así como también para la declaración de anticipo a cuenta e impuesto retenido.
17	¿Qué tipo de registros contables utilizan?	Solo de compras y ventas.	La entidad posee Libros de IVA que son los libros de ventas a contribuyentes, ventas a consumidores finales y libro de compras.
18	¿Emiten algún tipo de comprobante de pago (factura, comprobante de crédito fiscal, tickets)? Mencione cuáles	Sí, Factura y Comprobante de Crédito Fiscal.	La mayoría de los clientes de Taller San Ignacio compran al por mayor, por lo cual solicitan factura y comprobantes de crédito fiscal que respalde sus compras, ésta es una de las razones por las cuales Don Guillermo decidió constituirse legalmente como persona natural.
19	¿Cómo determinan los costos de sus productos?	Costo unitario total más costos fijos.	El administrador único del taller posee un cuaderno en el cual detalla los costos unitarios de cada uno de sus productos.
20	¿Tienen previsto realizar proyectos de inversión?	Sí, pero son planes que pretendo realizar a futuro	El administrador único del Taller tiene deseos de crecer ya que su producto cuenta con una gran aceptación y potencial, sus clientes son muy variados ya que van desde negocios de floristerías hasta negocios hoteleros.
21	¿Qué tipo de proyectos de inversión pretenden realizar?	Quiero mover todos los productos a otro local para traer a mis clientes y se sientan más cómodos.	El espacio que Don Guillermo necesita es una sala de venta que esté ubicada en una zona estratégica y permita que sus clientes tengan fácil acceso a ella, además de permitirle incursionar en otros segmentos de mercado.
22	¿Cuáles son las inversiones más significativas que han realizado?	La compra de una impresora en madera	Para la adquisición de dicha maquinaria, Taller San Ignacio participó en un concurso en el cual otorgaban financiamiento al proyecto ganador, con el dinero de dicho premio se adquirió la impresora láser.

23	¿Qué tipo de maquinaria utilizan para la elaboración de las artesanías?	Impresora en madera, regruesadora, taladros de mesa, compresor, sierra de bancos	Taller San Ignacio cuenta con toda la maquinaria necesaria para la producción de artesanías, las cuales son utilizadas por carpinteros que poseen años de experiencia.
24	¿La maquinaria que poseen es propia?	Sí	El administrador único de Taller San Ignacio posee buen crédito con las instituciones financieras, por lo que ha podido adquirir toda su maquinaria con ayuda de éstas instituciones.
25	¿Qué tipo de herramientas utilizan para la elaboración de las artesanías?	Brochas, pinceles, martillos, escuadras, reglas, crochetas, ganchos, ganchos, lesna.	El taller cuenta con una gran variedad de herramientas, con las cuales los artesanos alcanzan los finos acabados que caracterizan las artesanías San Ignacio.

3.7.2 Diagnóstico.

La centralización con respecto a la venta y elaboración de los productos artesanales en municipios y lugares turísticos de El Salvador ha impedido que los productores de los mismos puedan dar a conocer sus artesanías en el mercado capitalino, es decir que la comercialización de estos productos se desarrolla en una área específica.

Dicha centralización reduce el mercado de artesanías del Taller San Ignacio, desaprovechando el nicho de mercado que constituye el área capitalina de San Salvador ya que se encuentra fuera de las áreas de comercialización predeterminadas por costumbre, cuando a productos artesanales se refiere. A demás de ello el taller no cuenta con una sala de ventas que le permita exponer sus productos y atender formalmente a posibles intermediarios y clientes.

Ya que el Taller no cuenta actualmente con una sala de ventas, este comercializa sus productos desde casa. Lo anterior podría traducirse a una posible y significativa reducción en las ventas de los productos artesanales del Taller, esto debido a que el mercado es cambiante, dinámico y se encuentra en constante evolución. Frente a esta realidad es necesario plantearse nuevos escenarios que permitan continuar en el mercado.

Es por ello que se plantea el establecimiento de una sala de ventas en un centro comercial del área metropolitana de San Salvador, ya que esto permitiría al Taller exponer sus productos en un ambiente y entorno fuera del área ya establecida por costumbre, lo que a su vez también permitirá llegar a un mayor número de posibles clientes.

CAPÍTULO IV- PLAN DE INVERSIÓN PARA LA EXPOSICIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS ARTESANALES DEL TALLER SAN IGNACIO

4.1 PLANTEAMIENTO DEL CASO

Taller San Ignacio es una entidad cuya actividad económica consiste en la elaboración y comercialización de productos artesanales, ésta se desarrolla en gran medida en el municipio de San Ignacio, departamento de Chalatenango. La calidad, innovación y la originalidad intrínseca en cada uno de sus productos ha suscitado un crecimiento exponencial en la demanda, gestando a su vez oportunidades y posibles negocios que implican la expansión del Taller fuera de la localidad.

Dicha proyecto plantea la necesidad de infraestructura, ya que no cuenta con una sala de ventas destinada exclusivamente para la exposición y comercialización de sus productos artesanales, así mismo se requiere de la adquisición de muebles, maquinaria, equipo, entre otros, para aumentar la producción de dichas artesanías.

Sin embargo, antes de poner en marcha la expansión es necesario diseñar e implementar un plan de inversión, acorde a las necesidades y características de la entidad, que permita determinar la viabilidad del proyecto.

Así mismo para conocer el monto de la inversión que requiere el proyecto del Taller San Ignacio, es necesario establecer una estructura de costos, cuya entidad no posee, para determinar los costos unitarios de producción y el control de las operaciones efectuadas. El conocimiento de

estos costos permitirá desarrollar e implementar una estructura de información de costos que se encuentre acorde a las necesidades y características de la entidad.

Una vez identificadas las necesidades del Taller San Ignacio, se propone diseñar e implementar un plan de inversión que estará constituido por un estudio preliminar, el cual formara parte de la descripción del plan y por un estudio de factibilidad que formara parte de la evaluación del plan.

Mediante el estudio preliminar se realizara en primera instancia la identificación de necesidades, problemas, oportunidades y potencialidades, para generar las respectivas alternativas de inversión en función de la operatividad del taller y finalmente culminar con la justificación y formulación del plan, las cuales determinaremos como resultado de las visitas realizadas al taller, así como también mediante las entrevistas efectuadas al administrador único del taller y al representante de CAYAGUANCA.

La evaluación del plan constará de un estudio de factibilidad, el cual estará segmentado en estudio de mercado, técnico y financiero, los cuales servirán para orientar la toma de decisiones con base en información obtenida de estos, tomando en cuenta los recursos con los que se cuentan para la realización del plan de inversión.

En cuanto a las fases de inversión y operación, la entidad decidirá la aplicación de dicho plan, que al aplicarse se tendrá que verificar su operación, o la ejecución del mismo.

4.2 ESTRUCTURA DEL PLAN DE SOLUCIÓN

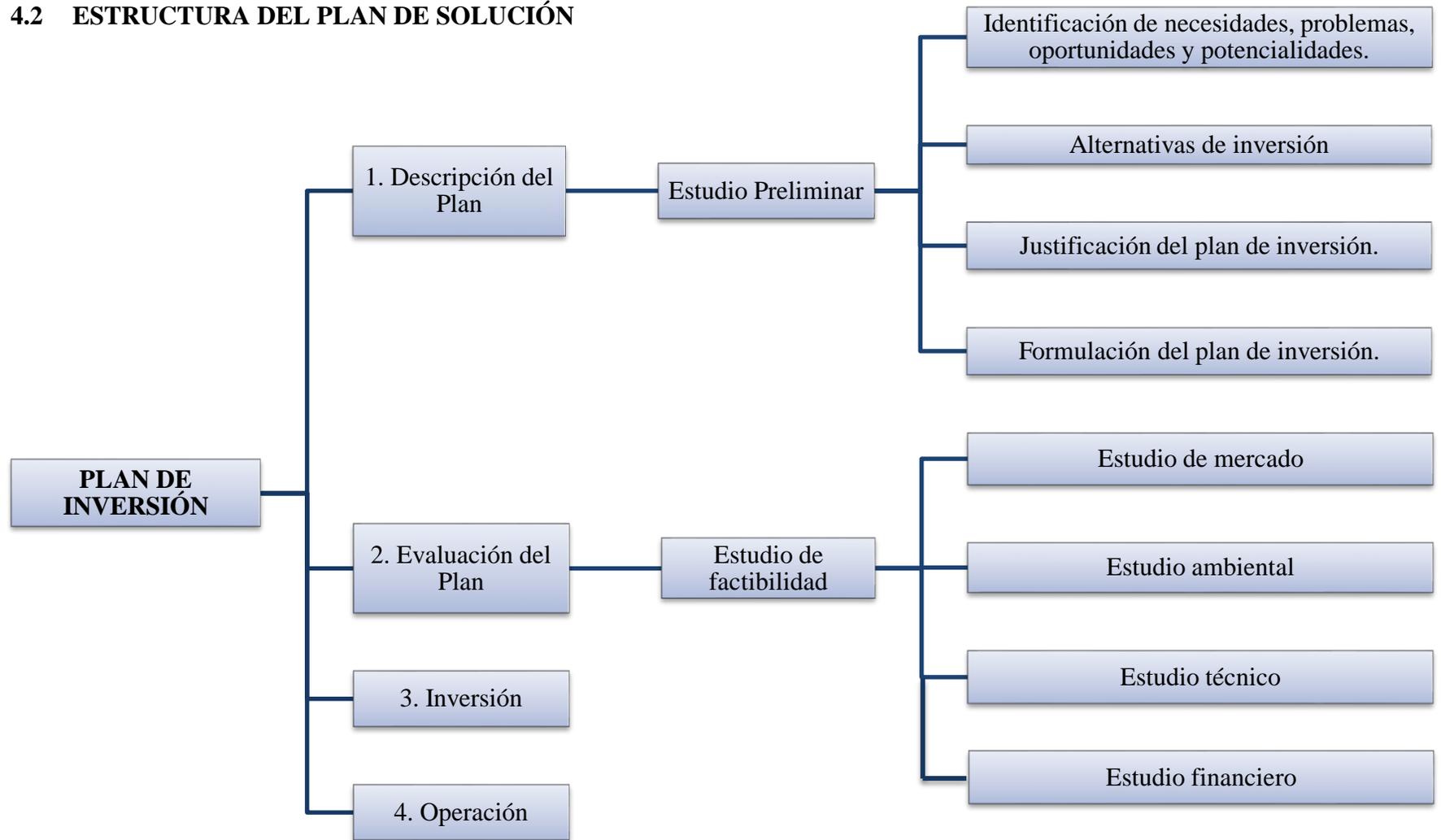


Figura 1. Estructura del plan de solución. Elaboración propia

4.3 BENEFICIOS Y LIMITANTES

4.3.1 Beneficios.

- Será posible identificar la viabilidad de la inversión que se planea realizar.
- Podrán identificarse los riesgos inherentes a la inversión y con ello se podrán establecer medidas para minimizar los riesgos.
- Podrá definirse un plan estratégico para la realización de la inversión en tiempo y forma.

4.3.2 Limitantes.

La información obtenida por parte del Taller es la base para la elaboración de las proyecciones del proyecto, es decir que, cualquier cambio o tiempo, modificaría las cifras financieras.

El proyecto tendrá validez en el periodo de tiempo en el que se realice con la información obtenida, dado que puede haber cambios en las cifras.

La realización de la inversión, queda a discreción del dueño del Taller.

4.4 DESARROLLO DE CASO PRÁCTICO

4.4.1 Descripción del plan de inversión.

Estudio preliminar

a) Identificación de necesidades, problemas, oportunidades y potencialidades.

Taller San Ignacio es un negocio familiar cuya actividad económica es la producción y comercialización de productos artesanales, ésta se desarrolla desde su domicilio en el municipio de San Ignacio, en el cual los clientes pueden apreciar las muestras de las diversas artesanías y realizar sus pedidos en base a las muestras o con detalles personalizados; sin embargo, ésta forma de trabajo presenta una serie de inconvenientes ya que en ciertas actividades la falta de una sala de ventas puede dar a clientes, proveedores y otros contactos una imagen poco profesional.

Dada la ubicación del Taller el acceso al domicilio plantea un reto para los clientes ya que éstos deben programar previamente una cita, puesto que se requiere de un tiempo considerable para desplazarse hasta el lugar, además de conocer muy bien la zona para no extraviarse y poseer los suficientes recursos económicos para costear el viaje.

Por su calidad, innovación, utilidad y originalidad las artesanías de Taller San Ignacio han aumentado su popularidad en los últimos años, por lo que tienen el potencial para incursionar en nuevos mercados e incrementar su demanda, para ello es necesario la expansión del negocio fuera de la localidad.

El Taller posee la capacidad potencial de producir una mayor diversidad y cantidad de artículos artesanales, gracias a la adquisición de una impresora láser en madera, esto plantea una

ventaja competitiva sobre los demás comerciantes de artesanías ya que el Taller San Ignacio es el único establecimiento con dicha tecnología que permite aumentar la calidad en los productos.

b) Alternativas de inversión.

Establecimiento de una sala de ventas, para la exposición y distribución de los productos artesanales del Taller San Ignacio, en uno de los siguientes Centros Comerciales del área metropolitana de San Salvador:

- Metrocentro
- Galerías Escalón
- Multiplaza

c) Justificación del plan de inversión.

- Falta de un establecimiento exclusivo para la exposición y venta de las artesanías.
- Acceso limitado al domicilio donde se comercializan las artesanías.
- Pocas oportunidades de crecimiento.
- Desaprovechamiento de la ventaja competitiva.

d) Formulación del plan de inversión.

Exponer y distribuir los productos artesanales de Taller San Ignacio a través de una sala de ventas de fácil acceso que permita generar nuevas oportunidades de crecimiento y el aprovechamiento de su ventaja competitiva.

4.4.2 Evaluación del plan de inversión.

Estudio de factibilidad

a) Estudio de mercado.

– Objetivos:

- Evaluar y determinar las condiciones que presenta el mercado para la introducción de los productos artesanales, a través de la realización de un estudio de campo en los principales centros comerciales de la capital, así como también elaborar una pequeña encuesta que determine el conocimiento de los clientes potenciales con respecto a los productos artesanales en la ciudad capital.
- Conocer el perfil de los compradores potenciales y el mercado meta sobre el cual se ha enfocado el producto, a través de la elaboración de una encuesta que incluirá preguntas específicamente orientadas a indagar sobre el conocimiento de los clientes en cuanto a los productos artesanales, sus preferencias sobre dichos productos y que tan factible es que estos los compren.
- Determinar los factores que influyan significativamente en el comportamiento de la oferta y la demanda, evaluando factores tales como precio, localidad, calidad de los productos y las preferencias de los clientes.
- Conocer el desarrollo actual de la oferta en el mercado, a través de un estudio de campo que permita conocer la demanda de los productos artesanales en los centros comerciales de la ciudad capital.

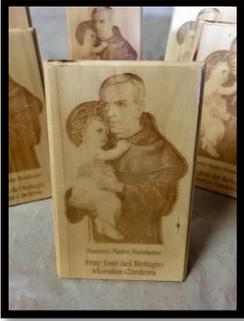
– **Descripción del producto.**

El departamento de Chalatenango, El Salvador, es reconocido a nivel nacional por sus características artesanías producidas a lo largo de sus municipios, de los cuales forma parte San Ignacio, reconocido por la elaboración de artesanías en madera y la pintura naif que es un distintivo intrínseco de todos los productos artesanales originarios de esta localidad.

Taller San Ignacio produce diversidad de artesanías que se pueden clasificar como decorativas y utilitarias, las figuras decorativas van desde pequeños adornos para salas, cocinas, hasta decorados de jardín, todos estos elaborados en madera; las figuras utilitarias no solo proporcionan una decoración cultural característica de las artesanías salvadoreñas, sino también nos permite utilizarlas en diversas formas, éstas van desde pequeños servilleteros, llaveros, porta vasos, hasta agendas personalizadas al gusto del cliente y nuevamente todos y cada uno de estos artículos está elaborado en madera.

Tabla 4.

Productos del Taller San Ignacio.

Producto	Nombre	Descripción
	Joyerero Pitufo Hexagonal – Flores	Este producto pertenece a la categoría de Artesanías Utilitarias, es elaborado en madera con acabados en flor con pintura acrílica.
	Llavero Personalizado	Este llavero está elaborado en madera y posee la característica que puede ser impreso con las especificaciones requeridas por los compradores.
	Porta Vasos – Flores	Este producto está elaborado en madera y corcho con acabados en flor con pinturas látex.
	Recuerdos Impresos En Madera.	Producto elabora principalmente en madera, el cual puede ser personalizado a gusto del cliente.

Producto	Nombre	Descripción
	Agenda Pequeña – Flores	Este producto de categoría utilitaria está elaborado a base de madera y papel dada su utilidad, tiene acabados en flor elaboradas con pintura acrílica.
	Juego de Comedor (Decorativo) – Flores	Producto de categoría decorativa elaborado en madera, acabados en pintura acrílica con el estilo palmeño característico de la zona.
	Porta Retratos Pequeño – Luciado	Artesanía de característica utilitaria elaborado en madera y terminaciones en pintura látex.
	Servilletero #1 Calado "Luciado".	Producto elaborado en madera con acabados en pintura con la técnica naif.
	Calendario Luciado	Producto utilitario elaborado en madera y acabado en pintura acrílica con la técnica naif.

Producto	Nombre	Descripción
	Joyero Clásico Luciado	Producto utilitario elaborado en madera y acabado en pintura acrílica con la técnica naif.
	Caja de Té Sencilla "Flores".	Producto utilitario elaborado en madera y acabado en pintura acrílica con la técnica naif.
	Gavetero "Luciado".	Producto utilitario elaborado en madera y acabado en pintura acrílica con la técnica naif.
	Domino – Luciado	Producto de característica decorativa y utilitaria elaborada en madera y acabada en pintura acrílica con la técnica naif.
	Tabla de cortar – Cocina	Producto decorativo con diferentes frases, decoración de cocina.

Fuente: Entrevista realizada a .Guillermo Reyes (Administrador único de Taller San Ignacio).

– **Segmentación del mercado.**

Se planea trasladar los productos artesanales hasta una sala de ventas ubicada en un centro comercial de la ciudad capital, dicho lugar supone una acertada exhibición de los productos.

– **Mercado meta.**

Ya que la comercialización de las artesanías tiene su auge en uno de los catorce departamentos de El Salvador, específicamente el departamento de Chalatenango ubicado en la zona central del país a una distancia de 89.4km de la ciudad capital; la meta es introducir dichas artesanías en el área metropolitana de San Salvador, a través del establecimiento de una sala de ventas en un centro comercial de dicha área y de ésta forma aprovechar la falta de proveedores de artesanías en el área.

– **Consumidor final.**

Los consumidores de los productos artesanales estarán constituidos principalmente por los visitantes del centro comercial en el que se planea establecer la sala de ventas, siendo éstos jóvenes y adultos sin distinción de género o nacionalidad, dado que los productos artesanales suelen ser atractivos para los turistas o salvadoreños radicados fuera del país.

– **Análisis de la demanda**

En este análisis se busca definir y medir el auge que influye en la demanda de las artesanías fuera del departamento de Chalatenango y su posterior traslado a la zona capitalina de El Salvador.

Cabe mencionar que el tipo de demanda que se está analizando corresponde a la de bienes no necesarios o de gustos, lo anterior se refiere a que el tipo de artesanías que se posicionaran en el mercado capitalino corresponden a productos de consumo suntuario dado que con la compra de este se pretende satisfacer un gusto y no una necesidad.

En base a estudios de campo realizados en el sector capitalino, se conoce que los puntos de venta de productos artesanales son casi nulos, puesto que se visitaron cuatro centros comerciales de los cuales solamente en dos de ellos se encontró una sala de ventas de productos artesanales por cada uno.

– **Comportamiento histórico de la demanda**

San Ignacio, municipio perteneciente al departamento de Chalatenango, no fue indiferente al surgimiento de un nuevo arte que no solo sería trascendental para el departamento sino también para todos sus habitantes puesto que este nuevo arte generaría nuevas y potenciales fuentes de empleo para los pobladores de Chalatenango y de sus municipios.

Fue el artista salvadoreño Fernando Llorca quien a principio de los años 70 y a su regreso al país después de realizar estudios fuera de éste, promueve el nacimiento del nuevo arte que con el pasar de los años se convertirá en el arte característico de los productos artesanales de Chalatenango y cada uno de sus municipios.

Llorca instruyó a los chalatecos en la elaboración de artesanías con un tipo de pintura original y característica de su persona, es de esta forma como el crecimiento de la elaboración de éstas se hace notar puesto que se crea una cooperativa para la producción de artesanías en la cual los artesanos chalatecos se especializaron en determinadas áreas para la producción y elaboración de dichos productos.

De ésta forma las artesanías del departamento de Chalatenango empezaron a experimentar un exponencial incremento, dado que fueron del gusto de sectores clave para su promoción tales como algunos sacerdotes que adquiriendo artesanías las promovieron entre los feligreses de la iglesia católica, así también el sector comercial, el cual contrato a Llorca para elaborar diseños en sus productos.

A la fecha el municipio de Chalatenango es considerado la capital artística del país gracias a la gran producción y demanda de sus productos artesanales, originales y característicos del lugar.

– **Análisis de la oferta**

La investigación se enfoca en los centros comerciales ubicados en el área metropolitana de San Salvador, ya que en ésta se encuentran pocos establecimientos dedicados a la venta de artesanías, éstos fueron objeto de observación para determinar la afluencia de personas en distintos momentos del día, competencia, productos más demandados, impulsos y motivaciones de compra.

Regularmente en un taller se produce 15 piezas o figuras a la semana por un artesano, Taller San Ignacio cuenta con trece artesanos trabajando, así que la cantidad de piezas por mes se estiman en 780.

Los datos obtenidos en las entrevistas indican que en el rubro de artesanías las figuras pequeñas son las de mayor venta, tales figuras se producen en un estimado de 780 piezas al mes, de las cuales se venden todo el lote. Por lo regular se tienen piezas de muestra y cuando un cliente se interesa por éstas se hace el pedido una semana antes, generalmente se venden por docena.

Generalmente los clientes llevan grandes cantidades para fiestas o para eventos especiales y los intermediarios, quienes son los que adquieren una mayor cantidad de productos y son los que se encargan de distribuir a diversos lugares dentro y fuera de El Salvador. La estimación de la oferta es de 9,360 piezas al año, esto en base a la producción mensual estimada, vendidas a un mercado nacional.

– **Análisis del precio.**

El precio de una artesanía, en general se define por la mano de obra más que por el material del que están hechas las piezas. Las figuras por lo regular se realizan en cantidades entre una a dos docenas del mismo diseño, si esta figura en particular presenta una gran aceptación por el cliente y éste se muestra satisfecho con ello, el artesano se especializa en ese tipo de figura y realiza de ella cuantas piezas se necesiten en el mercado.

El precio del producto se decide en cuanto el artesano hace un ajuste entre el trabajo aplicado a la figura, la cantidad de material invertido en la misma y el tiempo que implica todo el proceso de elaboración, incluyendo una valoración de los gastos que se realizaron en relación al uso de la maquinaria y otros elementos del proceso de producción. Esta valoración no tiene una estructura completamente definida, ya que como se observó en la sección de descripción del producto no se tiene una valoración entre tamaños y cortes específicos, si no que se trata de una percepción empírica al momento del cálculo del precio.

El precio de una artesanía se integra a partir de tres aspectos: la utilidad, los costos de producción y el costo de la mano de obra. En los locales de venta de artesanías visitados, los precios de las piezas pequeñas varían entre \$5.00 y \$10.00. En tanto el tamaño se va incrementando, al igual que las piezas van requiriendo mayor detalle y creatividad, la proporción

que existe entre estos tres aspectos se va tornando con una mayor importancia en la mano de obra y la utilidad, sin embargo, Taller San Ignacio no cuenta con un estudio pertinente en el cálculo del precio de las artesanías. Esto se observó al momento de realizar preguntas sobre los costos de producción del taller.

– **Comercialización.**

Los aspectos que se analizarán en este apartado son el análisis y determinación de los canales de distribución apropiados para éste plan y propuestas respecto a estrategias de comercialización para las artesanías de Taller San Ignacio.

– **Canales de distribución.**

De acuerdo a la información obtenida, Taller San Ignacio emplea dos tipos de canales de distribución: uno que es directo (de taller a consumidor final), en el cual el propietario de Taller San Ignacio negocia sus productos directamente con sus clientes y otro indirecto (de taller a intermediarios que distribuyen las piezas a otros lugares o puntos de venta), en el cual Taller San Ignacio vende sus productos a clientes que revenden sus productos en diferentes partes del país y en el extranjero. Ya que el taller es pequeño y del tipo familiar, no tiene grandes esfuerzos en cuanto a su promoción, la mayor parte de ésta se realiza por medio de los intermediarios y a través de organizaciones de artesanos a niveles estatal y nacional, donde se participa en eventos como ferias de exposición donde se realizan contactos para distribuir las piezas a nivel nacional.

El mercado artesanal está dividido ahora en tres grupos: los artesanos como productores de las artesanías, lo intermediarios que hacen llegar los productos al consumidor final, y que además transmiten los gustos y preferencias del mismo al artesano; y por último los promotores, que pueden ser del sector privado como del público.

– Estrategias de comercialización

De acuerdo al análisis de la oferta y demanda las estrategias de comercialización se concentrarán en la exposición de una amplia gama de artesanías en un local que fungirá de sala de ventas, el cual está ubicado en una zona estratégica respecto al acceso y afluencia de clientes, además del empleo de hojas impresas, volante o folletos con información de los productos artesanales y la ubicación de la tienda para atraer la atención de clientes potenciales.

Hacer uso de redes sociales para publicitar las artesanías e interactuar con los clientes para que conozcan y realicen preguntas de interés con relación a los productos.

b) Estudio ambiental.

- Objetivo

Reconocer la sustentabilidad ambiental como parte de la actividad económica para la producción y distribución de productos artesanales.

- Producción artesanal sustentable

¿Qué significa sustentabilidad?, éste es el concepto amplio que en las últimas décadas ha alcanzado gran relevancia y se ha incorporado extensivamente en programas de desarrollo, gubernamentales y organizaciones independientes de desarrollo, tanto nacionales como internacionales, que ejercen influencia a nivel local.

Actualmente existe una gran variedad de definiciones, pero una importante mayoría define la sustentabilidad como la forma en que la generación presente satisface sus necesidades sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias.

Sustentabilidad se relaciona principalmente con el término desarrollo, y, por lo tanto, es muy común hablar desarrollo sustentable. Así, entonces, su viabilidad a largo plazo depende de la equilibrada interacción entre los siguiente tres aspectos o dimensiones principales: la socioeconómica, la política-institucional y la ecología.

El proponer formas sustentables de manejo de recursos de uso artesanal, no solo garantizaría la permanencia de las poblaciones de las especies utilizadas sino que puede conformarse como un incentivo para cuidar y proteger áreas naturales importantes y constituir el mecanismo para asegurar la continuidad y transmisión del conocimiento local sobre el uso y manejo de estas especies y sobre la manufactura de las piezas artesanales. Aparte de contribuir, entre poblaciones rurales y urbanas, en la promoción de un consumo más consiente de productos menos contaminantes que los industriales.

- Instrumentos de sustentabilidad en el sector artesanal.

Hasta el momento, la sustentabilidad en el sector artesanal, se entiende como el manejo adecuado y responsable de los recursos naturales empleados para la producción de una pieza artesanal.

Es importante comprender, que la sustentabilidad en el sector artesanal no se queda solamente en el uso responsable de los recursos sino que también busca un mercado constante que sea capaz de fortalecer las tradiciones, técnicas y usos, y busque además la innovación responsable que satisfaga las exigencias del mercado nacional e internacional.

- Aspectos a considerar para la promoción de una producción artesanal sustentable:

En el ámbito mundial el concepto de desarrollo sustentable se ha incorporado en los programas de desarrollo social y económico así como de manejo y protección de recursos

naturales, al menos en los objetivos, pues en la práctica ha sido difícil de lograr. La condición más importante, es lograr el desarrollo armónico entre los diferentes aspectos que involucra el desarrollo sustentable: económico, ecológico y social.

Por tanto, cualquier iniciativa, cualquier tipo de invención que busque mejorar la calidad de vida de los artesanos y lograr el manejo sustentable de los recursos empleados como materia prima, debe de partir con un acercamiento y reconocimiento del contexto amplio en la producción artesanal que se lleva a cabo. Con este fin se recomienda considerar los siguientes aspectos:

1. Tomar en cuenta el contexto:

Una de las primeras lecciones que se debe de aprender del trabajo y manejo de los recursos naturales es la importancia de mantener una visión amplia sobre el contexto social y económico y sobre el conjunto de los recursos naturales, aun cuando el trabajo asignada se enfoque en una sola especie, o bien, en una solo actividad económica.

2. Fortalecer la tradición campesina e indígena de diversificación de actividades.

Una de las características productivas más importantes en las zonas rurales de nuestro país salvadoreño, sobre todo en las indígenas, la constituyen las estrategias productivas diversificadas, lo cual se refiere a la práctica de diversas actividades económicas y de subsistencia que en su conjunto, garanticen la supervivencia de las familias rurales, a diferencia de la especialización en un sola actividad.

La producción artesanal muchas veces requiere de esta especialización; sin embargo, hasta donde sea posible, ésta debe de combinarse con otras actividades económicas que permitan sobrellevar cambios en los mercados, a los cuales están sujetos todos los artesanos.

3. Incorporar el conocimiento tradicional.

El manejo de los recursos naturales, incluyendo los de uso artesanal forma parte del conocimiento de las poblaciones rurales, en especial las indígenas, han generado sobre su entorno a lo largo de mucho tiempo. Este acontecimiento se basa en la observación minuciosa del funcionamiento de los ecosistemas y en la constante adaptación a las variadas y cambiantes condiciones naturales. Así mismo, en la mayoría de los casos, el conocimiento aplicado en la transformación de la materia prima y manufactura de piezas artesanales forma parte de la larga experiencia tecnológica desarrollada por los pueblos artesanos.

Los conocimientos locales deben de ser valorados e integrados, sobre todo cuando se pretende proponer cambios o transformaciones en el uso y manejo de los recursos y las técnicas aplicadas en los procesos de producción artesanal.

4. Identificar y respetar las reglas internas de acceso y uso de los recursos naturales.

El manejo de los recursos en zonas rurales, con bienes o tierras colectivas, puede estar regido o controlado a partir de reglas internas de uso y acceso de los recursos. En la mayoría de los casos estas reglas se transmiten de forma oral, reconocerlas resulta en ocasiones difícil para las personas externas. Sin embargo, la falta de reconocimiento a los sistemas de control puede provocar conflictos sociales graves y en el caso de las artesanías, problemas en cuanto al abastecimiento de la materia prima.

5. Escuchar y dar prioridad a las demandas locales.

Otras de las condiciones para lograr el manejo racional de los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales, es que los proyectos o iniciativas

surjan de las demandas locales y las necesidades que los propios pobladores detecten. Esto daría paso a la apropiación de los proyectos y a la generación de una organización social con identidad para fortalecer el desarrollo de cualquier iniciativa, incluyendo la artesanal.

6. Crear o reforzar la base organizativa local.

En diferentes casos se ha observado que la carencia de una base organizativa resulta en el fracaso de muchos proyectos artesanales, y éste se agudiza cuando no se incluye un eje ordenador de acciones que considere la conservación de los recursos naturales acoplado con el desarrollo comunitario.

Los casos que muestran formas más adecuadas en el manejo de recursos naturales se refieren a las actividades o productos que, aun cuando salen a un mercado, tiene valor para la población local, un valor simbólico o cultural a partir del cual mantiene la cohesión familiar y comunitario. Las iniciativas que refuerzan la identidad y los proyectos colectivos tienen mayor ventaja sobre los que están impuestos desde fuera. (Artesanías y medio ambiente, México D.F., 2009)

- **Marco legal aplicado al estudio ambiental**

Aspectos legales sobre el uso de la madera.

Respecto al marco normativo aplicado a el uso de la madera, en el país se cuenta en este ramo de Derecho Ambiental y Salud, con una Ley Forestal, que según decreto legislativo N° 852 expresa, que es la encargada de establecer disposiciones que permitan el incremento, manejo y aprovechamiento en forma sostenible de los recursos forestales y el desarrollo de la industria maderera.

Normativa que se debe de tener en cuenta también, en materia de forestal y utilización de los recursos madereros es la Ley del Medio Ambiente que reglamenta el comportamiento de la tala y la siembra de árboles con el objetivo de la conservación del Medio Ambiente. Como parte importante de la cultura que poseen los productores artesanales de madera, a saber, es que ellos son reservados en cuanto a trabajar en asociatividad o en conjunto, lo cual muchas veces bloquea que ellos puedan crecer como sector.

c) Estudio técnico.

En este estudio se han tomado a consideración los recursos tecnológicos con los que cuenta Taller San Ignacio que le ayudaran a satisfacer la demanda de sus productos, dicha información ha sido obtenida a partir de las entrevistas realizadas al administrador único del taller.

– **Objetivo.**

Determinar costos y la descripción técnica de la materia prima, maquinaria, mano de obra y el equipo necesario para la producción de las artesanías.

– **Determinación de la localización de la sala de ventas.**

La localización de la sala de ventas se determinó a través de la realización de un estudio de campo en tres centros comerciales representativos del área metropolitana de San Salvador: Metrocentro, Plaza Mundo y Galerías, de los cuales se evaluó diferentes factores relevantes para la selección de la ubicación de una sala ventas adecuada y favorable para la exposición y comercialización de artesanías.

Para facilitar el análisis de dichos factores se construyeron cuadros comparativos con las alternativas de inversión, tal y como se refleja en las Tablas 5, 6 y 7, en los cuales se contrastan tanto las características favorables como desfavorables de cada centro comercial.

Tabla 5.

Cuadro comparativo considerando precio y tipo de cliente

ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN	ALQUILER	TIPO DE CLIENTE
METROCENTRO (San Salvador)	<p>Local de 65 m² \$ 3, 132.64</p> <p>El precio incluye IVA, además de incluir los servicios de agua, electricidad y vigilancia.</p>	<p>Clientes frecuentes y fidelizados. Este tipo de clientes son aquellos que utilizan frecuentemente el servicio y se sienten cómodo con este, así también se sienten identificados, en este caso con el lugar.</p>
PLAZA MUNDO	<p>Kiosco de 30 m² \$ 900.00 más IVA</p> <p>El precio incluye el uso de kiosco, mueble a utilizar y servicios de video vigilancia.</p>	<p>Compradores. Con este tipo de cliente ocurre que realizan compras pero no se genera ningún tipo de recurrencia o identificación como en los casos anteriores.</p>
GALERIAS ESCALON	<p>Local de 45 m² \$ 2, 262.89</p> <p>Este precio incluye IVA más los servicios de energía eléctrica y agua.</p>	<p>En este caso se presenta el mismo tipo de cliente: Compradores.</p>

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 6.

Cuadro comparativo considerando ubicación y competencia

ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN	UBICACIÓN	COMPETENCIA
METROCENTRO (San Salvador)	<p>Está ubicado estratégicamente en una zona comercial de San Salvador, principal urbe del área metropolitana de San Salvador, la cual además de ser accesible gracias a la cantidad de rutas de buses que coinciden en dicho centro comercial, cuenta con una gran afluencia de personas debido a su fácil acceso ya sea en transporte colectivo o en auto.</p> <p>Las diferentes áreas tanto dentro como fuera del centro comercial son consideradas significativamente seguras, además de mantenerse limpias y en buen estado, permitiendo que los clientes transiten sin temor a ser vulnerados; por ello es fácilmente objeto de interés para turistas y habitantes de las diferentes partes del país.</p>	<p>Cuenta con un local y un kiosco que comercializa diferentes tipos de artesanías.</p>
PLAZA MUNDO	<p>Está ubicada en una zona industrial del municipio de Soyapango, perteneciente al área metropolitana de San Salvador.</p> <p>Es de fácil acceso ya que diversas rutas de buses se detienen en la plaza como parte del recorrido y se encuentra cerca del centro de San Salvador.</p> <p>El área dentro del centro comercial es segura, sin embargo, Soyapango es considerado uno de los municipios más peligrosos y contaminados, lo cual disminuye el interés de potenciales clientes y turistas.</p>	<p>Posee un kiosco que comercializa artesanías y diferentes tipos de productos.</p>
GALERIAS	<p>Está ubicado en el municipio de San Salvador, perteneciente al área metropolitana de San Salvador.</p> <p>Su acceso es limitado para las personas que se trasladan en transporte colectivo ya que son pocas las rutas de buses que circulan por la zona. Gran parte de los clientes del centro comercial se trasladan en auto.</p> <p>Las diferentes áreas tanto dentro como fuera del centro comercial son consideradas significativamente seguras ya que éste cuenta seguridad para salvaguardar la integridad de sus clientes, lo cual los incentiva a visitar las instalaciones.</p>	<p>Dispone de un local que comercializa diferentes tipos de artesanías.</p>

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 7.

Cuadro comparativo considerando accesibilidad y afluencia

ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN	ACCESIBILIDAD DE PRECIOS	AFLUENCIA
METROCENTRO (San Salvador)	El precio de mercado para las artesanías se encuentra en el rango de \$5.00 a \$20.00, el cual varía según su tamaño, detalle y calidad.	Presenta una abundante afluencia de personas durante todo el día, no solo los fines de semana sino también de lunes a viernes. Los fines de semana son tan concurridos que en horas de la tarde permanece abarrotado,
PLAZA MUNDO	El precio de mercado para las artesanías se encuentra en el rango de \$7.00 a \$15.00, sin embargo esto se debe a que la mayoría de éstas son de tamaño pequeño.	Este centro comercial presenta poca afluencia de personas en horas de la mañana, mientras que en horas de la tarde es bastante concurrido; sin embargo es durante los fines de semana que aumenta su afluencia.
GALERIAS	El precio de mercado para las artesanías se encuentra en el rango de \$7.00 a \$30.00, el cual varía según su tamaño, detalle y calidad.	De lunes a viernes la afluencia de personas es moderada, siendo un poco más concurrido los fines de semana.

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tomando en consideración cada uno de los factores antes mencionados y analizando cada uno de ellos, la mejor opción para ubicar la sala de ventas de Taller San Ignacio es el centro comercial Metrocentro, por las razones que se mencionan a continuación:

- Su ubicación céntrica facilita tanto el acceso para clientes como el traslado de las artesanías desde San Ignacio hasta dicho centro comercial, reduciendo así el costo por traslado.
- Debido a su fácil acceso y variedad de establecimientos, tanto dentro como fuera del centro comercial, es visitado por un gran número de personas durante toda la semana.
- Posee una gran diversidad de clientes, ya que estos pertenecen a diferentes partes del país, clases sociales, edad y género, lo cual permitirá que los productos se den a conocer a nivel nacional e incluso internacional.
- La poca competencia dentro del centro comercial presenta la oportunidad de explotar el mercado al ofrecer artesanías de calidad a precios asequibles.
- A pesar de que el monto de alquiler en Metrocentro es mayor en comparación a las otras dos opciones, al comparar el costo por alquiler de cada una de éstas con sus respectivas dimensiones del local, resulta ser la mejor opción.

Macro localización

La sala de ventas estará ubicada en el municipio de San Salvador, perteneciente a la ciudad capital que lleva el mismo nombre.



Figura 2. Macro localización de la sala de ventas para Taller San Ignacio. Adaptado de [San Salvador – San Salvador], Google, s.f., <https://www.google.com/sv/maps/place/San+Salvador/>. Todos los derechos reservados 2019 por Google. Adaptado con permiso del autor.

Micro localización

La sala de ventas estará ubicada en el centro comercial Metrocentro perteneciente al municipio de San Salvador que se ubica dentro de la ciudad capitalina.

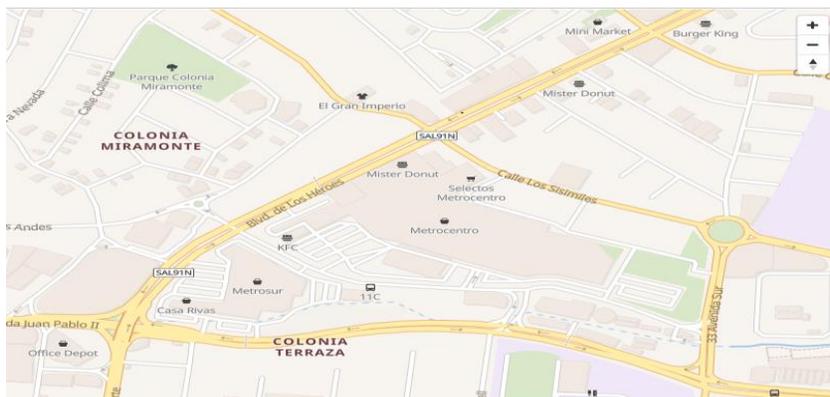


Figura 3. Micro localización de la sala de ventas para Taller San Ignacio. Adaptado de [Metrocentro – San Salvador], Google, s.f., <https://www.google.com/sv/maps/search/metrocentro+san+salvador/>. Todos los derechos reservados 2019 por Google. Adaptado con permiso del autor.

– **Materia prima.**

La materia prima principal utilizada para la elaboración de las artesanías es la madera, seguidamente tenemos la pintura, esta última es la que genera la originalidad y distinción de los productos artesanales originarios de Chalatenango.

Clasificación de las materias prima:

- **Madera.** Para la elaboración de las artesanías se utiliza principalmente dos tipos de madera, los cuales se describen a continuación:
 - **Madera de pino.** La madera de pino generalmente es usada por carpinteros ya que tiene diversas aplicaciones, debido a que es una madera blanda, de larga duración y fácil impregnación, lo que brinda mayor calidad en la aplicación del barniz y el sellado.
 - **Playwood.** Este es un prefabricado de madera que ha sido usado en la producción del 60% de las artesanías del taller Artesanías San Ignacio, brinda la misma utilidad de la madera además de contribuir con el medio ambiente.
- **Pintura.** La pintura que se utiliza en las artesanías es general y comúnmente de dos tipos:
 - **Pintura látex.** También llamada pintura de base acuosa, es un tipo de pintura de un compuesto polimérico diluido en agua.

- **Pintura acrílica.** La pintura acrílica posee la característica de ser soluble en agua pero una vez esta es aplicada y después del secado es resistente al agua además de poseer una mayor resistencia.

- **Pega.** El pegamento a utilizar es la cola, pegamento característico para el uso en madera.

- **Barniz.** El barniz es utilizado para generar mayor valor y delicadeza a cada una de las piezas en madera.

- **Tachuelas, cueros y bisagras.** Estos último pero no menos importantes son utilizados para la afinación de detalles en las piezas, por ejemplo en los cofres.

- **Mobiliario y equipo de oficina.**

En la tabla 8 se exponen las características técnicas y costos del mobiliario y equipo de oficina requeridos para la sala de ventas.

Tabla 8.

Mobiliario y equipo de oficina requerido para la sala de ventas

Mobiliario y equipo de oficina	Descripción	Unidades requeridas	Precio unitario	Costo total
	<p>Silla plástica con brazo café. Silla plástica rattan. Marca RIMAX Modelo # 7200 Color café. Respaldo y apoyabrazos anchos festoneado. Robustas patas en la parte delantera y la espalda. Resistente a los rayos UV. Para interior e intemperie.</p>	4	\$ 15.95	\$ 63.80
	<p>Dispensador de agua. Marca Frigidaire Modelo FQF153MBIW Control de temperatura, agua fría y agua caliente. Ancho: 33 cms Profundidad: 29 cms Altura: 95 cms</p>	1	\$ 159.00	\$ 159.00
	<p>Mesa rectangular de madera Modelo Andalucía Color Wengue (café oscuro) Largo 150.3 cms Ancho 90.3 cms Altura 70.1 cms</p>	4	\$ 239.00	\$ 956

Mobiliario y equipo de oficina	Descripción	Unidades requeridas	Precio unitario	Costo total
	<p>Estantes Modelo vtf 1000 Color wengue (café oscuro) Material mdf. 3 repisas. 4 compartimientos. Profundidad 0.29 m Ancho 0.60 m Altura 1.74 m</p>	4	\$ 59.00	\$ 236.00
	<p>Barra mostrador en forma de L 4 repisas. 6 compartimientos. Dimensiones 100x49x100cm</p>	1	\$ 300.00	\$ 300.00
	<p>Monitor para punto de venta Modelo SB1015 Fabricante Bematech Diseño elegante y robusto. Monitor táctil altamente resistente que incluye una base sólida con bisagra ancha para una máxima estabilidad. Montaje rápido y profesional del lector de banda magnética integrado y pantalla de cliente.</p>	1	\$ 330.00	\$ 330.00

Mobiliario y equipo de oficina	Descripción	Unidades requeridas	Precio unitario	Costo total
	<p>Gaveta de efectivo. Cajón de dinero de alto rendimiento. Tamaño pequeño de 13plg x 13plg. Rodillos de acero que proporcionan resistencia y calidad, brindando una nítida apariencia.</p>	1	\$ 70.00	\$ 70.00
	<p>Impresora de punto de venta. Modelo MP-4200 TH Fabricante Bematech Interface USB y segunda interface opcional Fácil de instalación e incorporación en sistemas RS232, Ethernet o Wi-Fi.</p>	1	\$ 165.00	\$ 165.00
	<p>Lámpara de techo plafón satinada. Modelo # 01-BR6600360 SKU# 85017 Lámpara de techo plafón. Acabado satinado. Para interiores. Ideal para iluminación de salas y comedores. Base para bombillo E27. Potencia: 60w.</p>	4	\$ 11.50	\$ 46

Mobiliario y equipo de oficina	Descripción	Unidades requeridas	Precio unitario	Costo total
	<p>Lámpara de techo mini plateada Modelo # CT-3521 SKU# 56489 Lámpara ojo de buey charming. Para bombillo mr16 Máximo 110 voltios y 35 watts máximo. Color plateado.</p>	4	\$ 5.50	\$ 22.00
	<p>Trapeador industrial. Trapeador de 45cm. Mopa gruesa.</p>	1	\$ 15.95	\$ 15.95
	<p>Escoba plástica mediana. Color verde.</p>	1	\$ 1.50	\$ 1.50
	<p>Pala para basura con mango. Marca PLASTIKEN Modelo # 6800CR. Fabricada de plástico. Dimensiones: 28x25x88 cm.</p>	1	\$ 2.50	\$ 2.50

Mobiliario y equipo de oficina	Descripción	Unidades requeridas	Precio unitario	Costo total
	Basurero de pedal 15lt . Tamaño pequeño. Color negro.	1	\$ 5.25	\$ 5.25
	Franelas de microfibra Modelo# 1309111	1 juego	\$ 7.95	\$ 7.95
	Cepillo para baño color blanco Base para cepillo square negro 10423/0008.	1	\$ 1.95	\$ 1.95

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019)..

d) Estudio económico y financiero.

El siguiente apartado presenta de una forma sistemática la información relacionada en capítulos anteriores, con un sentido económico financiero a fin de determinar los requerimientos para la ejecución del proyecto. En ese sentido, en base a los supuestos del proyecto, se estructuran los cuadros presupuestales que determinan la viabilidad del mismo.

– Objetivo.

Determinar la viabilidad económica y financiera en función de los estudios de mercado y técnico antes expuesto. Mostrar la estructura financiera, detallar la inversión inicial. Los resultados pueden apreciarse en los presupuestos y estados presupuestados. Todos los presupuestos se realizaron a precios constantes.

- Inversión inicial.

Tal y como se muestra en la tabla 9, el presupuesto de inversión inicial concentra los costos especificados en el estudio técnico. El monto total asciende a US\$8,430.44.

- Estructura financiera.

La inversión inicial será aportada por el propietario de Taller San Ignacio, sr. Guillermo Reyes, ya que posee a su disposición una línea de crédito con el banco Cuscatlán, como resultado de su buen record crediticio con dicho banco. Para cubrir el monto de la inversión inicial se considera adquirir un préstamo con dicho Banco, el cual será por un monto de \$10,000 a dos años plazo, el detalle para la amortización de la deuda se puede observar en el anexo 5.

Tabla 9.*Presupuesto de Inversión Inicial.*

DETALLE	COSTO	COSTO TOTAL
ALQUILER DE LOCAL		\$ 5,715.64
Cuota mensual	\$ 3,132.64	
Depósito	2,470.00	
Contrato	113.00	
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA		2,679.70
Sillas plásticas	63.80	
Mesas de madera	954.00	
Estantes	236.00	
Barra mostrador en forma de L	300.00	
Logo en madera para local	100.00	
Monitor para punto de venta	250.00	
Gaveta de efectivo	70.00	
Impresora para punto de venta	165.00	
Software de punto de venta	300.00	
Teléfono de escritorio	13.90	
Lámparas de techo plafón	46.00	
Lámparas ojo de buey	22.00	
Dispensador de agua	159.00	
INSTRUMENTOS DE LIMPIEZA		35.10
Trapeador industrial	15.95	
Escoba plástica	1.50	
Pala para basura con mango	2.50	
Basurero de pedal	5.25	
Juego de franelas	7.95	
Cepillo para baño	1.95	
TOTAL		\$ 8,430.44

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

– **Presupuestos de operación.**

Se detallan a continuación los presupuestos para seis productos, en los cuales se expone la operación de Taller San Ignacio. Se presentan el presupuesto de ventas, presupuesto de producción, presupuesto de compra de materia prima, presupuesto de mano de obra directa, presupuesto de gastos de fabricación, presupuesto de costo unitario de producción, presupuesto de inventario final, presupuesto de consumo de materia prima, presupuesto de costo de venta, presupuesto de gastos de venta y de administración, y finalmente el estado de resultados. El detalle de los presupuestos para los productos se presenta desde la tabla 10 hasta la tabla 69, así mismo se presenta el estado de resultados presupuestado de forma consolidada en la tabla 70.

a) Presupuesto de porta vasos vaciado.

Tabla 10.

Presupuesto de venta.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	125	137	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	1,587
PREC VTA U	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00
TOTAL	1000.00	1096.00	1000.00	1200.00	1000.00	1000.00	1000.00	1200.00	1000.00	1000.00	1000.00	1200.00	12696.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 11.**Presupuesto de producción en unidades**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	125	137	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	1,587
(+) INV FINAL (PT)	137	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	125	125
NECESID TOTAL	262	262	275	275	250	250	275	275	250	250	275	275	1712
(-) INV. INICIAL (PT)	(10.00)	(137.00)	(125.00)	(150.00)	(125.00)	(125.00)	(125.00)	(150.00)	(125.00)	(125.00)	(125.00)	(150.00)	(10.00)
UNIDADES A PRODUCIR	252.00	125.00	150.00	125.00	125.00	125.00	150.00	125.00	125.00	125.00	150.00	125.00	1702.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 12.**Presupuesto de compra de materia prima**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	252	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	125	1702.00
MADERA (A)	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
PLAYWOOD 4MM (B)	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
Consumo de MP A	14	7	8	7	7	7	8	7	7	7	8	7	92
Consumo de MP B	7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
COMPRAS A													
U de Consumo	14	7	8	7	7	7	8	7	7	7	8	7	92
(+) U finales (MP A)	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
NECESIDADES TOTAL	16	8	10	8	8	8	10	8	8	8	10	8	93
(-) U Iniciales (MP)	(5.00)	(1.35)	(1.62)	(1.35)	(1.35)	(1.35)	(1.62)	(1.35)	(1.35)	(1.35)	(1.62)	(1.35)	(5.00)

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades a Comprar	11	7	8	7	7	7	8	7	7	7	8	7	88
Prec. Unit. de Compra	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
<i>Total Compra MP A</i>	\$18.75	\$11.16	\$13.39	\$11.16	\$11.16	\$11.16	\$13.39	\$11.16	\$11.16	\$11.16	\$13.39	\$11.16	\$145.95
COMPRAS B													
U de Consumo	7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
(+) U finales (MP A)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
NECESIDADES TOTAL	9	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	50
(-) U Iniciales (MP)	(3.00)	(1.46)	(0.73)	(0.87)	(0.73)	(0.73)	(0.73)	(0.87)	(0.73)	(0.73)	(0.73)	(0.87)	(3.00)
U a Comprar	6	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	47
P U de Compra	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
<i>Total Compra MP B</i>	\$80.88	\$40.47	\$62.98	\$48.76	\$50.79	\$50.79	\$62.98	\$48.76	\$50.79	\$50.79	\$62.98	\$48.76	\$659.75
RESUMEN													
COMPRAS A	\$18.75	\$11.16	\$13.39	\$11.16	\$11.16	\$11.16	\$13.39	\$11.16	\$11.16	\$11.16	\$13.39	\$11.16	\$145.95
COMPRAS B	\$80.88	\$40.47	\$62.98	\$48.76	\$50.79	\$50.79	\$62.98	\$48.76	\$50.79	\$50.79	\$62.98	\$48.76	\$659.75
TOTAL	\$99.63	\$51.63	\$76.38	\$59.92	\$61.95	\$61.95	\$76.38	\$59.92	\$61.95	\$61.95	\$76.38	\$59.92	\$805.70

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 13.*Presupuesto de mano de obra directa*

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	252	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	125	1702
STD MO DIRECTA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HORAS TOTALES	252	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	125	1702
COSTO POR HORA	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85	\$1.85
<i>COSTO TOTAL MOD</i>	\$466.20	\$231.25	\$277.50	\$231.25	\$231.25	\$231.25	\$277.50	\$231.25	\$231.25	\$231.25	\$277.50	\$231.25	\$3,148.70

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 14.*Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)*

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
HORAS TOTALES	252	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	125	1702
CIF UNITARIO	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21	1.21
COSTO CIF	304.46	151.02	181.23	151.02	151.02	151.02	181.23	151.02	151.02	151.02	181.23	151.02	2056.31

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 15.***Presupuesto de costo unitario de producción***

	Unidades	Costo Unitario	Costo
Materia Prima A	0.05	\$1.65	\$0.09
Materia Prima B	0.03	\$14.00	\$0.41
Mano de Obra Directa	1	\$1.85	\$1.85
CIF	1	1.21	1.21
COSTO UNITARIO TOTAL			\$3.55

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 16.***Presupuesto de inventario final***

Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mat. Prim. A (U Finales)	2.7	1.4	1.6	1.4	1.4	1.4	1.6	1.4	1.4	1.4	1.6	1.4	1.4
Mat. Prim. B (U Finales)	1.5	0.7	0.9	0.7	0.7	0.7	0.9	0.7	0.7	0.7	0.9	0.7	0.7
Cost. Unit. Mat. Prim. A	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Cost. Unit. Mat. Prim. B	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Cost. Inv Final Mat. Prim. A	\$4.50	\$2.23	\$2.68	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.68	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.68	\$2.23	\$2.23
Cost. Inv Final Mat. Prim. B	\$20.48	\$10.16	\$12.19	\$10.16	\$10.16	\$10.16	\$12.19	\$10.16	\$10.16	\$10.16	\$12.19	\$10.16	\$10.16
total MP (A+B)	\$24.98	\$12.39	\$14.87	\$12.39	\$12.39	\$12.39	\$14.87	\$12.39	\$12.39	\$12.39	\$14.87	\$12.39	\$12.39
Prod Term "P1"	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades finales	137	125	150	125	125	125	150	125	125	125	150	125	125
Costo unitario	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55	\$3.55
Inventario Final	\$486.87	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 17.***Presupuesto de consumo de materia prima***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Inv Inicial	\$50.25	\$24.98	\$12.39	\$14.87	\$12.39	\$12.39	\$12.39	\$14.87	\$12.39	\$12.39	\$12.39	\$14.87	\$50.25
(+) Compras	\$99.63	\$51.63	\$76.38	\$59.92	\$61.95	\$61.95	\$76.38	\$59.92	\$61.95	\$61.95	\$76.38	\$59.92	\$805.70
Materia Prima Disponible	\$149.88	\$76.61	\$88.77	\$74.79	\$74.34	\$74.34	\$88.77	\$74.79	\$74.34	\$74.34	\$88.77	\$74.79	\$855.95
(-) Inv Final	-\$24.98	-\$12.39	-\$14.87	-\$12.39	-\$12.39	-\$12.39	-\$14.87	-\$12.39	-\$12.39	-\$12.39	-\$14.87	-\$12.39	-\$12.39
Consumo de MP	\$124.90	\$64.22	\$73.90	\$62.40	\$61.95	\$61.95	\$73.90	\$62.40	\$61.95	\$61.95	\$73.90	\$62.40	\$843.56

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 18.***Presupuesto de costo de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COSTO DE Mat. Prim.	\$124.90	\$64.22	\$73.90	\$62.40	\$61.95	\$61.95	\$73.90	\$62.40	\$61.95	\$61.95	\$73.90	\$62.40	\$843.56
COSTO DE Mano Obra Direc.	\$466.20	\$231.25	\$277.50	\$231.25	\$231.25	\$231.25	\$277.50	\$231.25	\$231.25	\$231.25	\$277.50	\$231.25	\$3,148.70
CIF	\$304.46	\$151.02	\$181.23	\$151.02	\$151.02	\$151.02	\$181.23	\$151.02	\$151.02	\$151.02	\$181.23	\$151.02	\$2,056.31
COSTO DE PRODUCCION	\$895.56	\$446.49	\$532.62	\$444.67	\$444.22	\$444.22	\$532.62	\$444.67	\$444.22	\$444.22	\$532.62	\$444.67	\$6,048.57
COSTO DE VENTA													
(+) INV. INIC. de Prod. Term.	\$80.00	\$486.87	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22	\$444.22	\$533.07	\$80.00
(-) INV. FINAL de Prod. Term.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-\$444.22
COSTO DE VENTA	\$488.69	\$489.14	\$443.78	\$533.52	\$444.22	\$444.22	\$443.78	\$533.52	\$444.22	\$444.22	\$443.78	\$533.52	\$5,684.34

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 19.***Presupuesto de gasto de venta y de administración***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SALARIOS													
COMISIONES													
GASTOS DE VENTA	\$538.86	\$536.95	\$538.86	\$570.44	\$514.60	\$538.86	\$538.86	\$570.44	\$538.86	\$538.86	\$538.86	\$570.44	\$6,534.89
GASTOS DE ADMINISTR.	\$57.52	\$57.32	\$57.52	\$60.89	\$54.93	\$57.52	\$57.52	\$60.89	\$57.52	\$57.52	\$57.52	\$60.89	\$697.56
GASTOS DE OPERACION	\$596.38	\$594.27	\$596.38	\$631.33	\$569.53	\$596.38	\$596.38	\$631.33	\$596.38	\$596.38	\$596.38	\$631.33	\$7,232.45

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

b) Presupuesto de lapiceras.**Tabla 20.*****Presupuesto de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	250	275	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,025
PREC VTA UNITARIO	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00	\$8.00
TOTAL	\$2,000.00	\$2,200.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$2,000.00	\$24,200.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 21.***Presupuesto de producción en unidades***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	250	275	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3,025
(+) INV FINAL (PT)	275	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	125	125
NECESID TOTAL	525	525	500	500	500	500	500	500	500	500	500	375	3150
(-) INV. INICIAL (PT)	(15.00)	(275.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(250.00)	(15.00)
UNIDADES A PRODUCIR	510.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	125.00	3135.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 22.***Presupuesto de compra de materia prima***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	510	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	125	3135.00
PLAYWOOD 4MM (A)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
PLAYWOOD 1/4MM (B)	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Consumo de MP A	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Consumo de MP B	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	35

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COMPRAS A													
U de Consumo	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
(+) U finales (MP A)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NECESIDADES TOTAL	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
(-) U Iniciales (MP)	(3.00)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.08)	(0.04)	(3.00)
Unidades a Comprar	(2.05)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Prec. Unit. de Compra	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
<i>Total Compra MP A</i>	-\$28.69	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$2.72	\$26.73
COMPRAS B													
U de Consumo	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	35
(+) U finales (MP A)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
NECESIDADES TOTAL	7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
(-) U Iniciales (MP)	(2.00)	(1.13)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(0.55)	(2.00)
U a Comprar	5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	33
P U de Compra	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
<i>Total Compra MP B</i>	\$86.12	\$39.51	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$19.95	\$594.56
RESUMEN													
COMPRAS A	-\$28.69	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$5.44	\$2.72	\$26.73
COMPRAS B	\$86.12	\$39.51	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$49.89	\$19.95	\$594.56
TOTAL	\$57.43	\$44.95	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$22.67	\$621.29

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 23.***Presupuesto de compra de mano de obra directa***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	510	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	125	3135
STD MO DIRECTA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HORAS TOTALES	510	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	125	3135
COSTO POR HORA	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43
<i>COSTO TOTAL MOD</i>	\$731.49	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$179.29	\$4,496.49

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 24.***Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
HORAS TOTALES	510	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	125	3135
CIF UNITARIO	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26	1.26
COSTO CIF	641.67	314.54	314.54	314.54	314.54	314.54	314.54	314.54	314.54	314.54	314.54	157.27	3944.36

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 25.***Presupuesto de costo unitario de producción***

	Unidades	Costo Unitario	Costo
Materia Prima A	0.00	\$14.00	\$0.02
Materia Prima B	0.01	\$18.00	\$0.20
Mano de Obra Directa	1	\$1.43	\$1.43
CIF	1	1.26	1.26
COSTO UNITARIO TOTAL			\$2.91

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 26.***Presupuesto de inventario final***

Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mat. Prim. A (U Finales)	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0
Mat. Prim. B (U Finales)	1.1	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.3	0.3
Cost. Unit. Mat. Prim. A	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Cost. Unit. Mat. Prim. B	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
Cost. Inv Final Mat. Prim. A	\$2.22	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$1.09	\$0.54	\$0.54
Cost. Inv Final Mat. Prim. B	\$20.35	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$9.98	\$4.99	\$4.99
total MP (A+B)	\$22.57	\$11.06	\$5.53	\$5.53									
Prod Term "P2"	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades finales	275	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	125	125
Costo unitario	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91	\$2.91
Inventario Final	\$801.28	\$728.44	\$364.22	\$364.22									

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 27.***Presupuesto de consumo de materia prima***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Inv Inicial	\$78.00	\$22.57	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$11.06	\$78.00
(+) Compras	\$57.43	\$44.95	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$22.67	\$621.29
Materia Prima Disponible	\$135.43	\$67.52	\$66.39	\$66.39	\$66.39	\$66.39	\$66.39	\$66.39	\$66.39	\$66.39	\$66.39	\$33.74	\$699.29
(-) Inv Final	-\$22.57	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$11.06	-\$5.53	-\$5.53
Consumo de MP	\$112.86	\$56.45	\$55.32	\$28.21	\$693.76								

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 28.***Presupuesto de costo de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COSTO DE Mat. Prim.	\$112.86	\$56.45	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$55.32	\$28.21	\$693.76
COSTO DE Mano Obra Direc.	\$731.49	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$358.57	\$179.29	\$4,496.49
CIF	\$641.67	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$314.54	\$157.27	\$3,944.36
COSTO DE PRODUCCION	\$1,486.01	\$729.57	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$364.76	\$9,134.61
COSTO DE VENTA													
(+) INV. INIC. de Prod. Term.	\$80.00	\$801.28	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$80.00
(-) INV. FINAL de Prod. Term.	-\$801.28	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-\$364.22
COSTO DE VENTA	\$764.73	\$802.41	\$728.44	\$728.98	\$8,850.39								

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 29.***Presupuesto de gasto de venta y de administración***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SALARIOS													
COMISIONES													
GASTOS DE VENTA	\$1,077.72	\$1,077.83	\$1,077.72	\$950.74	\$1,029.20	\$1,077.72	\$1,077.72	\$950.74	\$1,077.72	\$1,077.72	\$1,077.72	\$950.74	\$12,503.25
GASTOS DE ADMINISTR.	\$115.04	\$115.05	\$115.04	\$101.49	\$109.86	\$115.04	\$115.04	\$101.49	\$115.04	\$115.04	\$115.04	\$101.49	\$1,334.64
GASTOS DE OPERACIÓN	\$1,192.76	\$1,192.88	\$1,192.76	\$1,052.22	\$1,139.06	\$1,192.76	\$1,192.76	\$1,052.22	\$1,192.76	\$1,192.76	\$1,192.76	\$1,052.22	\$13,837.89

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

c) **Presupuesto de cajas de té.**

Tabla 30.***Presupuesto de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	110	121	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	1,419
PREC VTA UNITARIO	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00	\$20.00
<i>TOTAL</i>	\$2,200.00	\$2,420.00	\$2,200.00	\$2,640.00	\$2,640.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,640.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,200.00	\$2,640.00	\$28,380.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 31.***Presupuesto de producción en unidades***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	110	121	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	1419
(+) INV FINAL (PT)	121	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	125	125
NECESID TOTAL	231	231	242	264	242	220	242	242	220	220	242	257	1544
(-) INV. INICIAL (PT)	(10.00)	(121.00)	(110.00)	(132.00)	(132.00)	(110.00)	(110.00)	(132.00)	(110.00)	(110.00)	(110.00)	(132.00)	(10.00)
UNIDADES A PRODUCIR	221.00	110.00	132.00	132.00	110.00	110.00	132.00	110.00	110.00	110.00	132.00	125.00	1,534.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 32.***Presupuesto de compra de materia prima (unidades)***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	221	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	125	1534
MADERA (A)	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264	0.264
PLAYWOOD 4MM (B)	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007
PLAYWOOD 1/4MM (C)	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016	0.016
VIDRIO P (D)	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
BISAGRAS (E)	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Consumo de MP A	58.4	29.0	34.9	34.9	29.0	29.0	34.9	29.0	29.0	29.0	34.9	33.0	405.1
Consumo de MP B	1.5	0.8	0.9	0.9	0.8	0.8	0.9	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	10.7
Consumo de MP C	3.6	1.8	2.2	2.2	1.8	1.8	2.2	1.8	1.8	1.8	2.2	2.1	25.3
Consumo de MP D	221.0	110.0	132.0	132.0	110.0	110.0	132.0	110.0	110.0	110.0	132.0	125.0	1534.0

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Consumo de MP E	442.0	220.0	264.0	264.0	220.0	220.0	264.0	220.0	220.0	220.0	264.0	250.0	3068.0
COMPRAS A													
U de Consumo	58.4	29.0	34.9	34.9	29.0	29.0	34.9	29.0	29.0	29.0	34.9	33.0	405.1
(+) U finales (MP A)	11.7	5.8	7.0	7.0	5.8	5.8	7.0	5.8	5.8	5.8	7.0	6.6	6.6
NECESIDADES TOTAL	70.0	34.9	41.8	41.8	34.9	34.9	41.8	34.9	34.9	34.9	41.8	39.6	411.7
(-) U Iniciales (MP)	(5.00)	(5.81)	(6.97)	(6.97)	(5.81)	(5.81)	(6.97)	(5.81)	(5.81)	(5.81)	(6.97)	(6.60)	(5.00)
Unidades a Comprar	65.0	29.0	34.9	34.9	29.0	29.0	34.9	29.0	29.0	29.0	34.9	33.0	406.7
Prec. Unit. de Compra	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Total Compra MP A	\$107.30	\$47.93	\$57.51	\$57.51	\$47.93	\$47.93	\$57.51	\$47.93	\$47.93	\$47.93	\$57.51	\$54.46	\$671.03
COMPRAS B													
U de Consumo	1.54	0.76	0.92	0.92	0.76	0.76	0.92	0.76	0.76	0.76	0.92	0.87	10.67
(+) U finales (MP A)	0.31	0.15	0.18	0.18	0.15	0.15	0.18	0.15	0.15	0.15	0.18	0.17	0.17
NECESIDADES TOTAL	1.84	0.92	1.10	1.10	0.92	0.92	1.10	0.92	0.92	0.92	1.10	1.04	10.84
(-) U Iniciales (MP)	-3.00	-0.31	-0.15	-0.18	-0.18	-0.15	-0.15	-0.18	-0.15	-0.15	-0.15	-0.18	-3.00
U a Comprar	-1.16	0.61	0.95	0.92	0.73	0.76	0.95	0.73	0.76	0.76	0.95	0.86	7.84
P U de Compra	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Total Compra MP B	-\$16.18	\$8.55	\$13.28	\$12.85	\$10.28	\$10.71	\$13.28	\$10.28	\$10.71	\$10.71	\$13.28	\$12.03	\$109.77
COMPRAS C													
U de Consumo	3.65	1.81	2.18	2.18	1.81	1.81	2.18	1.81	1.81	1.81	2.18	2.06	25.30
(+) U finales (MP A)	0.73	0.36	0.44	0.44	0.36	0.36	0.44	0.36	0.36	0.36	0.44	0.41	0.41
NECESIDADES TOTAL	4.37	2.18	2.61	2.61	2.18	2.18	2.61	2.18	2.18	2.18	2.61	2.47	25.71
(-) U Iniciales (MP)	-2.00	-0.73	-0.36	-0.44	-0.44	-0.36	-0.36	-0.44	-0.36	-0.36	-0.36	-0.44	-2.00
U a Comprar	2.37	1.45	2.25	2.18	1.74	1.81	2.25	1.74	1.81	1.81	2.25	2.04	23.71
P U de Compra	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
Total Compra MP C	\$42.74	\$26.07	\$40.50	\$39.19	\$31.35	\$32.66	\$40.50	\$31.35	\$32.66	\$32.66	\$40.50	\$36.70	\$426.86

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COMPRAS D													
U de Consumo	221.00	110.00	132.00	132.00	110.00	110.00	132.00	110.00	110.00	110.00	132.00	125.00	1534.00
(+) U finales (MP A)	44.20	22.00	26.40	26.40	22.00	22.00	26.40	22.00	22.00	22.00	26.40	25.00	25.00
NECESIDADES TOTAL	265.20	132.00	158.40	158.40	132.00	132.00	158.40	132.00	132.00	132.00	158.40	150.00	1559.00
(-) U Iniciales (MP)	-10.00	-44.20	-22.00	-26.40	-26.40	-22.00	-22.00	-26.40	-22.00	-22.00	-22.00	-26.40	-10.00
U a Comprar	255.20	87.80	136.40	132.00	105.60	110.00	136.40	105.60	110.00	110.00	136.40	123.60	1549.00
P U de Compra	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08
<i>Total Compra MP D</i>	\$20.42	\$7.02	\$10.91	\$10.56	\$8.45	\$8.80	\$10.91	\$8.45	\$8.80	\$8.80	\$10.91	\$9.89	\$123.92
COMPRAS E													
U de Consumo	442.00	220.00	264.00	264.00	220.00	220.00	264.00	220.00	220.00	220.00	264.00	250.00	3068.00
(+) U finales (MP A)	88.40	44.00	52.80	52.80	44.00	44.00	52.80	44.00	44.00	44.00	52.80	50.00	50.00
NECESIDADES TOTAL	530.40	264.00	316.80	316.80	264.00	264.00	316.80	264.00	264.00	264.00	316.80	300.00	3118.00
(-) U Iniciales (MP)	-24.00	-88.40	-44.00	-52.80	-52.80	-44.00	-44.00	-52.80	-44.00	-44.00	-44.00	-52.80	-24.00
U a Comprar	506.40	175.60	272.80	264.00	211.20	220.00	272.80	211.20	220.00	220.00	272.80	247.20	3094.00
P U de Compra	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15
<i>Total Compra MP E</i>	\$75.96	\$26.34	\$40.92	\$39.60	\$31.68	\$33.00	\$40.92	\$31.68	\$33.00	\$33.00	\$40.92	\$37.08	\$464.10
RESUMEN													
COMPRAS A	\$107.30	\$47.93	\$57.51	\$57.51	\$47.93	\$47.93	\$57.51	\$47.93	\$47.93	\$47.93	\$57.51	\$54.46	\$671.03
COMPRAS B	-\$16.18	\$8.55	\$13.28	\$12.85	\$10.28	\$10.71	\$13.28	\$10.28	\$10.71	\$10.71	\$13.28	\$12.03	\$109.77
COMPRAS C	\$42.74	\$26.07	\$40.50	\$39.19	\$31.35	\$32.66	\$40.50	\$31.35	\$32.66	\$32.66	\$40.50	\$36.70	\$426.86
COMPRAS D	\$20.42	\$7.02	\$10.91	\$10.56	\$8.45	\$8.80	\$10.91	\$8.45	\$8.80	\$8.80	\$10.91	\$9.89	\$123.92
COMPRAS E	\$75.96	\$26.34	\$40.92	\$39.60	\$31.68	\$33.00	\$40.92	\$31.68	\$33.00	\$33.00	\$40.92	\$37.08	\$464.10
TOTAL	\$230.23	\$115.91	\$163.12	\$159.72	\$129.69	\$133.10	\$163.12	\$129.69	\$133.10	\$133.10	\$163.12	\$150.16	\$1,795.68

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 33.***Presupuesto de mano de obra directa***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	221	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	125	1534
STD MO DIRECTA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HORAS TOTALES	221	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	125	1534
COSTO POR HORA	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92	\$1.92
<i>COSTO TOTAL MOD</i>	\$424.95	\$211.51	\$253.82	\$253.82	\$211.51	\$211.51	\$253.82	\$211.51	\$211.51	\$211.51	\$253.82	\$240.36	\$2,949.66

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 34.***Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
HORAS TOTALES	221	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	125	1534
CIF UNITARIO	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65	0.65
COSTO CIF	143.45	71.40	85.68	85.68	71.40	71.40	85.68	71.40	71.40	71.40	85.68	81.14	995.70

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 35.**Presupuesto de costo unitario de producción**

	Unidades	Costo Unitario	Costo
Materia Prima A	0.264	\$1.65	\$0.44
Materia Prima B	0.007	\$14.00	\$0.10
Materia Prima C	0.016	\$18.00	\$0.30
Materia Prima D	1.000	\$0.08	\$0.08
Materia Prima E	2.000	\$0.15	\$0.30
Mano de Obra Directa	1	\$1.92	\$1.92
CIF	1	0.65	0.65
COSTO UNITARIO TOTAL			\$3.78

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 36.***Presupuesto de inventario final***

Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mat. Prim. A (U Finales)	11.7	5.8	7.0	7.0	5.8	5.8	7.0	5.8	5.8	5.8	7.0	6.6	6.6
Mat. Prim. B (U Finales)	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Mat. Prim. C (U Finales)	0.7	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4
Mat. Prim. D (U Finales)	44.2	22.0	26.4	26.4	22.0	22.0	26.4	22.0	22.0	22.0	26.4	25.0	25.0
Mat. Prim. E (U Finales)	88.4	44.0	52.8	52.8	44.0	44.0	52.8	44.0	44.0	44.0	52.8	50.0	50.0
Cost. Unit. Mat. Prim. A	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Cost. Unit. Mat. Prim. B	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00

Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Cost. Unit. Mat. Prim. C	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00	\$18.00
Cost. Unit. Mat. Prim. D	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08	\$0.08
Cost. Unit. Mat. Prim. E	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15
Cost. Inv Final Mat. Prim. A	\$19.26	\$9.59	\$11.50	\$11.50	\$9.59	\$9.59	\$11.50	\$9.59	\$9.59	\$9.59	\$11.50	\$10.89	\$10.89
Cost. Inv Final Mat. Prim. B	\$4.30	\$2.14	\$2.57	\$2.57	\$2.14	\$2.14	\$2.57	\$2.14	\$2.14	\$2.14	\$2.57	\$2.43	\$2.43
Cost. Inv Final Mat. Prim. C	\$13.12	\$6.53	\$7.84	\$7.84	\$6.53	\$6.53	\$7.84	\$6.53	\$6.53	\$6.53	\$7.84	\$7.42	\$7.42
Cost. Inv Final Mat. Prim. D	\$3.54	\$1.76	\$2.11	\$2.11	\$1.76	\$1.76	\$2.11	\$1.76	\$1.76	\$1.76	\$2.11	\$2.00	\$2.00
Cost. Inv Final Mat. Prim. E	\$13.26	\$6.60	\$7.92	\$7.92	\$6.60	\$6.60	\$7.92	\$6.60	\$6.60	\$6.60	\$7.92	\$7.50	\$7.50
total MP (A+B+C+D+E)	\$53.48	\$26.62	\$31.94	\$31.94	\$26.62	\$26.62	\$31.94	\$26.62	\$26.62	\$26.62	\$31.94	\$30.25	\$30.25
Prod Term "P3"													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades finales	121	110	132	132	110	110	132	110	110	110	132	125	125
Costo unitario	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78	\$3.78
Inventario Final	\$457.61	\$416.01	\$499.21	\$499.21	\$416.01	\$416.01	\$499.21	\$416.01	\$416.01	\$416.01	\$499.21	\$472.74	\$472.74

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 37.

Presupuesto de consumo de materia prima

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Inv Inicial	\$50.25	\$53.48	\$26.62	\$31.94	\$31.94	\$26.62	\$26.62	\$31.94	\$26.62	\$26.62	\$26.62	\$31.94	\$50.25
(+) Compras	\$230.23	\$115.91	\$163.12	\$159.72	\$129.69	\$133.10	\$163.12	\$129.69	\$133.10	\$133.10	\$163.12	\$150.16	\$1,795.68
Materia Prima Disponible	\$280.48	\$169.39	\$189.74	\$191.66	\$161.63	\$159.72	\$189.74	\$161.63	\$159.72	\$159.72	\$189.74	\$182.10	\$1,845.93
(-) Inv Final	-\$53.48	-\$26.62	-\$31.94	-\$31.94	-\$26.62	-\$26.62	-\$31.94	-\$26.62	-\$26.62	-\$26.62	-\$31.94	-\$30.25	-\$30.25
Consumo de MP	\$227.00	\$142.77	\$157.80	\$159.72	\$135.01	\$133.10	\$157.80	\$135.01	\$133.10	\$133.10	\$157.80	\$151.86	\$1,815.68

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 38.***Presupuesto de costo de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COSTO DE Mat. Prim.	\$227.00	\$142.77	\$157.80	\$159.72	\$135.01	\$133.10	\$157.80	\$135.01	\$133.10	\$133.10	\$157.80	\$151.86	\$1,815.68
COSTO DE Mano Obra Direc.	\$424.95	\$211.51	\$253.82	\$253.82	\$211.51	\$211.51	\$253.82	\$211.51	\$211.51	\$211.51	\$253.82	\$240.36	\$2,949.66
CIF	\$143.45	\$71.40	\$85.68	\$85.68	\$71.40	\$71.40	\$85.68	\$71.40	\$71.40	\$71.40	\$85.68	\$81.14	\$995.70
COSTO DE PRODUCCION	\$795.40	\$425.68	\$497.29	\$499.21	\$417.93	\$416.01	\$497.29	\$417.93	\$416.01	\$416.01	\$497.29	\$473.35	\$5,761.04
COSTO DE VENTA													
(+) INV. INIC. de Prod. Term.	\$280.00	\$457.61	\$416.01	\$499.21	\$499.21	\$416.01	\$416.01	\$499.21	\$416.01	\$416.01	\$416.01	\$499.21	\$280.00
(-) INV. FINAL de Prod. Term.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-\$472.74
COSTO DE VENTA	\$617.79	\$467.28	\$414.09	\$499.21	\$501.13	\$416.01	\$414.09	\$501.13	\$416.01	\$416.01	\$414.09	\$499.82	\$5,568.30

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 39.***Presupuesto de gasto de venta y de administración***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SALARIOS													
COMISIONES													
GASTOS DE VENTA	\$474.20	\$474.24	\$474.20	\$501.99	\$543.42	\$474.20	\$474.20	\$501.99	\$474.20	\$474.20	\$474.20	\$501.99	\$5,843.00
GASTOS DE ADMINISTR.	\$50.62	\$50.62	\$50.62	\$53.58	\$58.01	\$50.62	\$50.62	\$53.58	\$50.62	\$50.62	\$50.62	\$53.58	\$623.70
GASTOS DE OPERACIÓN	\$524.81	\$524.87	\$524.81	\$555.57	\$601.42	\$524.81	\$524.81	\$555.57	\$524.81	\$524.81	\$524.81	\$555.57	\$6,466.70

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

d) Presupuesto de cofres

Tabla 40.

Presupuesto de venta

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	138	152	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	1,711
PREC VTA UNITARIO	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25	\$10.25
TOTAL	\$1,414.50	\$1,558.00	\$1,414.50	\$1,486.25	\$1,619.50	\$1,414.50	\$1,414.50	\$1,486.25	\$1,414.50	\$1,414.50	\$1,414.50	\$1,486.25	\$17,537.75

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 41.

Presupuesto de producción en unidades

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	138	152	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	1711
(+) INV FINAL (PT)	152	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	125	125
NECESIDAD TOTAL	290	290	283	303	296	276	283	283	276	276	283	270	1836
(-) INV. INICIAL (PT)	(14.00)	(152.00)	(138.00)	(145.00)	(158.00)	(138.00)	(138.00)	(145.00)	(138.00)	(138.00)	(138.00)	(145.00)	(14.00)
UNIDADES A PRODUCIR	276.00	138.00	145.00	158.00	138.00	138.00	145.00	138.00	138.00	138.00	145.00	125.00	1822.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 42.***Presupuesto de compra de materia prima***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	276	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	125	1822
MADERA (A)	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352	0.352
PLAYWOOD 4MM (B)	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007	0.007
BISAGRAS (C)	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Consumo de MP A	97.1	48.5	51.0	55.6	48.5	48.5	51.0	48.5	48.5	48.5	51.0	44.0	640.9
Consumo de MP B	1.9	0.9	1.0	1.1	0.9	0.9	1.0	0.9	0.9	0.9	1.0	0.8	12.2
Consumo de MP C	552.0	276.0	290.0	316.0	276.0	276.0	290.0	276.0	276.0	276.0	290.0	250.0	3644.0
COMPRAS A													
U de Consumo	97.1	48.5	51.0	55.6	48.5	48.5	51.0	48.5	48.5	48.5	51.0	44.0	640.9
(+) U finales (MP A)	19.4	9.7	10.2	11.1	9.7	9.7	10.2	9.7	9.7	9.7	10.2	8.8	8.8
NECESIDADES TOTAL	116.5	58.2	61.2	66.7	58.2	58.2	61.2	58.2	58.2	58.2	61.2	52.8	649.6
(-) U Iniciales (MP)	(5.00)	(9.71)	(10.20)	(11.11)	(9.71)	(9.71)	(10.20)	(9.71)	(9.71)	(9.71)	(10.20)	(8.79)	(5.00)
Unidades a Comprar	111.5	48.5	51.0	55.6	48.5	48.5	51.0	48.5	48.5	48.5	51.0	44.0	644.6
Prec. Unit. de Compra	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
<i>Total Compra MP A</i>	\$183.96	\$80.09	\$84.15	\$91.70	\$80.09	\$80.09	\$84.15	\$80.09	\$80.09	\$80.09	\$84.15	\$72.54	\$1,063.67
COMPRAS B													
U de Consumo	1.85	0.93	0.97	1.06	0.93	0.93	0.97	0.93	0.93	0.93	0.97	0.84	12.24
(+) U finales (MP A)	0.37	0.19	0.19	0.21	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.19	0.17	0.17
NECESIDADES TOTAL	2.23	1.11	1.17	1.27	1.11	1.11	1.17	1.11	1.11	1.11	1.17	1.01	12.41
(-) U Iniciales (MP)	-3.00	-0.37	-0.19	-0.19	-0.21	-0.19	-0.19	-0.19	-0.19	-0.19	-0.19	-0.19	-3.00
U a Comprar	-0.77	0.74	0.98	1.08	0.90	0.93	0.98	0.92	0.93	0.93	0.98	0.81	9.41

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
P U de Compra	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
<i>Total Compra MP B</i>	-\$10.85	\$10.38	\$13.77	\$15.11	\$12.60	\$12.98	\$13.77	\$12.85	\$12.98	\$12.98	\$13.77	\$11.38	\$131.73
COMPRAS C													
U de Consumo	552.00	276.00	290.00	316.00	276.00	276.00	290.00	276.00	276.00	276.00	290.00	250.00	3644.00
(+) U finales (MP A)	110.40	55.20	58.00	63.20	55.20	55.20	58.00	55.20	55.20	55.20	58.00	50.00	50.00
NECESIDADES TOTAL	662.40	331.20	348.00	379.20	331.20	331.20	348.00	331.20	331.20	331.20	348.00	300.00	3694.00
(-) U Iniciales (MP)	-24.00	-110.40	-55.20	-58.00	-63.20	-55.20	-55.20	-58.00	-55.20	-55.20	-55.20	-58.00	-24.00
U a Comprar	638.40	220.80	292.80	321.20	268.00	276.00	292.80	273.20	276.00	276.00	292.80	242.00	3670.00
P U de Compra	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15
<i>Total Compra MP C</i>	\$95.76	\$33.12	\$43.92	\$48.18	\$40.20	\$41.40	\$43.92	\$40.98	\$41.40	\$41.40	\$43.92	\$36.30	\$550.50
RESUMEN													
COMPRAS A	\$183.96	\$80.09	\$84.15	\$91.70	\$80.09	\$80.09	\$84.15	\$80.09	\$80.09	\$80.09	\$84.15	\$72.54	\$1,063.67
COMPRAS B	-\$10.85	\$10.38	\$13.77	\$15.11	\$12.60	\$12.98	\$13.77	\$12.85	\$12.98	\$12.98	\$13.77	\$11.38	\$131.73
COMPRAS C	\$95.76	\$33.12	\$43.92	\$48.18	\$40.20	\$41.40	\$43.92	\$40.98	\$41.40	\$41.40	\$43.92	\$36.30	\$550.50
TOTAL	\$268.88	\$123.59	\$141.84	\$154.98	\$132.89	\$134.47	\$141.84	\$133.92	\$134.47	\$134.47	\$141.84	\$120.23	\$1,745.90

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 43.

Presupuesto de compra de mano de obra directa

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	276	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	125	1822
STD MO DIRECTA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HORAS TOTALES	276	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	125	1822
COSTO POR HORA	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75	\$1.75
<i>COSTO TOTAL MOD</i>	<i>\$482.61</i>	<i>\$241.30</i>	<i>\$253.54</i>	<i>\$276.27</i>	<i>\$241.30</i>	<i>\$241.30</i>	<i>\$253.54</i>	<i>\$241.30</i>	<i>\$241.30</i>	<i>\$241.30</i>	<i>\$253.54</i>	<i>\$218.57</i>	<i>\$3,185.90</i>

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 44.**Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
HORAS TOTALES	276	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	125	1822
CIF UNITARIO	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24
COSTO CIF	341.74	170.87	179.53	195.63	170.87	170.87	179.53	170.87	170.87	170.87	179.53	154.77	2255.95

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 45.**Presupuesto de costo unitario de producción.**

	Unidades	Costo Unitario	Costo
Materia Prima A	0.352	\$1.65	\$0.58
Materia Prima B	0.007	\$14.00	\$0.09
Materia Prima C	2.000	\$0.15	\$0.30
Mano de Obra Directa	1	1.75	1.75
CIF	1	1	1
COSTO UNITARIO TOTAL			\$3.96

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 46.***Presupuesto de inventario final.***

Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mat. Prim. A (U Finales)	19.4	9.7	10.2	11.1	9.7	9.7	10.2	9.7	9.7	9.7	10.2	8.8	8.8
Mat. Prim. B (U Finales)	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mat. Prim. C (U Finales)	110.4	55.2	58.0	63.2	55.2	55.2	58.0	55.2	55.2	55.2	58.0	50.0	50.0
Cost. Unit. Mat. Prim. A	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Cost. Unit. Mat. Prim. B	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Cost. Unit. Mat. Prim. C	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15	\$0.15
Cost. Inv Final Mat. Prim. A	\$32.04	\$16.02	\$16.83	\$18.34	\$16.02	\$16.02	\$16.83	\$16.02	\$16.02	\$16.02	\$16.83	\$14.51	\$14.51
Cost. Inv Final Mat. Prim. B	\$5.19	\$2.60	\$2.73	\$2.97	\$2.60	\$2.60	\$2.73	\$2.60	\$2.60	\$2.60	\$2.73	\$2.35	\$2.35
Cost. Inv Final Mat. Prim. C	\$16.56	\$8.28	\$8.70	\$9.48	\$8.28	\$8.28	\$8.70	\$8.28	\$8.28	\$8.28	\$8.70	\$7.50	\$7.50
Total MP (A+B+C+D+E)	\$53.79	\$26.89	\$28.26	\$30.79	\$26.89	\$26.89	\$28.26	\$26.89	\$26.89	\$26.89	\$28.26	\$24.36	\$24.36
Prod Term "P4"													
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades finales	152	138	145	158	138	138	145	138	138	138	145	125	125
Costo unitario	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96	\$3.96
Inventario Final	\$602.10	\$546.64	\$574.37	\$625.86	\$546.64	\$546.64	\$574.37	\$546.64	\$546.64	\$546.64	\$574.37	\$495.14	\$495.14

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 47.***Presupuesto de consumo de materia prima***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Inv Inicial	\$50.25	\$53.79	\$26.89	\$28.26	\$30.79	\$26.89	\$26.89	\$28.26	\$26.89	\$26.89	\$26.89	\$28.26	\$50.25
(+) Compras	\$268.88	\$123.59	\$141.84	\$154.98	\$132.89	\$134.47	\$141.84	\$133.92	\$134.47	\$134.47	\$141.84	\$120.23	\$1,745.90
Materia Prima Disponible	\$319.13	\$177.38	\$168.74	\$183.24	\$163.69	\$161.36	\$168.74	\$162.18	\$161.36	\$161.36	\$168.74	\$148.48	\$1,796.15
(-) Inv Final	-\$53.79	-\$26.89	-\$28.26	-\$30.79	-\$26.89	-\$26.89	-\$28.26	-\$26.89	-\$26.89	-\$26.89	-\$28.26	-\$24.36	-\$24.36
Consumo de MP	\$265.34	\$150.49	\$140.48	\$152.45	\$136.79	\$134.47	\$140.48	\$135.28	\$134.47	\$134.47	\$140.48	\$124.12	\$1,771.79

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019)

Tabla 48.***Presupuesto de costo de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Costo de MP.	\$265.34	\$150.49	\$140.48	\$152.45	\$136.79	\$134.47	\$140.48	\$135.28	\$134.47	\$134.47	\$140.48	\$124.12	\$1,771.79
Costo de MOD	\$482.61	\$241.30	\$253.54	\$276.27	\$241.30	\$241.30	\$253.54	\$241.30	\$241.30	\$241.30	\$253.54	\$218.57	\$3,185.90
CIF	\$341.74	\$170.87	\$179.53	\$195.63	\$170.87	\$170.87	\$179.53	\$170.87	\$170.87	\$170.87	\$179.53	\$154.77	\$2,255.95
Costo de Producción	\$1,089.68	\$562.66	\$573.56	\$624.35	\$548.96	\$546.64	\$573.56	\$547.45	\$546.64	\$546.64	\$573.56	\$497.47	\$7,213.63
Costo de Venta													
(+) INV. INIC. de Prod. Term.	\$143.50	\$602.10	\$546.64	\$574.37	\$625.86	\$546.64	\$546.64	\$574.37	\$546.64	\$546.64	\$546.64	\$574.37	\$143.50
(-) INV. FINAL de Prod. Term.	-\$602.10	-\$546.64	-\$574.37	-\$625.86	-\$546.64	-\$546.64	-\$574.37	-\$546.64	-\$546.64	-\$546.64	-\$574.37	-\$495.14	-\$495.14
Costo de Venta	\$631.08	\$618.11	\$545.83	\$572.86	\$628.18	\$546.64	\$545.83	\$575.18	\$546.64	\$546.64	\$545.83	\$576.69	\$6,861.99

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 49.***Presupuesto de gasto de venta y de administración***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Salarios													
Comisiones													
Gastos de Venta	\$594.90	\$595.74	\$594.90	\$551.43	\$650.46	\$594.90	\$594.90	\$551.43	\$594.90	\$594.90	\$594.90	\$551.43	\$7,064.78
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Gastos de Administración	\$63.50	\$63.59	\$63.50	\$58.86	\$69.43	\$63.50	\$63.50	\$58.86	\$63.50	\$63.50	\$63.50	\$58.86	\$754.12
Gastos de Operación	\$658.40	\$659.34	\$658.40	\$610.29	\$719.89	\$658.40	\$658.40	\$610.29	\$658.40	\$658.40	\$658.40	\$610.29	\$7,818.90

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

e) **Presupuesto de calendarios.**

Tabla 50.***Presupuesto de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	140	154	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	1,778
PREC VTA UNITARIO	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00	\$10.00
TOTAL	\$1,400.00	\$1,540.00	\$1,400.00	\$1,680.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,680.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,400.00	\$1,680.00	\$17,780.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 51.**Presupuesto de producción en unidades**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	140	154	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	1,778
(+) INV FINAL (PT)	154	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	125	125
NECESIDAD TOTAL	294	294	308	308	280	280	308	308	280	280	308	293	1903
(-) INV. INICIAL (PT)	(10.00)	(154.00)	(140.00)	(168.00)	(140.00)	(140.00)	(140.00)	(168.00)	(140.00)	(140.00)	(140.00)	(168.00)	(10.00)
<i>UNIDADES A PRODUCIR</i>	284.00	140.00	168.00	140.00	140.00	140.00	168.00	140.00	140.00	140.00	168.00	125.00	1893.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 52.**Presupuesto de compra de materia prima**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	284	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	125	1893.00
MADERA (A)	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09
PLAYWOOD 4MM (B)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Consumo de MP A	25	12	15	12	12	12	15	12	12	12	15	11	165
Consumo de MP B	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
COMPRAS A													
U de Consumo	25	12	15	12	12	12	15	12	12	12	15	11	165
(+) U finales (MP A)	5	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2
NECESIDADES TOTAL	30	15	18	15	15	15	18	15	15	15	18	13	167
(-) U Iniciales (MP)	(5.00)	(2.44)	(2.93)	(2.44)	(2.44)	(2.44)	(2.93)	(2.44)	(2.44)	(2.44)	(2.93)	(2.18)	(5.00)
Unidades a Comprar	25	12	15	12	12	12	15	12	12	12	15	11	162
Prec. Unit. de Compra	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
<i>Total Compra MP A</i>	\$40.74	\$20.13	\$24.15	\$20.13	\$20.13	\$20.13	\$24.15	\$20.13	\$20.13	\$20.13	\$24.15	\$17.97	\$267.46

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COMPRAS B													
U de Consumo	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
(+) U finales (MP A)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NECESIDADES TOTAL	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
(-) U Iniciales (MP)	(3.00)	(0.11)	(0.06)	(0.07)	(0.06)	(0.06)	(0.06)	(0.07)	(0.06)	(0.06)	(0.06)	(0.07)	(3.00)
U a Comprar	(2.31)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
P U de Compra	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
<i>Total Compra MP B</i>	<i>-\$32.38</i>	<i>\$3.14</i>	<i>\$4.90</i>	<i>\$3.79</i>	<i>\$3.95</i>	<i>\$3.95</i>	<i>\$4.90</i>	<i>\$3.79</i>	<i>\$3.95</i>	<i>\$3.95</i>	<i>\$4.90</i>	<i>\$3.28</i>	<i>\$12.12</i>
RESUMEN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COMPRAS A	\$40.74	\$20.13	\$24.15	\$20.13	\$20.13	\$20.13	\$24.15	\$20.13	\$20.13	\$20.13	\$24.15	\$17.97	\$267.46
COMPRAS B	-\$32.38	\$3.14	\$4.90	\$3.79	\$3.95	\$3.95	\$4.90	\$3.79	\$3.95	\$3.95	\$4.90	\$3.28	\$12.12
<i>TOTAL</i>	<i>\$8.36</i>	<i>\$23.26</i>	<i>\$29.05</i>	<i>\$23.92</i>	<i>\$24.08</i>	<i>\$24.08</i>	<i>\$29.05</i>	<i>\$23.92</i>	<i>\$24.08</i>	<i>\$24.08</i>	<i>\$29.05</i>	<i>\$21.25</i>	<i>\$279.59</i>

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 53.

Presupuesto de mano de obra directa

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	284	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	125	1893
STD MO DIRECTA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HORAS TOTALES	284	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	125	1893
COSTO POR HORA	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.43	\$1.85
<i>COSTO TOTAL MOD</i>	<i>\$407.34</i>	<i>\$200.80</i>	<i>\$240.96</i>	<i>\$200.80</i>	<i>\$200.80</i>	<i>\$200.80</i>	<i>\$240.96</i>	<i>\$200.80</i>	<i>\$200.80</i>	<i>\$200.80</i>	<i>\$240.96</i>	<i>\$179.29</i>	<i>\$3,502.05</i>

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 54.***Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
HORAS TOTALES	284	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	125	1893
CIF UNITARIO	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65	\$0.65
COSTO CIF	\$185.76	\$91.57	\$109.89	\$91.57	\$91.57	\$91.57	\$109.89	\$91.57	\$91.57	\$91.57	\$109.89	\$81.76	\$1,238.18

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 55.***Presupuesto de costo unitario de producción.***

	Unidades	Costo Unitario	Costo
Materia Prima A	0.09	\$1.65	\$0.14
Materia Prima B	0.00	\$14.00	\$0.03
Mano de Obra Directa	1	\$1.43	\$1.43
CIF	1	0.65	0.65
COSTO UNITARIO TOTAL			\$2.26

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 56.***Presupuesto de inventario final.***

Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mat. Prim. A (U Finales)	4.9	2.4	2.9	2.4	2.4	2.4	2.9	2.4	2.4	2.4	2.9	2.2	2.2
Mat. Prim. B (U Finales)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Cost. Unit. Mat. Prim. A	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Cost. Unit. Mat. Prim. B	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Cost. Inv Final Mat. Prim. A	\$8.17	\$4.03	\$4.83	\$4.03	\$4.03	\$4.03	\$4.83	\$4.03	\$4.03	\$4.03	\$4.83	\$3.59	\$3.59
Cost. Inv Final Mat. Prim. B	\$1.60	\$0.79	\$0.95	\$0.79	\$0.79	\$0.79	\$0.95	\$0.79	\$0.79	\$0.79	\$0.95	\$0.71	\$0.71
total MP (A+B)	\$9.77	\$4.82	\$5.78	\$4.82	\$4.82	\$4.82	\$5.78	\$4.82	\$4.82	\$4.82	\$5.78	\$4.30	\$4.30
Prod Term "P5"	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Unidades finales	154	140	168	140	140	140	168	140	140	140	168	125	125
Costo unitario	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26	\$2.26
Inventario Final	\$348.09	\$316.45	\$379.74	\$316.45	\$316.45	\$316.45	\$379.74	\$316.45	\$316.45	\$316.45	\$379.74	\$282.54	\$282.54

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 57.***Presupuesto de consumo de materia prima***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Inv Inicial	\$50.25	\$9.77	\$4.82	\$5.78	\$4.82	\$4.82	\$4.82	\$5.78	\$4.82	\$4.82	\$4.82	\$5.78	\$50.25
(+) Compras	\$8.36	\$23.26	\$29.05	\$23.92	\$24.08	\$24.08	\$29.05	\$23.92	\$24.08	\$24.08	\$29.05	\$21.25	\$279.59
Materia Prima Disponible	\$58.61	\$33.03	\$33.86	\$29.70	\$28.89	\$28.89	\$33.86	\$29.70	\$28.89	\$28.89	\$33.86	\$27.03	\$329.84
(-) Inv Final	-\$9.77	-\$4.82	-\$5.78	-\$4.82	-\$4.82	-\$4.82	-\$5.78	-\$4.82	-\$4.82	-\$4.82	-\$5.78	-\$4.30	-\$4.30
Consumo de MP	\$48.84	\$28.22	\$28.09	\$24.88	\$24.08	\$24.08	\$28.09	\$24.88	\$24.08	\$24.08	\$28.09	\$22.73	\$325.54

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 58.***Presupuesto de costo de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COSTO DE Mat. Prim.	\$48.84	\$28.22	\$28.09	\$24.88	\$24.08	\$24.08	\$28.09	\$24.88	\$24.08	\$24.08	\$28.09	\$22.73	\$325.54
COSTO DE Mano Obra Direc.	\$407.34	\$200.80	\$240.96	\$200.80	\$200.80	\$200.80	\$240.96	\$200.80	\$200.80	\$200.80	\$240.96	\$179.29	\$3,502.05
CIF	\$185.76	\$91.57	\$109.89	\$91.57	\$91.57	\$91.57	\$109.89	\$91.57	\$91.57	\$91.57	\$109.89	\$81.76	\$1,238.18
COSTO DE PRODUCCION	\$641.94	\$320.59	\$378.93	\$317.25	\$316.45	\$316.45	\$378.93	\$317.25	\$316.45	\$316.45	\$378.93	\$283.78	\$5,065.77
COSTO DE VENTA													
(+) INV. INIC. de Prod. Term.	\$100.00	\$348.09	\$316.45	\$379.74	\$316.45	\$316.45	\$316.45	\$379.74	\$316.45	\$316.45	\$316.45	\$379.74	\$100.00
(-) INV. FINAL de Prod. Term.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-\$282.54
COSTO DE VENTA	\$393.84	\$352.23	\$315.64	\$380.54	\$316.45	\$316.45	\$315.64	\$380.54	\$316.45	\$316.45	\$315.64	\$380.97	\$4,883.23

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 59.***Presupuesto de gasto de venta y de administración***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
SALARIOS													
COMISIONES													
GASTOS DE VENTA	\$603.52	\$603.58	\$603.52	\$638.90	\$576.35	\$603.52	\$603.52	\$638.90	\$603.52	\$603.52	\$603.52	\$638.90	\$7,321.27
GASTOS DE ADMINISTR.	\$64.42	\$64.43	\$64.42	\$68.20	\$61.52	\$64.42	\$64.42	\$68.20	\$64.42	\$64.42	\$64.42	\$68.20	\$781.50
GASTOS DE OPERACIÓN	\$667.94	\$668.01	\$667.94	\$707.09	\$637.87	\$667.94	\$667.94	\$707.09	\$667.94	\$667.94	\$667.94	\$707.09	\$8,102.77

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

f) Presupuesto de porta retratos grande.

Tabla 60.

Presupuesto de venta

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	128	141	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	1,660
PREC VTA UNITARIO	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00	\$15.00
<i>TOTAL</i>	\$1,920.00	\$2,115.00	\$1,920.00	\$2,475.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$2,475.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$1,920.00	\$2,475.00	\$24,900.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 61.

Presupuesto de producción en unidades

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A VENDER	128	141	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	1,660
(+) INV FINAL (PT)	141	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	125	125
NECESID TOTAL	269	269	293	293	256	256	293	293	256	256	293	290	1785
(-) INV. INICIAL (PT)	(12.00)	(141.00)	(128.00)	(165.00)	(128.00)	(128.00)	(128.00)	(165.00)	(128.00)	(128.00)	(128.00)	(165.00)	(12.00)
<i>UNIDADES A PRODUCIR</i>	257.00	128.00	165.00	128.00	128.00	128.00	165.00	128.00	128.00	128.00	165.00	125.00	1773.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 62.***Presupuesto de compra de materia prima***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	257	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	125	1773.00
MADERA (A)	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037	0.037
PLAYWOOD 4MM (B)	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021	0.021
VIDRIO M (C)	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Consumo de MP A	9.4	4.7	6.0	4.7	4.7	4.7	6.0	4.7	4.7	4.7	6.0	4.6	64.8
Consumo de MP B	5.3	2.7	3.4	2.7	2.7	2.7	3.4	2.7	2.7	2.7	3.4	2.6	36.8
Consumo de MP C	257.0	128.0	165.0	128.0	128.0	128.0	165.0	128.0	128.0	128.0	165.0	125.0	1773.0
COMPRAS A													
U de Consumo	9.4	4.7	6.0	4.7	4.7	4.7	6.0	4.7	4.7	4.7	6.0	4.6	64.8
(+) U finales (MP A)	1.9	0.9	1.2	0.9	0.9	0.9	1.2	0.9	0.9	0.9	1.2	0.9	0.9
NECESIDADES TOTAL	11.3	5.6	7.2	5.6	5.6	5.6	7.2	5.6	5.6	5.6	7.2	5.5	65.7
(-) U Iniciales (MP)	(5.00)	(0.94)	(1.21)	(0.94)	(0.94)	(0.94)	(1.21)	(0.94)	(0.94)	(0.94)	(1.21)	(0.91)	(5.00)
Unidades a Comprar	6.3	4.7	6.0	4.7	4.7	4.7	6.0	4.7	4.7	4.7	6.0	4.6	60.7
Prec. Unit. de Compra	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
<i>Total Compra MP A</i>	\$10.34	\$7.71	\$9.94	\$7.71	\$7.71	\$7.71	\$9.94	\$7.71	\$7.71	\$7.71	\$9.94	\$7.53	\$100.11
COMPRAS B													
U de Consumo	5.33	2.66	3.42	2.66	2.66	2.66	3.42	2.66	2.66	2.66	3.42	2.59	36.78
(+) U finales (MP A)	1.07	0.53	0.68	0.53	0.53	0.53	0.68	0.53	0.53	0.53	0.68	0.52	0.52
NECESIDADES TOTAL	6.40	3.19	4.11	3.19	3.19	3.19	4.11	3.19	3.19	3.19	4.11	3.11	37.30
(-) U Iniciales (MP)	-3.00	-1.07	-0.53	-0.68	-0.53	-0.53	-0.53	-0.68	-0.53	-0.53	-0.53	-0.68	-3.00
U a Comprar	3.40	2.12	3.58	2.50	2.66	2.66	3.58	2.50	2.66	2.66	3.58	2.43	34.30
P U de Compra	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
<i>Total Compra MP B</i>	\$47.56	\$29.68	\$50.07	\$35.02	\$37.17	\$37.17	\$50.07	\$35.02	\$37.17	\$37.17	\$50.07	\$33.98	\$480.16

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
COMPRAS C													
U de Consumo	257.00	128.00	165.00	128.00	128.00	128.00	165.00	128.00	128.00	128.00	165.00	125.00	1773.00
(+) U finales (MP A)	51.40	25.60	33.00	25.60	25.60	25.60	33.00	25.60	25.60	25.60	33.00	25.00	25.00
NECESIDADES TOTAL	308.40	153.60	198.00	153.60	153.60	153.60	198.00	153.60	153.60	153.60	198.00	150.00	1798.00
(-) U Iniciales (MP)	-15.00	-51.40	-25.60	-33.00	-25.60	-25.60	-25.60	-33.00	-25.60	-25.60	-25.60	-33.00	-15.00
U a Comprar	293.40	102.20	172.40	120.60	128.00	128.00	172.40	120.60	128.00	128.00	172.40	117.00	1783.00
P U de Compra	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20
<i>Total Compra MP C</i>	\$58.68	\$20.44	\$34.48	\$24.12	\$25.60	\$25.60	\$34.48	\$24.12	\$25.60	\$25.60	\$34.48	\$23.40	\$356.60
RESUMEN													
COMPRAS A	\$10.34	\$7.71	\$9.94	\$7.71	\$7.71	\$7.71	\$9.94	\$7.71	\$7.71	\$7.71	\$9.94	\$7.53	\$100.11
COMPRAS B	\$47.56	\$29.68	\$50.07	\$35.02	\$37.17	\$37.17	\$50.07	\$35.02	\$37.17	\$37.17	\$50.07	\$33.98	\$480.16
COMPRAS C	<u>\$58.68</u>	<u>\$20.44</u>	<u>\$34.48</u>	<u>\$24.12</u>	<u>\$25.60</u>	<u>\$25.60</u>	<u>\$34.48</u>	<u>\$24.12</u>	<u>\$25.60</u>	<u>\$25.60</u>	<u>\$34.48</u>	<u>\$23.40</u>	<u>\$356.60</u>
<i>TOTAL</i>	\$116.58	\$57.83	\$94.49	\$66.86	\$70.49	\$70.49	\$94.49	\$66.86	\$70.49	\$70.49	\$94.49	\$64.91	\$936.87

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 63.

Presupuesto de compra de mano de obra directa

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
UNIDADES A PRODUCIR	257	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	125	1773
STD MO DIRECTA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
HORAS TOTALES	257	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	125	1773
COSTO POR HORA	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40	\$1.40
<i>COSTO TOTAL MOD</i>	\$359.43	\$179.02	\$230.76	\$179.02	\$179.02	\$179.02	\$230.76	\$179.02	\$179.02	\$179.02	\$230.76	\$174.82	\$2,479.67

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 64.***Presupuesto de gastos de fabricación (CIF unidades)***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
HORAS	257	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	125	1773
TOTALES													
CIF UNITARIO	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25
COSTO CIF	320.78	159.77	205.95	159.77	159.77	159.77	205.95	159.77	159.77	159.77	205.95	156.02	2213.01

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 65.***Presupuesto de costo unitario de producción.***

	Unidades	Costo Unitario	Costo
Materia Prima A	0.037	\$1.65	\$0.06
Materia Prima B	0.021	\$14.00	\$0.29
Materia Prima C	1.000	\$0.20	\$0.20
Mano de Obra Directa	1	\$1.40	\$1.40
CIF	1	1.25	1.25
COSTO UNITARIO TOTAL			\$3.20

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 66. Presupuesto de inventario final.

Materia Prima	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Mat. Prim. A (U Finales)	1.9	0.9	1.2	0.9	0.9	0.9	1.2	0.9	0.9	0.9	1.2	0.9	0.9
Mat. Prim. B (U Finales)	1.1	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5
Mat. Prim. C (U Finales)	51.4	25.6	33.0	25.6	25.6	25.6	33.0	25.6	25.6	25.6	33.0	25.0	25.0
Cost. Unit. Mat. Prim. A	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Cost. Unit. Mat. Prim. B	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Cost. Unit. Mat. Prim. C	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20	\$0.20
Cost. Inv Final Mat. Prim. A	\$3.10	\$1.54	\$1.99	\$1.54	\$1.54	\$1.54	\$1.99	\$1.54	\$1.54	\$1.54	\$1.99	\$1.51	\$1.51
Cost. Inv Final Mat. Prim. B	\$14.93	\$7.43	\$9.58	\$7.43	\$7.43	\$7.43	\$9.58	\$7.43	\$7.43	\$7.43	\$9.58	\$7.26	\$7.26
Cost. Inv Final Mat. Prim. C	\$10.28	\$5.12	\$6.60	\$5.12	\$5.12	\$5.12	\$6.60	\$5.12	\$5.12	\$5.12	\$6.60	\$5.00	\$5.00
total MP (A+B+C+D+E)	\$28.30	\$14.10	\$18.17	\$14.10	\$14.10	\$14.10	\$18.17	\$14.10	\$14.10	\$14.10	\$18.17	\$13.77	\$13.77
Prod Term "P6"													
Unidades finales	141	128	165	128	128	128	165	128	128	128	165	125	125
Costo unitario	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20	\$3.20
Inventario Final	\$450.84	\$409.27	\$527.57	\$409.27	\$409.27	\$409.27	\$527.57	\$409.27	\$409.27	\$409.27	\$527.57	\$399.68	\$399.68

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 67.**Presupuesto de consumo de materia prima**

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Inv Inicial	\$50.25	\$28.30	\$14.10	\$18.17	\$14.10	\$14.10	\$14.10	\$18.17	\$14.10	\$14.10	\$14.10	\$18.17	\$50.25
(+) Compras	\$116.58	\$57.83	\$94.49	\$66.86	\$70.49	\$70.49	\$94.49	\$66.86	\$70.49	\$70.49	\$94.49	\$64.91	\$936.87
Materia Prima Disponible	\$166.83	\$86.14	\$108.59	\$85.03	\$84.58	\$84.58	\$108.59	\$85.03	\$84.58	\$84.58	\$108.59	\$83.08	\$987.12
(-) Inv Final	-\$28.30	-\$14.10	-\$18.17	-\$14.10	-\$14.10	-\$14.10	-\$18.17	-\$14.10	-\$14.10	-\$14.10	-\$18.17	-\$13.77	-\$13.77
Consumo de MP	\$138.52	\$72.04	\$90.42	\$70.93	\$70.49	\$70.49	\$90.42	\$70.93	\$70.49	\$70.49	\$90.42	\$69.32	\$973.36

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 68.***Presupuesto de costo de venta***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Costo de MP.	\$138.52	\$72.04	\$90.42	\$70.93	\$70.49	\$70.49	\$90.42	\$70.93	\$70.49	\$70.49	\$90.42	\$69.32	\$973.36
Costo de MOD	\$359.43	\$179.02	\$230.76	\$179.02	\$179.02	\$179.02	\$230.76	\$179.02	\$179.02	\$179.02	\$230.76	\$174.82	\$2,479.67
CIF	\$320.78	\$159.77	\$205.95	\$159.77	\$159.77	\$159.77	\$205.95	\$159.77	\$159.77	\$159.77	\$205.95	\$156.02	\$2,213.01
Costo de Producción	\$818.74	\$410.82	\$527.13	\$409.72	\$409.27	\$409.27	\$527.13	\$409.72	\$409.27	\$409.27	\$527.13	\$400.16	\$5,666.03
Costo de Venta													
(+) Inv. Inic. de Prod. Term.	\$180.00	\$450.84	\$409.27	\$527.57	\$409.27	\$409.27	\$409.27	\$527.57	\$409.27	\$409.27	\$409.27	\$527.57	\$180.00
(-) Inv. Final de Prod. Term.	-\$450.84	-\$409.27	-\$527.57	-\$409.27	-\$409.27	-\$409.27	-\$527.57	-\$409.27	-\$409.27	-\$409.27	-\$527.57	-\$399.68	-\$399.68
Costo De Venta	\$547.90	\$452.39	\$408.82	\$528.02	\$409.27	\$409.27	\$408.82	\$528.02	\$409.27	\$409.27	\$408.82	\$528.06	\$5,446.35

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 69.***Presupuesto de gasto de venta y de administración***

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Salarios													
Comisiones													
Gastos de Venta	\$551.79	\$552.63	\$551.79	\$627.49	\$526.95	\$551.79	\$551.79	\$627.49	\$551.79	\$551.79	\$551.79	\$627.49	\$6,824.58
Gastos de Administración	\$58.90	\$58.99	\$58.90	\$66.98	\$56.25	\$58.90	\$58.90	\$66.98	\$58.90	\$58.90	\$58.90	\$66.98	\$728.48
GASTOS DE OPERACIÓN	\$610.69	\$611.62	\$610.69	\$694.47	\$583.20	\$610.69	\$610.69	\$694.47	\$610.69	\$610.69	\$610.69	\$694.47	\$7,553.06

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 70.***Estado de resultados consolidado***

	Porta Vasos Vaciado	Lapiceras	Cajas de Té	Cofres	Calendarios	Porta Retratos Grande	TOTAL
VENTAS	12,696.00	24,200.00	28,380.00	17,537.75	17,780.00	24,900.00	125,493.75
(-) Costo de Ventas	5,686.61	8,852.07	5,576.67	6,879.52	4,100.85	5,447.94	36,543.65
Utilidad Bruta	7,009.39	15,347.93	22,803.33	10,658.23	13,679.15	19,452.06	88,950.10
	-	-	-	-	-	-	-
(-) Gastos de Operación	7,232.45	13,837.89	6,466.70	7,818.90	8,102.77	7,553.06	51,011.76
Gasto de Venta	6,534.89	12,503.25	5,843.00	7,064.78	7,321.27	6,824.58	46,091.76
Gasto de Administración	697.56	1,334.64	623.70	754.12	781.50	728.48	4,920.00
(-) Gastos Financieros	969.74	969.74	969.74	969.74	969.74	969.74	5,818.44
	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad de Operación	(223.05)	1,510.04	16,336.63	2,839.34	5,576.38	11,899.00	32,119.90
(+) Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-
(-) Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad Antes de Impuestos	(223.05)	1,510.04	16,336.63	2,839.34	5,576.38	11,899.00	32,119.90
Impuesto Sobre La Renta							6,241.69
UTILIDAD NETA	(167.29)	1,132.53	12,252.47	2,129.50	4,182.29	8,924.25	25,878.21

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

NOTA: Para facilitar la comprensión y lectura de los diferentes presupuestos ver el **anexo 4**, en cual se detallan una serie de tablas resumen que contienen los costos consolidados de los seis productos seleccionados.

- **Flujo de caja proyectado.**

El flujo de caja es el registro de todos los ingresos y egresos a la caja a lo largo del tiempo, dicho flujo se proyecta a 5 años, tal y como se refleja en la tabla 71 y 72, para evaluar la viabilidad del plan de inversión.

Tabla 71.

Flujo de caja mensual proyectado para el año 2020

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
INGRESOS DE CAJA	\$ 18,364.94	\$ 10,929.00	\$ 9,934.50	\$ 11,481.25	\$ 10,579.50	\$ 9,934.50	\$ 9,934.50	\$ 11,481.25	\$ 9,934.50	\$ 9,934.50	\$ 9,934.50	\$ 11,481.25
VENTAS	\$ 9,934.50	\$ 10,929.00	\$ 9,934.50	\$ 11,481.25	\$ 10,579.50	\$ 9,934.50	\$ 9,934.50	\$ 11,481.25	\$ 9,934.50	\$ 9,934.50	\$ 9,934.50	\$ 11,481.25
APORTES DE CAPITAL	\$ 8,430.44											
EGRESOS DE CAJA	\$ 9,476.65	\$ 9,344.00	\$ 8,889.21	\$ 9,477.10	\$ 9,144.50	\$ 8,893.64	\$ 8,889.21	\$ 9,481.33	\$ 8,893.64	\$ 8,893.64	\$ 8,889.21	\$ 9,482.55
COSTO DE VENTAS	\$ 3,444.04	\$ 3,181.57	\$ 2,856.60	\$ 3,242.59	\$ 3,027.69	\$ 2,861.03	\$ 2,856.60	\$ 3,246.83	\$ 2,861.03	\$ 2,861.03	\$ 2,856.60	\$ 3,248.04
GASTOS DE VENTA	\$ 3,840.98											
SALARIOS	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34	\$ 608.34
SALA DE VENTAS	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64	\$ 3,132.64
TRANSPORTE	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 410.00											
ADMINISTRADOR	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00	\$ 400.00
CONTADOR	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
GASTOS DE FINANCIEROS	\$ 484.87											
PRESTAMO	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87	\$ 484.87
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 1,296.76	\$ 1,426.57	\$ 1,296.76	\$ 1,498.66	\$ 1,380.95	\$ 1,296.76	\$ 1,296.76	\$ 1,498.66	\$ 1,296.76	\$ 1,296.76	\$ 1,296.76	\$ 1,498.66
PAGO A CUENTA	\$ 153.85	\$ 169.25	\$ 153.85	\$ 177.81	\$ 163.84	\$ 153.85	\$ 153.85	\$ 177.81	\$ 153.85	\$ 153.85	\$ 153.85	\$ 177.81
IVA	\$ 1,142.91	\$ 1,257.32	\$ 1,142.91	\$ 1,320.85	\$ 1,217.11	\$ 1,142.91	\$ 1,142.91	\$ 1,320.85	\$ 1,142.91	\$ 1,142.91	\$ 1,142.91	\$ 1,320.85
FLUJO DEL MES	\$ 8,888.29	\$ 1,585.00	\$ 1,045.29	\$ 2,004.15	\$ 1,435.00	\$ 1,040.86	\$ 1,045.29	\$ 1,999.92	\$ 1,040.86	\$ 1,040.86	\$ 1,045.29	\$ 1,998.70
FLUJO ACUMULADO	\$ 8,888.29	\$ 10,473.30	\$ 11,518.58	\$ 13,522.74	\$ 14,957.74	\$ 15,998.60	\$ 17,043.89	\$ 19,043.80	\$ 20,084.67	\$ 21,125.53	\$ 22,170.81	\$ 24,169.51

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Como se observa en el flujo de caja se muestran los ingresos mensuales obtenidos por el Taller San Ignacio a través de sus ventas, mostrando al inicio del mes un aporte de capital que corresponde a la inversión inicial requerida para que este pueda poner en marcha la expansión a la ciudad capital con su nueva sala de ventas, seguido de esto se muestran los egresos de caja.

Los egresos de caja reflejan los gastos en los que se van a incurrir para dar mantenimiento a la sala de ventas y a la producción de las artesanías que se expondrán para su venta en dicha sala, así mismo, durante el año presupuestado 2020 tenemos entre los egresos los gastos financieros; dichos gastos corresponden al financiamiento obtenido para dar inicio al plan de inversión, este financiamiento está presupuestado a dos años plazo, por un monto de diez mil dólares a una tasa del 15%.

El flujo de caja también muestra el gasto por impuestos en el que se deberá incurrir mensualmente, éstos corresponden al anticipo a cuenta del impuesto sobre la renta del 1.75% y al 13% del impuesto a la transferencia de bienes muebles y la prestación de servicios.

Al finalizar el mes la utilidad obtenida, lo que se traduce en el efectivo líquido del que dispone el taller, así también permite analizar la relación entre las ventas y el costos de estas, lo que permite conocer que para los siguientes meses no se necesita de mayores aportes de capital puesto que los ingresos están cubriendo los gastos y generando utilidad lo que permite tener una liquidez inmediata.

Es así como se concluye la rentabilidad que obtendrá el taller a través de la nueva sala de ventas.

Tabla 72.

Flujo de caja anual proyectado para 4 años

	2021	2022	2023	2024
INGRESOS DE CAJA	\$ 150,592.50	\$ 156,867.19	\$ 163,141.88	\$ 169,416.56
VENTAS	\$ 150,592.50	\$ 156,867.19	\$ 163,141.88	\$ 169,416.56
APORTES DE CAPITAL				
EGRESOS DE CAJA	\$ 97,808.22	\$ 91,989.78	\$ 93,816.96	\$ 95,644.14
COSTO DE VENTAS	\$ 40,198.02	\$ 40,198.02	\$ 42,025.20	\$ 43,852.38
GASTOS DE VENTA	\$ 46,391.76	\$ 46,391.76	\$ 46,391.76	\$ 46,391.76
SALARIOS	\$ 7,300.08	\$ 7,300.08	\$ 7,300.08	\$ 7,300.08
SALA DE VENTAS	\$ 37,591.68	\$ 37,591.68	\$ 37,591.68	\$ 37,591.68
TRANSPORTE	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00	\$ 5,400.00
ADMINISTRADOR	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
CONTADOR	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
GASTOS DE FINANCIEROS	\$ 5,818.44	\$ -	\$ -	\$ -
PRÉSTAMO	\$ 5,818.44	\$ -	\$ -	\$ -
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	\$ 7,243.56	\$ 10,654.94	\$ 11,772.63	\$ 12,890.32
ISR DEL EJERCICIO	\$ 7,243.56	\$ 10,654.94	\$ 11,772.63	\$ 12,890.32
FLUJO DEL AÑO	\$ 45,540.72	\$ 64,877.41	\$ 69,324.91	\$ 73,772.42
FLUJO ACUMULADO	\$ 45,540.72	\$ 110,418.13	\$ 179,743.04	\$ 253,515.46

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

– **Estados financieros presupuestados.**

Los resultados de la empresa se ven reflejados en los estados financieros que se detallan desde la tabla 73 a 75.

Tabla 73.

Balance general

TALLER SAN IGNACIO
JOSE GUILLERMO REYES
BALANCE GENERAL

Al 31 de diciembre de 2020

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

<u>ACTIVOS</u>	<u>2020</u>
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo en caja y bancos	35,676.40
Inventarios	2,458.55
Inventario de Materia Prima	1,200.00
Cuentas por Cobrar	3,500.00
Total activo corriente	42,834.94
ACTIVO NO CORRIENTE	
Propiedad Planta y Equipo	7,948.29
Depreciación Acumulada	(6,881.29)
Activos Intangibles	300.00
Amortización de Intangibles	(75.00)
Total activo no corriente	1,292.00
TOTAL ACTIVOS	44,126.94
PASIVO CORRIENTE	
Impuesto por Pagar	7740.36
Préstamos Bancarios	484.87
Total pasivo corriente	8,225.23
PASIVO NO CORRIENTE	
Préstamo a largo plazo	5,818.40
Total pasivo no corriente	5,818.40
PATRIMONIO	
Capital Social	2,000.00
Utilidad del Ejercicio	25,878.21
Utilidades Acumuladas	2205.10
Total Patrimonio	30,083.31
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	44,126.94

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 74.

Estado de resultados

TALLER SAN IGNACIO
ESTADOS DE RESULTADOS
JOSE GUILLERMO REYES

Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

		<u>2020</u>
Ingresos		
Venta	US\$	125,493.75
Costo de Ventas		36,543.65
Total ingresos		88,950.10
Gastos de operación		
Gastos de administración		46,091.76
Gastos de ventas		4,920.00
Gastos financieros		5,818.40
Total gastos		56,830.16
Utilidad (Pérdida) de operación		32,119.94
Menos:		
Impuesto sobre la renta		6,241.70
Utilidad neta	US\$	25,878.24

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Tabla 75.

Estado de cambios en el patrimonio

TALLER SAN IGNACIO
JOSE GUILLERMO REYES
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2020

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

		CAPITAL	UTILIDADES ACUMULADAS	TOTAL
Saldos al 31 de diciembre de 2018	US\$	2,000.00	10,845.79	12,845.79
Aumentos		-	-	-
Disminuciones		-	8,640.69	8,640.69
Utilidad del ejercicio		-	25,878.21	25,878.21
			-	-
Saldos al 31 de diciembre de 2020	US\$	2,000.00	28,083.31	30,083.31

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

CONCLUSIONES

Es importante contar con un plan de inversión que le permita al Taller San Ignacio trazar una ruta de acción para garantizar la rentabilidad de la inversión, minimizar los riesgos de la misma y de esta forma dar solución a los obstáculos e imprevistos que puedan surgir.

La determinación de los costos es fundamental para lograr el éxito del negocio, ya que con ella puede conocerse si el precio con el que se venden los artículos producidos permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos y gastos relacionados con el funcionamiento del taller.

Con la elaboración de un conjunto de Estados Financieros Presupuestados es posible conocer anticipadamente la repercusión que tendrá en la situación financiera y en el resultado de las operaciones futuras del taller, al invertir en el establecimiento de una sala de ventas en el área metropolitana de San Salvador.

Mediante la ejecución de un estudio de mercado, técnico y financiero se determinó que en efecto el plan de inversión, que consiste en el establecimiento de una sala de ventas en el área metropolitana de San Salvador, es factible ya que se ha demostrado que el negocio cuenta con los recursos necesarios para poner en marcha dicho plan y mantenerlo en funcionamiento.

RECOMENDACIONES

Es conveniente que el Taller San Ignacio utilice el plan de inversión expuesto en este trabajo de investigación, ya que dicho plan está organizado, detallado y personalizado a las necesidades del taller, de forma que permite alcanzar sus objetivos financieros, tomando en consideración los costos y recursos necesarios para dar inicio al proyecto.

Se recomienda que Taller San Ignacio implemente una estructura para la determinación de sus costos de producción que le permita establecer un precio de venta adecuado para la recuperación de sus costos y la obtención de beneficios.

Se aconseja a Taller San Ignacio implementar contabilidad formal que le permita estructurar de forma ordenada y consistente sus activos, pasivos y capital, lo que a su vez facilitara la presentación de su información financiera en un conjunto de estados financieros que permita la oportuna toma de decisiones.

Dado que se ha demostrado que el plan de inversión es factible se recomienda a Taller San Ignacio el establecimiento de una sala de ventas en el centro comercial Metrocentro, ubicado en el área metropolitana de San Salvador.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa. (Julio de 2011). *Estrategia Integral De Desarrollo Artesanal En El Salvador*. San Salvador, El Salvador .
- Brand, O. (1994). *Diccionario De Ciencias Económicas De El Salvador* . San Salvador .
- ChalatenangoSV. (2018). *ChalatenangoSV.com*. Obtenido de <https://www.chalatenangosv.com/>
- Díaz, P. B. (8 de marzo de 2009). Evolución de los telares y ligamentos a través de la historia.
- Escobar Garcia , I., Guerra Cáceres , G., & López Melara, K. E. (2010). *Desarrollo Empresarial y Competitividad del Sector Productor de Muebles Artesanales de Madera*. Trabajo de Pregrado, Universidad de El Salvador , San Salvador , San Salvador.
- Foundation, I. (2015). *Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES)*. London: IFRS Foundation Publications Department.
- Gómez, M. d. (2014). *Administración Financiera I Una introducción*. El Salvador: Ediciones Contables de El Salvador.
- IFRS, F. (2012). *Normas Internacionales de Información Financiera*. Londres: IASC.
- Reyes, G. O. (20 de Marzo de 2018). Taller San Ignacio. (P. M. Aparicio, Entrevistador)
- Vaquerano, M. (cinco de Marzo de 2018). Taller San Ignacio. (Á. A. Morales, Entrevistador)
- Wikipedia. (16 de Diciembre de 2017). *Wikipedia La Enciclopedia Libre* . Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Telar>

ANEXOS

Anexo 1. Guía de preguntas para entrevistar a Guillermo Reyes, administrador único de Taller

San Ignacio

1. ¿Están constituidos legalmente?
2. ¿Bajo qué tipo de sociedad están constituidos?
3. ¿Cuál es su nombre comercial?
4. ¿Reciben apoyo de algún tipo de organización?
5. ¿Qué tipo de apoyo reciben de dicha organización?
6. ¿Con cuántos empleados cuenta Taller San Ignacio?
7. ¿En qué áreas está dividido el proceso de elaboración de artesanías?
8. ¿Cuántos empleados participan en cada área?
9. ¿Qué tipo de artesanías venden?
10. ¿Cuáles son las artesanías de mayor demanda?
11. ¿Bajo qué modalidad realizan sus ventas?
12. ¿Poseen un local para mostrar y vender sus artesanías?
13. ¿En qué parte del país venden mayormente sus artesanías?
14. ¿Qué materiales utilizan para la elaboración de las artesanías?
15. ¿Cómo determinan el precio de las artesanías?
16. ¿Llevan registros contables dentro de la empresa?
17. ¿Qué tipo de registros contables utilizan?
18. ¿Emiten algún tipo de comprobante de pago (factura, comprobante de crédito fiscal, tickets)?
Mencione cuáles
19. ¿Cómo determinan los costos de sus productos?
20. ¿Tienen previsto realizar proyectos de inversión?

21. ¿Qué tipo de proyectos de inversión pretenden realizar?

22. ¿Cuáles son las inversiones más significativas que han realizado?

Anexo 2. Balance General sin proyecto.

**TALLER SAN IGNACIO
JOSE GUILLERMO REYES
BALANCE GENERAL**

Al 31 de diciembre de 2018

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

		<u>2018</u>
<u>ACTIVOS</u>		
ACTIVO CORRIENTE		
Efectivo en caja y bancos	US\$	10,140.72
Inventarios		1,000.00
Total activo corriente		<hr/> 11,140.72
ACTIVO NO CORRIENTE		
Propiedad planta y equipo		5,814.29
Activos intangibles		(4,109.21)
Total activo no corriente		<hr/> 1,705.07
TOTAL ACTIVOS	US\$	<hr/> <hr/> 12,845.79
PASIVO CORRIENTE		
Total pasivo corriente		
PASIVO NO CORRIENTE		
Total pasivo no corriente		
PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS		
Capital		4,205.07
Utilidad del Ejercicio		8,640.72
Total Patrimonio		<hr/> 12,845.79
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	US\$	<hr/> <hr/> 12,845.79

Anexo 3. Estado de Resultados sin proyecto.

TALLER SAN IGNACIO

JOSE GUILLERMO REYES

ESTADO DE RESULTADOS

Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2018

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

2018

Ingresos

Venta	US\$	43,000.00
Costo de Ventas		25,690.71
		<hr/>
Total ingresos		17,309.29

Gastos de operación

Gastos de venta		1,200.00
Gastos de administración		4,920.00
		<hr/>
Total gastos		6,120.00

Utilidad (Pérdida) de operación 11,189.29

Menos:

Impuesto sobre la renta 2,548.57

Utilidad neta US\$ 8,640.72

Anexo 4. Estado de Cambios en el Patrimonio sin proyecto.

TALLER SAN IGNACIO
JOSE GUILLERMO REYES
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO
Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2018

(Expresado en dólares de los Estados Unidos de América)

	CAPITAL	UTILIDADES ACUMULADAS	TOTAL
Saldos al 31 de diciembre de 2017	2,000.00	2,205.07	4,205.07
Aumento de capital	-	-	-
Utilidad del ejercicio	-	8,640.72	8,640.72
			-
Saldos al 31 de diciembre de 2018	US\$ 2,000.00	10,845.79	12,845.79

Anexo 5. Determinación De Los Costos.

	Unidades	Costo Total	Costo Unitario
MADERA	5	\$ 8.25	\$ 1.65
PLAYWOOD 4MM	3	\$ 42.00	\$ 14.00
PLAYWOOD 1/4MM	2	\$ 36.00	\$ 18.00
VIDRIO P	10	\$ 0.80	\$ 0.08
VIDRIO M	15	\$ 3.00	\$ 0.20
BISAGRAS	24	\$ 3.60	\$ 0.15

	MADERA	PLAYWOOD 4MM	PLAYWOOD 1/4MM	VIDRIO PEQUEÑO	VIDRIO MEDIANO	BISAGRAS	Horas MOD	Costo Unitario diario	CU x HORA
PORTA VASOS VACIADO	0.05	0.029					1.00	9.06	\$1.85
LAPICERAS		0.002	0.011				1.00	10.04	\$1.43
CAJAS DE TE	0.26	0.007	0.016	1		2	1.00	13.46	\$1.92
COFRES	0.35	0.007				2	1.00	12.24	\$1.75
CALENDARIOS	0.09	0.002					1.00	10.04	\$1.43
PORTA RETRATOS GRANDE	0.04	0.021			1		1.00	9.79	\$1.40
Costo Unitario	\$1.65	\$14.00	\$18.00	\$0.08	\$0.20	\$0.15			

Anexo 6. Presupuestos Consolidados.

Presupuesto de ventas consolidado.

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
UNIDADES A VENDER	\$125.00	\$250.00	\$110.00	\$138.00	\$140.00	\$128.00
PREC VTA U	\$8.00	\$8.00	\$20.00	\$10.25	\$10.00	\$15.00
TOTAL	\$1,000.00	\$2,000.00	\$2,200.00	\$1,414.50	\$1,400.00	\$1,920.00

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Presupuesto de compra de materia prima.

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
UNIDADES A PRODUCIR	1702	3135	1534	1822	1893	1773
MADERA	0.054		0.264	0.352	0.087	0.037
PLAYWOOD 4MM	0.029	0.002	0.007	0.007	0.002	0.021
PLAYWOOD 1/4MM		0.011	0.016			
VIDRIO M						1
VIDRIO P			1			
BISAGRAS			2	2		
Consumo de MP A	92.10		405.08	640.85	164.92	64.76
Consumo de MP B	49.40	4.87	10.67	12.24	3.82	36.78
Consumo de MP C		34.75	25.30			
Consumo de MP D						1773
Consumo de MP E			1534			
Consumo de MP F			3068	3644		

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
UNIDADES A PRODUCIR	1702	3135	1534	1822	1893	1773
MADERA	0.054		0.264	0.352	0.087	0.037
PLAYWOOD 4MM	0.029	0.002	0.007	0.007	0.002	0.021
PLAYWOOD 1/4MM		0.011	0.016			
VIDRIO M						1
VIDRIO P			1			
BISAGRAS			2	2		
Consumo de MP A	92.10		405.08	640.85	164.92	64.76
Consumo de MP B	49.40	4.87	10.67	12.24	3.82	36.78
Consumo de MP C		34.75	25.30			
Consumo de MP D						1773
Consumo de MP E			1534			
Consumo de MP F			3068	3644		

COMPRAS A						
U de Consumo	92		405	641	165	65
(+) U finales (MP A)	1		7	9	2	1
NECESIDADES TOTAL	93		412	650	167	66
(-) U Iniciales (MP)	-5		-5	-5	-5	-5
Unidades a Comprar	88		407	645	162	61
Prec. Unit. de Compra	\$1.65		\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Total Compra MP A	\$145.95		\$671.03	\$1,063.67	\$267.46	\$100.11

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
COMPRAS B						
U de Consumo	49	5	11	12	4	37
(+) U finales (MP B)	1	0.04	0.17	0.17	0.05	1
NECESIDADES TOTAL	50	5	11	12	4	37
(-) U Iniciales (MP)	-3	-3	-3	-3	-3	-3
U a Comprar	47	2	8	9	1	34
P U de Compra	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
<i>Total Compra MP B</i>	\$659.75	\$26.73	\$109.77	\$131.73	\$12.12	\$480.16

COMPRAS C						
U de Consumo		35	25			
(+) U finales (MP C)		0	0			
NECESIDADES TOTAL		35	26			
(-) U Iniciales (MP)		-2	-2			
U a Comprar		33	24			
P U de Compra		\$18.00	\$18.00			
<i>Total Compra MP C</i>		\$594.56	\$426.86			

COMPRAS D						
U de Consumo						1773
(+) U finales (MP D)						25
NECESIDADES TOTAL						1798
(-) U Iniciales (MP)						-15
U a Comprar						1783
P U de Compra						\$0.20
<i>Total Compra MP D</i>						\$356.60

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
COMPRAS E						
U de Consumo			1534			
(+) U finales (MP E)			25			
NECESIDADES TOTAL			1559			
(-) U Iniciales (MP)			-10			
U a Comprar			1549			
P U de Compra			\$0.08			
<i>Total Compra MP E</i>			\$123.92			

COMPRAS F						
U de Consumo			3068	3644		
(+) U finales (MP F)			50	50		
NECESIDADES TOTAL			3118	3694		
(-) U Iniciales (MP)			-24	-24		
U a Comprar			3094	3670		
P U de Compra			\$0.15	\$0.15		
<i>Total Compra MP F</i>			\$464.10	\$550.50		

RESUMEN						
COMPRAS A	\$145.95		\$671.03	\$1,063.67	\$267.46	\$100.11
COMPRAS B	\$659.75	\$26.73	\$109.77	\$131.73	\$12.12	\$480.16
COMPRAS C		\$594.56	\$426.86			
COMPRAS D						\$356.60
COMPRAS E			\$123.92			
COMPRAS F			\$464.10	\$550.50		
TOTAL	\$805.70	\$621.29	\$1,795.68	\$1,745.90	\$279.59	\$936.87

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Presupuesto de compra de MOD.

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
UNIDADES A PRODUCIR	1702	3135	1534	1822	1893	1773
STD MO DIRECTA	1	1	1	1	1	1
HORAS TOTALES	1702	3135	1534	1822	1893	1773
COSTO POR HORA	\$1.85	\$1.43	\$1.92	\$1.75	\$1.85	\$1.40
<i>COSTO TOTAL MOD</i>	\$3,148.70	\$4,496.49	\$2,949.66	\$3,185.90	\$3,502.05	\$2,479.67

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Presupuesto de costo unitario de producción.

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO			LAPICERAS			CAJAS DE TE			COFRES			CALENDARIOS			PORTA RETRATOS GRANDE		
	Uds.	Costo Unit.	Costo	Uds.	Costo Unit.	Costo	Uds.	Costo Unit.	Costo	Uds.	Costo Unit.	Costo	Uds.	Costo Unit.	Costo	Uds.	Costo Unit.	Costo
Materia Prima A	0.05	\$1.65	\$0.09				0.26	\$1.65	\$0.44	0.35	\$1.65	\$0.58	0.087	\$1.65	\$0.14	0.037	\$1.65	\$0.06
Materia Prima B	0.03	\$14.00	\$0.41	0.00	\$14.00	\$0.02	0.01	\$14.00	\$0.10	0.01	\$14.00	\$0.09	0.002	\$14.00	\$0.03	0.021	\$14.00	\$0.29
Materia Prima C				0.01	18	0.1995	0.02	\$18.00	\$0.30									
Materia Prima D																1	0.2	0.2
Materia Prima E							1	\$0.08	\$0.08									
Materia Prima F							2	\$0.15	\$0.30	2	\$0.15	\$0.30						
MOD	1	\$1.85	\$1.85	1	\$1.43	\$1.43	1	\$1.92	\$1.92	1	\$1.75	\$1.75	1	\$1.43	\$1.43	1	\$1.40	\$1.40
CIF	1	\$1.21	\$1.21	1	\$1.26	\$1.26	1	\$0.65	\$0.65	1	\$1.24	\$1.24	1	\$0.65	\$0.65	1	\$1.25	\$1.25
Costo Unit.			\$3.55			\$2.91			\$3.78			\$3.96			\$2.26			\$3.20

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Presupuesto de inventario final.

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
Materia Prima						
Mat. Prim. A (U Finales)	1.35		6.60	8.79	2.18	0.91
Mat. Prim. B (U Finales)	0.73	0.04	0.17	0.17	0.05	0.52
Mat. Prim. C (U Finales)		0.28	0.41			
Mat. Prim. D (U Finales)						25
Mat. Prim. E (U Finales)			25			
Mat. Prim. F (U Finales)			50	50		
Cost. Unit. Mat. Prim. A	\$1.65		\$1.65	\$1.65	\$1.65	\$1.65
Cost. Unit. Mat. Prim. B	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00	\$14.00
Cost. Unit. Mat. Prim. C		\$18.00	\$18.00			
Cost. Unit. Mat. Prim. D						\$0.20
Cost. Unit. Mat. Prim. E			\$0.08			
Cost. Unit. Mat. Prim. F			\$0.15	\$0.15		
Cost. Inv Final Mat. Prim. A	\$2.23		\$10.89	\$14.51	\$3.59	\$1.51
Cost. Inv Final Mat. Prim. B	\$10.16	\$0.54	\$2.43	\$2.35	\$0.71	\$7.26
Cost. Inv Final Mat. Prim. C		\$4.99	\$7.42			
Cost. Inv Final Mat. Prim. D						\$5.00
Cost. Inv Final Mat. Prim. E			\$2.00			
Cost. Inv Final Mat. Prim. F			\$7.50	\$7.50		
TOTAL MP	\$12.39	\$5.53	\$30.25	\$24.36	\$4.30	\$13.77
Producto Terminado						
Unidades finales	125	125	125	125	125	125
Costo unitario	\$3.55	\$2.91	\$3.78	\$3.96	\$2.26	\$3.20
Inventario Final	\$444.22	\$364.22	\$472.74	\$495.14	\$282.54	\$399.68

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Presupuesto de consumo de materia prima.

PRODUCTO	PORTA VASOS VACIADO	LAPICERAS	CAJAS DE TE	COFRES	CALENDARIOS	PORTA RETRATOS GRANDE
Inv Inicial	\$50.25	\$78.00	\$50.25	\$50.25	\$50.25	\$50.25
(+) Compras	\$805.70	\$621.29	\$1,795.68	\$1,745.90	\$279.59	\$936.87
Materia Prima Disponible	\$855.95	\$699.29	\$1,845.93	\$1,796.15	\$329.84	\$987.12
(-) Inv Final	-\$12.39	-\$5.53	-\$30.25	-\$24.36	-\$4.30	-\$13.77
Consumo de MP	\$843.56	\$693.76	\$1,815.68	\$1,771.79	\$325.54	\$973.36

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Presupuesto inventario final.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
PORTA VASOS VACIADO	\$486.87	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22	\$444.22	\$533.07	\$444.22	\$444.22
LAPICERAS	\$801.28	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$728.44	\$364.22	\$364.22
CAJAS DE TE	\$457.61	\$416.01	\$499.21	\$499.21	\$416.01	\$416.01	\$499.21	\$416.01	\$416.01	\$416.01	\$499.21	\$472.74	\$472.74
COFRES	\$602.10	\$546.64	\$574.37	\$625.86	\$546.64	\$546.64	\$574.37	\$546.64	\$546.64	\$546.64	\$574.37	\$495.14	\$495.14
CALENDARIOS	\$348.09	\$316.45	\$379.74	\$316.45	\$316.45	\$316.45	\$379.74	\$316.45	\$316.45	\$316.45	\$379.74	\$282.54	\$282.54
PORTA RETRATOS GRANDE	\$450.84	\$409.27	\$527.57	\$409.27	\$409.27	\$409.27	\$527.57	\$409.27	\$409.27	\$409.27	\$527.57	\$399.68	\$399.68

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).

Anexo 7. Tabla de amortización de la deuda.

Periodo	Saldo Inicial	Cuotas	Intereses	Abono a Capital	Saldo Final
1	\$10,000.00	\$484.87	\$125.00	\$359.87	\$9,640.13
2	\$9,640.13	\$484.87	\$120.50	\$364.36	\$9,275.77
3	\$9,275.77	\$484.87	\$115.95	\$368.92	\$8,906.85
4	\$8,906.85	\$484.87	\$111.34	\$373.53	\$8,533.32
5	\$8,533.32	\$484.87	\$106.67	\$378.20	\$8,155.12
6	\$8,155.12	\$484.87	\$101.94	\$382.93	\$7,772.19
7	\$7,772.19	\$484.87	\$97.15	\$387.71	\$7,384.48
8	\$7,384.48	\$484.87	\$92.31	\$392.56	\$6,991.92
9	\$6,991.92	\$484.87	\$87.40	\$397.47	\$6,594.45
10	\$6,594.45	\$484.87	\$82.43	\$402.44	\$6,192.01
11	\$6,192.01	\$484.87	\$77.40	\$407.47	\$5,784.55
12	\$5,784.55	\$484.87	\$72.31	\$412.56	\$5,371.99
13	\$5,371.99	\$484.87	\$67.15	\$417.72	\$4,954.27
14	\$4,954.27	\$484.87	\$61.93	\$422.94	\$4,531.33
15	\$4,531.33	\$484.87	\$56.64	\$428.22	\$4,103.11
16	\$4,103.11	\$484.87	\$51.29	\$433.58	\$3,669.53
17	\$3,669.53	\$484.87	\$45.87	\$439.00	\$3,230.53
18	\$3,230.53	\$484.87	\$40.38	\$444.48	\$2,786.05
19	\$2,786.05	\$484.87	\$34.83	\$450.04	\$2,336.01
20	\$2,336.01	\$484.87	\$29.20	\$455.67	\$1,880.34
21	\$1,880.34	\$484.87	\$23.50	\$461.36	\$1,418.98
22	\$1,418.98	\$484.87	\$17.74	\$467.13	\$951.85
23	\$951.85	\$484.87	\$11.90	\$472.97	\$478.88
24	\$478.88	\$484.87	\$5.99	\$478.88	\$0.00

Valor del Préstamo	\$10,000.00
Cuotas	24
Interés Mensual	1.25%
Valor de la Cuota	\$484.87

Fuente: Valdez C., Lozano P. y Rivas A. (2019).