

Inmersión a la Contabilidad de Costos

Dra. Ana Laura Rivas P.

The image features a green semi-transparent rectangular box in the center. Inside this box, the word "COFIDE" is written in a large, white, sans-serif font with a registered trademark symbol (®) to its upper right. Below "COFIDE", the words "CAPACITACIÓN EMPRESARIAL" are written in a smaller, white, sans-serif font. The background of the entire image is a photograph of a man in a grey blazer standing in a meeting room, gesturing with his hands. In the foreground, there is a wooden desk with several laptops displaying charts and graphs, and some papers.

COFIDE[®]
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

I.- INMERSIÓN A LA CONTABILIDAD DE COSTOS

1.- Contabilidad Financiera

Objetivos

Usuarios

Postulados Básicos

2.- Contabilidad administrativa

Objetivos

Usuarios

Toma de decisiones

3.- Contabilidad de Costos

Objetivos

Actividades de la Contabilidad de Costos

Importancia de la Contabilidad de Costos

4.- Relación de la Contabilidad de Costos con la: Contabilidad Financiera y Contabilidad Administrativa

Impacto de la Contabilidad de costos

Concepto de Costo

Concepto de Gasto

5.- Clasificación de los Costos

Función

Identificación

Comportamiento

Tiempo...etc.

6.-Herramientas en el área de costos para la toma de decisiones

Cadena de Valor

Margen de Contribución

Punto de equilibrio

7.-Conclusiones

Balanced Scorecard

Importancia de los costos en las empresas

- Hoy en día, nos enfrentamos a **grandes cambios** en diferentes ámbitos como el: **económico, político, financiero, social y ecológico**, que afectan en gran medida a las empresas.
- **Gestionar los costos** = administrar, toma de decisiones, responsabilidad sobre un proceso, conjunto de tareas, disposición de recursos – actividades – estructuras --- para maximizar los mismos.
- Mejorar la competitividad, la productividad de la organización , negocio...
- Es por ello que para una correcta **toma de decisiones** debemos contar con un sistema de información **confiable, oportuna, relevante, veraz...**

Joint Venture

- Un contrato de **Joint Venture**: un acuerdo entre dos o más compañías (socios) para contribuir con recursos a un negocio común.
- Recursos : **materia prima, capital, tecnología, conocimiento del mercado, ventas y canales de distribución, personal, financiamiento o productos.**
- Mayor **competitividad** (Unión = entidad más competitiva).
- **Minimización** de **costos**, riesgos (Ambos aportan recursos materiales, financieros).
- Se **aprovechan** las **sinergias** de las compañías (mayor productividad y competitividad)



Joint Venture

- Se comparten los mismos objetivos (benefician ambas partes)
- Facilita la entrada a nuevos mercados (los sectores se complementan)
- Menos dificultades para conseguir financiación (mayor solvencia)
- Comparten el conocimiento.

- Nokia y Siemens (compañía Finlandesa y Alemana) = nació Nokia Siemens Network
- McDonald´s y Coca Cola
- Sony Ericsson



Tema 1.

Contabilidad Financiera

1.- Contabilidad Financiera

- La contabilidad financiera es un sistema de información que expresa en términos **cuantitativos y monetarios** las **transacciones** que realiza una **entidad económica**, así como ciertos acontecimientos económicos que le afectan, con el fin de proporcionar información útil y segura a usuarios externos a la organización **para su toma de decisiones**.



a) Objetivos de la Contabilidad Financiera

- Sistema de información que se enfoca en el suministro de información **orientado a elaboración de informes externos**, relacionados con la empresa como: **instituciones de crédito, accionistas, empleados, instituciones gubernamentales, proveedores, acreedores, clientes, etc.**
- Es un medio por el cual los usuarios de la contabilidad pueden **medir, evaluar y seguir el progreso, estancamiento o retroceso de la situación financiera.**
- Es regulada por las Normas de Información Financiera (NIF) .



a) Objetivos de la Contabilidad Financiera

- Determina la **utilidad** con **precisión**.
- Registra de manera **ordenada** las **actividades** de la **empresa**.
- Informa sobre los recursos (**activos**) y las fuentes (**pasivo y capital**) que tiene una empresa, los cuales se muestran en el Estado de Situación Financiera.
- Evaluar los **cambios** que se producen en el **Capital Contable** como **resultado** de las **actividades** de **operación** en un **periodo determinado** de la entidad, las cuales se ven reflejadas en el **Estado de Resultados Integral**.



b) Usuarios de la información Financiera

- **Instituciones de crédito:** Determinar si los **créditos solicitados** por la empresa **son proporcionales** a sus **necesidades** y **nivel de endeudamiento**, conocer la **capacidad de pago** y saber si les será posible **liquidar** oportunamente **el crédito** y el servicio de la deuda, además **conocer** la **posición** de la **empresa** durante la **vigencia del crédito**.
- **Accionistas:** **Conocer** y **evaluar** el **riesgo** y el **retorno** que tendría su **inversión**.
- **Empleados:** Conocer la **utilidad** que **genera** la empresa y la participación que tienen en esa utilidad, así como la **estabilidad** y **expectativas** de desarrollo que ofrece la organización.



b) Usuarios de la información Financiera

- **Instituciones gubernamentales:** Recaudar los **impuestos** que genera la empresa, así como obtener la información estadística necesaria para orientar las políticas macroeconómicas.
- **Proveedores:** Conocer la **capacidad** de **pago** de la empresa para cubrir oportunamente los créditos.
- **Clientes:** **Evaluar** la **continuidad** que tendrá la **operación** de la empresa y **garantizar** el **suministro** de productos o servicios.
- García, J. (2020) *Contabilidad de Costos. Un enfoque en dirección*. México: McGraw Hill



Marco Contable (NIF A - 2)

- Son el fundamento bajo el cual se debe regir y operar la información contable.
- Definir los postulados básicos sobre los cuales debe operar el sistema de información contable.



c) Postulados Básicos (NIF A - 2)

- Sustancia económica
- Entidad económica
- Negocio en marcha
- Devengación contable
- Asociación de costos y gastos con ingresos
- Valuación
- Dualidad económica
- Consistencia



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Sustancia económica.-** captación de la esencia económica en la delimitación y operación del sistema de información contable. Reconocimiento contable de las operaciones que afectan económicamente a una entidad.

La sustancia económica debe prevalecer en la naturaleza de la operación sobre su **forma jurídica**, así como en el **reconocimiento contable** de las **transacciones** y otros eventos, que afectan económicamente a una entidad.

Reconocimiento contable de las operaciones que afectan económicamente a una entidad.



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Entidad económica.- Identifica y delimita al ente económico. Realizar actividades económicas haciendo uso de combinaciones de recursos y con personalidad jurídica propia.**

La entidad económica es aquella unidad identificable que realiza actividades económicas, constituida por **combinaciones** de recursos **humanos, materiales y financieros** (conjunto integrado de actividades económicas y recursos), conducidos y administrados por un único centro de control que toma decisiones encaminadas al cumplimiento de los **fines específicos** para los que **fue creada**; la **personalidad** de la **entidad económica** es **independiente** de la de **sus accionistas, propietarios o patrocinadores**.

Unidad identificable que realiza actividades económicas haciendo uso de **combinaciones** de **recursos** y con **personalidad jurídica propia**.



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Negocio en marcha.-** asume su continuidad de la entidad económica. Continuará las actividades en un futuro.

La entidad económica se **presume** en **existencia permanente**, dentro de un horizonte de tiempo ilimitado, salvo prueba en contrario, por lo que las cifras en el sistema de información contable, representan valores sistemáticamente obtenidos, con base en las NIF.

En tanto prevalezcan dichas condiciones, **no deben** determinarse valores estimados provenientes de la disposición o liquidación del conjunto de los activos netos de la entidad.



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Devengación contable.** Las operaciones que realiza la entidad y que afectan económicamente se reconocen en el momento en que ocurren.

Los efectos derivados de las transacciones que lleva a cabo una entidad económica con otras entidades, de las transformaciones internas y de otros eventos, que la han afectado económicamente, **deben reconocerse contablemente** en su totalidad, en el **momento** en el que **ocurren**, independientemente de la fecha en que se consideren realizados para fines contables.



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Asociación de costos y gastos con ingresos.**

Los **costos** y **gastos** de una entidad deben **identificarse** con el **ingreso** que generen en el mismo periodo contable, independientemente de la fecha en que se realicen.



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Valuación.** Las actividades que afectan económicamente a la entidad se registran en términos monetarios.

Los **efectos financieros** derivados de las transacciones, transformaciones internas y otros eventos, que afectan económicamente a la entidad, **deben cuantificarse en términos monetarios**, atendiendo a los atributos del elemento a ser valuado, con el fin de captar el valor económico más objetivo de los activos netos.



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Dualidad económica. Origen y aplicación de los recursos de una entidad.**

La estructura financiera de una entidad económica está constituida por los **recursos** de los que dispone para la consecución de sus fines y por las **fuentes** para obtener **dichos recursos**, ya sean propias o ajenas.



Postulados Básicos (NIF A – 2)

- **Consistencia.** Las operaciones similares, se deben registrar bajo los mismos criterios.

Ante la existencia de **operaciones similares** en una entidad, debe corresponder un mismo tratamiento contable, el cual debe permanecer a través del tiempo, en tanto no cambie la esencia económica de las operaciones.



Reconocimiento y valuación de los elementos de los Estados Financieros (NIF A – 1)

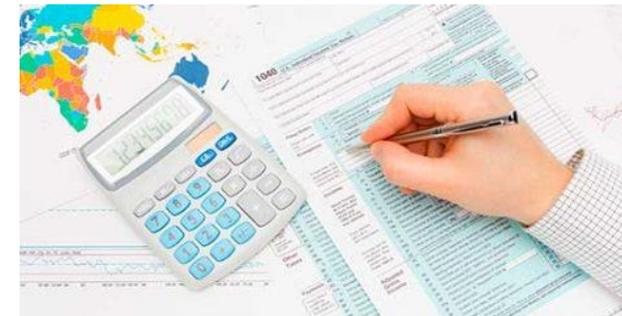
El reconocimiento contable es el proceso que consiste en **valuar, presentar y revelar**, esto es, incorporar de **manera formal** en el sistema de información contable, los **efectos** de las **transacciones, transformaciones** internas que realiza una entidad y otros eventos, que la han **afectado económicamente**, como una partida de activo, pasivo, capital contable o patrimonio contable, ingreso, costo o gasto.

El **reconocimiento** de los elementos básicos de los **estados financieros** implica necesariamente la inclusión de la partida respectiva en la **información financiera**, formando parte, conceptual y cuantitativamente del rubro relativo.

a) Normas de reconocimiento (NIF A – 1)

El reconocimiento contable se presenta en dos etapas:

- a) **Reconocimiento inicial** – proceso de **valuar, presentar y revelar** una partida por primera vez en los estados financieros, al considerarse devengada; y
- b) **Reconocimiento posterior** – es la **modificación** de una partida **reconocida inicialmente** en los estados financieros, originada por **eventos posteriores** que la afectan de manera particular, para preservar su objetividad.



b) Normas de valuación (NIF A – 1)

- La valuación consiste en la **cuantificación monetaria** de los efectos de **las operaciones** que se reconocen como **activos, pasivos y capital** o **patrimonio contable** en el sistema de información contable de una entidad.



c) Normas de Presentación (NIF A – 1)

- La presentación de información financiera se refiere al **modo de mostrar adecuadamente** en los **estados financieros** y sus notas, los efectos derivados de las transacciones, transformaciones internas y otros eventos, que afectan económicamente a una entidad.
- Implica un proceso de **análisis, interpretación, simplificación, abstracción y agrupación** de información en los estados financieros, para que éstos **sean útiles** en la **toma de decisiones** del usuario general.



d) Normas de revelación (NIF A – 1)

- La revelación es la **acción de divulgar** en **estados financieros y sus notas**, toda aquella **información** que **amplíe** el origen y significación de los elementos que se presentan en dichos estados, proporcionando información acerca de las políticas contables, así como del entorno en el que se desenvuelve la entidad.
- La entidad debe revelar en notas a los estados financieros
- La justificación de la clasificación empleada, por función, por naturaleza o combinada, para la presentación de los rubros de costos y gastos.



Tema 2.

Contabilidad administrativa

2.- Contabilidad administrativa

Sistema de información al servicio de las **necesidades internas** de la **administración**, con orientación pragmática destinada a **facilitar las funciones administrativas internas de planeación** y control así como la toma de decisiones.

Su principal **objetivo** es la **toma de decisiones**, para lograr una **ventaja competitiva** (liderazgo en costos, diferenciación...)



a) Objetivos de la Contabilidad administrativa

- Sistema de información al servicio de las **necesidades** de la **administración**.
- **Mide, analiza y reporta información financiera y no financiera.**
 - **Planea, organiza, direcciona, controla** a la entidad.
 - Hace **estimaciones** o aproximaciones para **predecir el futuro**.
 - Evalúa la **eficiencia de las áreas** (cadena de valor).
 - Elabora **reportes de uso interno** de acuerdo con las necesidades de la entidad.



b) Usuarios de la Contabilidad administrativa

- Sistema de información que se enfoca en el suministro de información para **usuarios internos** como: **la directiva, gerencia**, etc. para la toma de decisiones internas de la empresa.



c) Toma de decisiones

- Es un proceso mediante el cual se **realiza** una **elección** de una opción entre **varias** disponibles para resolver un problema presente o para poder evitarlos en un futuro.
- Tomar una **buena decisión** consiste: en **trazar** el objetivo que se quiere conseguir, reunir toda la **información relevante** para poder tomar una decisión



Tema 3.

Contabilidad de costos

3.- Contabilidad de Costos

Es un sistema de información que: **reporta, clasifica, acumula, controla, asigna, analiza, determina, registra, direcciona**, interpreta, informa, **mide y consolida** aquellos **costos generados** en actividades y procesos de **bienes o servicios**.

- Los costos de **adquisición, producción, venta, distribución, administración, financiamiento**.
- Satisface los objetivos del costeo para la contabilidad tanto financiera como administrativa.



a) Objetivos de la Contabilidad de Costos

- **Cooperar** a fortalecer los **mecanismos de coordinación y apoyo** entre todas las áreas (compras, producción, capital humano, finanzas, ventas, distribución), para el logro de los objetivos.
- **Determinar costos unitarios** – establecer estrategias – ventaja competitiva.
- **Generar** informes para **medir** correctamente la **utilidad**, proporcionando el costo de ventas correcto.
- **Contribuir** a mejorar los **resultados operativos y financieros** , propiciando el ingreso a procesos de **mejora continua**.
- **Valuar** los **inventarios** (materia prima, producción en proceso, artículos terminados) para el estudio de situaciones financieras.



a) Objetivos de la Contabilidad de Costos

Proporcionar información a la administración para ayudar en la **planeación** , **control** y **toma de decisiones**.

Ofrecer información para la **toma de decisiones**.

Generar información para **determinar resultados** por **línea de negocio** , **productos**, **centros de costos**.

Ayudar a la administración en el proceso del mejoramiento continuo, **eliminando** las **actividades** o **procesos** que **no generan valor**.



b) Actividades de la contabilidad de costos que nos llevan a tomar decisiones.

- Comparamos o producimos
- Eliminamos una línea de producción
- Son rentables todas las líneas de producción
- Procesos de producción
- Capacidad instalada
- La valuación y control de los inventarios
- Importe hora - hombre (H-H)
- Importe hora - máquina (H-M)
- Qué integra el Costo de Ventas
- Cuál es el precio
- Mezcla óptima de productos



c) Importancia de los costos en las empresas

- Permite **gestionar** los **insumos** destinados para la **producción** de un **bien** o la **prestación del servicio**.
- En la actualidad la **gestión de costos** juega un papel fundamental dentro de las organizaciones... **planeación** , **control**, y así poder **tomar de decisiones** de las operaciones , generar un **plan estratégico de negocio**.
- De no hacerlo ,podríamos correr serios riesgos... líneas de producción **no rentables**, **grandes pérdidas...desaparecer**.



Tema 4.

Relación de la Contabilidad de Costos con la: Contabilidad Financiera y Contabilidad Administrativa

4.-Relación de la Contabilidad de **Costos** : Contabilidad **Financiera** y Contabilidad **Administrativa** **Impacto de la Contabilidad de Costos**



Satisface los objetivos del costeo para la contabilidad tanto financiera como administrativa.

Estados Financieros: son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la **estructura económica**, las **actividades económicas** que se realizan en la empresa durante un **determinado período**

QUÉ ES COSTO

- Es el **valor monetario** de los **consumos de factores** que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la **producción** de un bien, servicio o actividad.
- Inversión que se realiza con la expectativa de **obtener beneficios**. Ya **sean presentes y/o futuros**. Plenamente identificados con la producción.
- Sacrificio monetario para adquirir bienes o servicios con el objeto de lograr beneficios presentes o futuros.



¿QUÉ ES GASTO?



- Todo **desembolso relacionado** con los departamentos de **administración y ventas**.
- Se contabiliza en **gastos generales** en el Estado de Resultados Integral.
- El **beneficio** del gasto se obtiene **en el momento** en que se realiza la erogación.
- Los gastos se relacionan con las funciones de venta, administración y financiamiento.
- Es un **costos** que nos ha producido un **beneficios en el presente** y que ha **caducado**.

Estado de Resultados Integral

MARVELLA S.A. de C.V. Estado de Resultados Integral Del 1 de Enero al 31 de Diciembre 20X1 Cifras en Pesos		
---	--	--

		%
Ingresos	1,000,000.00	100
Costo de Ventas	<u>600,000.00</u>	60
Utilidad Bruta	400,000.00	40
Gastos Generales: Nota 1	<u>200,000.00</u>	20
Utilidad de Operación	200,000.00	20

Nota 1

Gastos de Venta	120,000.00
Gastos de Admon.	80,000.00

Estado de Resultados Integral Por línea de producto

MARVELLA S.A. de C.V. Estado de Resultados Integral Del 1 de Enero al 31 de Diciembre 20X1 Cifras en Pesos								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

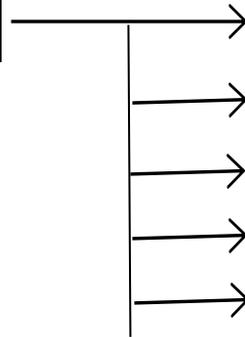
	CONSOLIDADO		"A"		"B"		"C"	
		%		%		%		%
Ingresos	1,000,000.00	100	600,000.00	100	200,000.00	100	200,000.00	100
Costo de Ventas	600,000.00	60	240,000.00	40	160,000.00	80	200,000.00	100
Utilidad Bruta	400,000.00	40	360,000.00	60	40,000.00	20	-	-
Gastos Generales		-		-		-		-
Gastos de Venta	120,000.00	12	60,000.00	10	20,000.00	10	40,000.00	20
Gastos de Admon.	80,000.00	8	40,000.00	7	20,000.00	10	20,000.00	10
Utilidad de Operación	200,000.00	20	260,000.00	43	-	-	(60,000.00)	(30.00)

Ventajas de los Centros de Costos

- Es una herramienta utilizada para **gestionar** e **identificar** los costos de la empresa, para la toma de decisiones al día – proporcionan informes.
- Los centros de costos dan la facultan de **conocer** y **analizar** los costos de los inventarios.
- Los centros de costos dan la facultan de **conocer** y **analizar** los costos de **materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación.**
- Facilita el conocer los **costos totales** , del b/s.
- Apoyan a una **planeación estratégica**, tomar decisiones.
- Ayudan a **gestionar** el **desempeño** operacional.
- Los centros de costos **apoyan** al **presupuesto.**
- Permite y facilita el **análisis** de las **variaciones** (grado de eficiencia logrado) --- causas de las desviaciones.

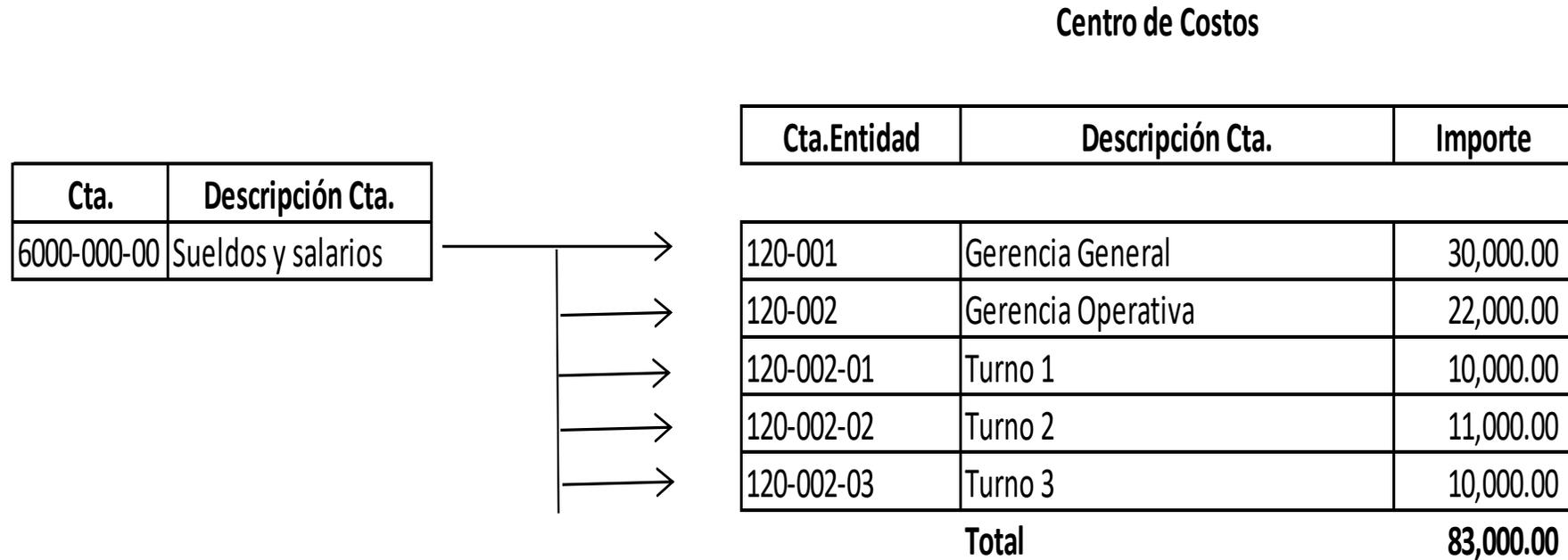
Centros de Costos

Cta.	Descripción Cta.
6067-000-00	Comisiones s/ventas

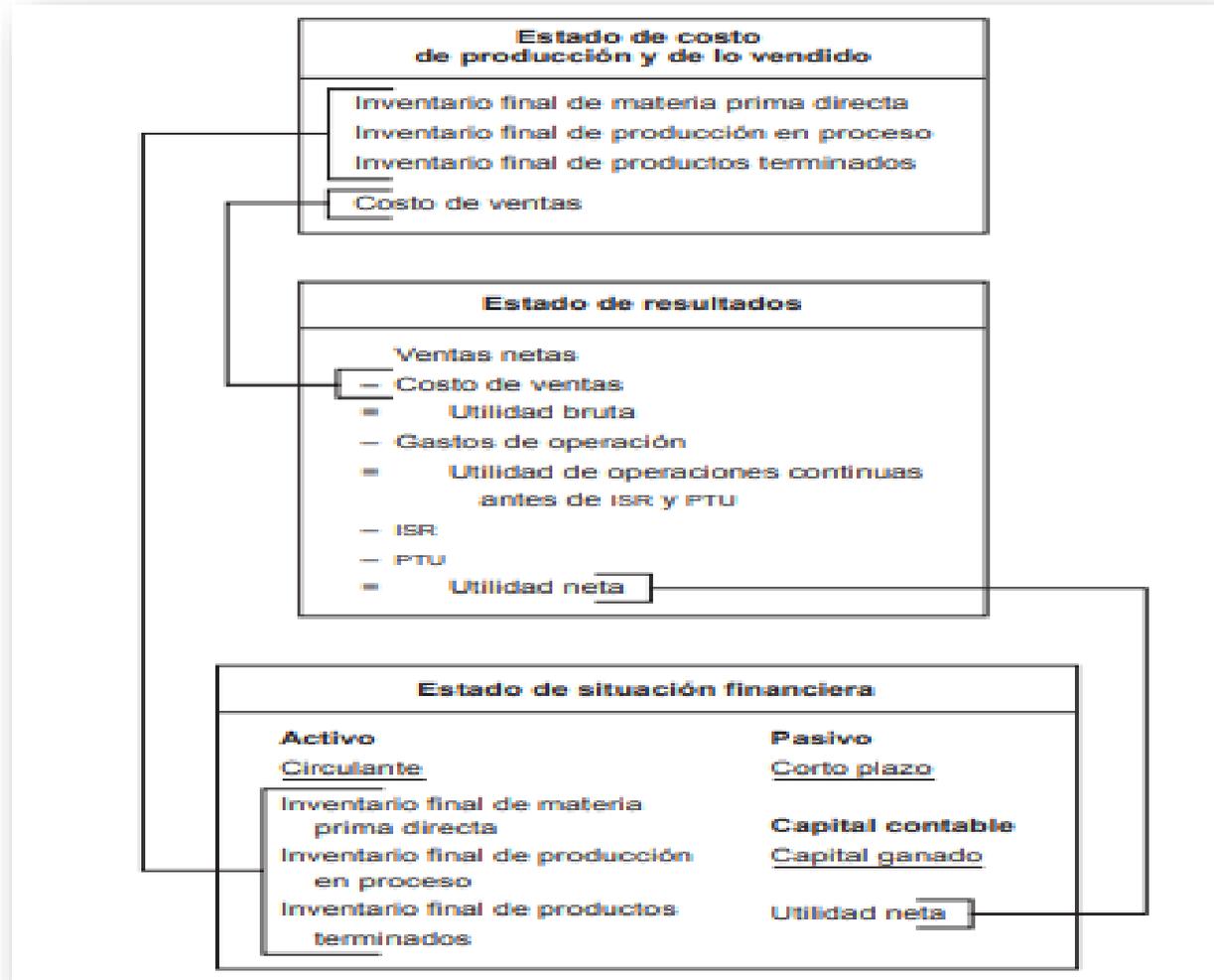


Centro de Costos		
Cta.Entidad	Descripción Cta.	Importe
150-104	Gerencia de Ventas- Tampico	40,000.00
150-204	Gerencia de Ventas- Veracruz	36,000.00
150-304	Gerencia de Ventas- Jalapa	30,000.00
150-404	Gerencia de Ventas- Morelia	24,000.00
150-504	Gerencia de Ventas- San Luis	35,000.00
Total		165,000.00

Centros de Costos



Vínculo con otros Estados Financieros



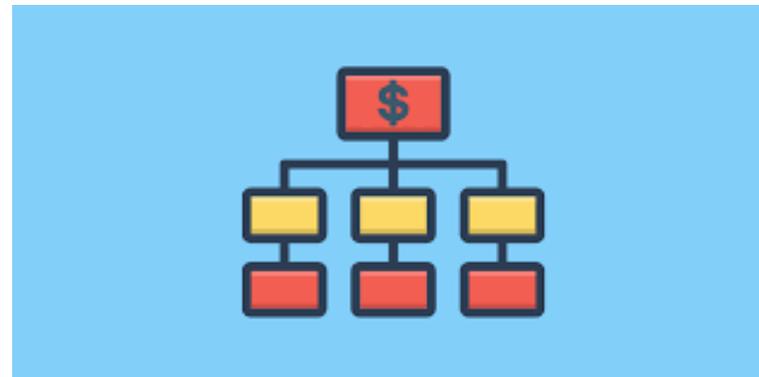
Tema 5.

Clasificación de los Costos

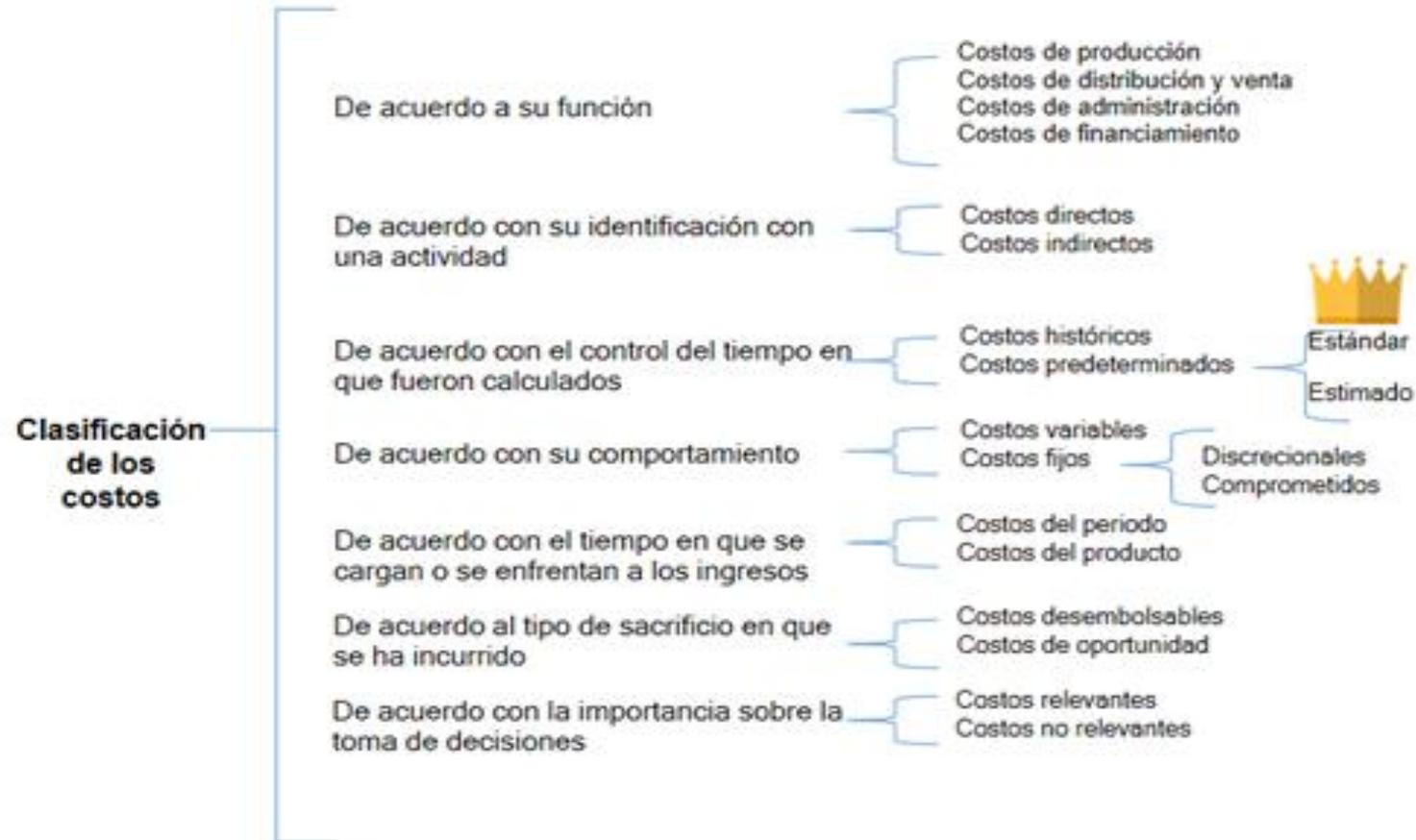
5.- CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Los **costos** tienen **diferentes clasificaciones** de **acuerdo** con el **enfoque** y la **utilización** que se les dé.

Algunas de las clasificaciones más utilizadas se pueden ver en el siguiente cuadro:



5.- Clasificación de los Costos



De acuerdo a su función

- **Costos de producción:** Son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se integra de:
 - **Costos de materia prima:** El costo de materiales integrados al producto.
 - **Costo de mano de obra:** Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto.
 - **Costos indirectos de fabricación:** Son los costos que intervienen en la transformación de las productos, con excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa.



De acuerdo a su función

- **Costos de distribución y venta:** Son los que se incurren en el **área** que **comercializa** los productos terminados. **Ejemplo:** Comisiones a los vendedores, publicidad, sueldos del departamento de ventas, etc.



- **Costos de administración:** Son los que se originan en el **área administrativa**. Relacionados con la **dirección** y **operaciones** generales de la empresa. **Ejemplo:** teléfono, papelería de las oficinas generales, sueldos y prestaciones de contabilidad etc.



De acuerdo a su función

- **Costos de financiamiento:** Son los que se originan por el **uso de recursos ajenos**, que permiten financiar el crecimiento y desarrollo de las empresas.



De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto.

- **Costos directos:** Son los que se **identifican** y **cuantifican plenamente** con una actividad, área específica departamento o productos terminados. Ejemplo: (MPD, MOD)
- **Costos indirectos:** Son los que **NO** se pueden **identificar** o **cuantificar** plenamente con una actividad, área específica, departamento o productos terminados. Ejemplo (Energía eléctrica , agua)



De acuerdo con el control del tiempo en que fueron calculados.

- **Costos históricos:** Son los que se **produjeron** en **determinado periodo**: los costos de los productos vendidos o los costos de los que se encuentran en proceso.

Se determinan con **posterioridad** a la **conclusión** del **periodo** de costos. Son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.

- **Costos predeterminados:** Son los que se **determinan** con **anterioridad** o **durante** el **periodo** de costos la fabricación del producto, en donde se estiman con bases estadísticas y se utilizan para elaborar los presupuestos. Se dividen en:
 - **Costos estimados (el que puede ser)** Basado en experiencias adquiridas de periodos anteriores.
 - **Costos estándar (el que debe ser).** Basado en investigaciones, estudios científicos, condiciones actuales y futuras.



De acuerdo con su comportamiento.

- **Costos variables:** Son aquellos cuya **magnitud cambian o fluctúan** en relación **directa** al **volumen** de las **operaciones** realizadas con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas . **Ejemplo:** La materia prima cambia según producción, etc.
- **Costos fijos:** Son aquellos que **permanecen constantes** durante un **periodo determinado**, independientemente de los **cambios registrados** en el volumen de operaciones (producción o ventas). **Ejemplo:** Depreciación, Renta, etc.

Dentro de los costos fijos, existen dos categorías:

- **Costos fijos discrecionales:** son aquellos que son susceptibles de ser modificados.
- **Costos fijos comprometidos:** son los que no aceptan modificaciones.



De acuerdo con el tiempo en que se cargan o se enfrentan a los ingresos.

Costos del periodo: Son los costos que se identifican con **intervalos de tiempo** y **NO** con el producto o servicio, se deben asociar con los ingresos en el periodo en el que se incurren.

Ejemplo: el pago del teléfono o renta de las oficinas cuyo costo se registra en el periodo en que se utilizan dichos conceptos, sin importar cuando se venden los productos.

Costos del producto: Están relacionados con la **función de producción**. Se **incorporan** a los **inventarios de MP, PP, AT** y se reflejan como activos circulante dentro del Estado de situación financiera. Los costos del producto se llevan al Estado de Resultados integral a **medida** que los **productos terminados se venden**, por lo que afectan el rubro de **costo de ventas**.

Ejemplo: son los **costos** de los **productos** que se han **vendido**, sin importar el tipo de venta, de tal suerte que los **costos** que **no contribuyeron a generar ingresos** en un periodo determinado **quedarán inventariados** (Inventarios de Materia Prima, Producción en Proceso, Artículos Terminados).

De acuerdo con el tipo de sacrificio en el que se ha incurrido.

Costos desembolsables: Son aquellos que implicaron una **salida de efectivo**, lo cual permite que puedan **registrarse** en la información generada por la **contabilidad**; más tarde se convertirán en costos históricos.

Ejemplo: la nómina de la mano de obra actual.

Costo de oportunidad: Es aquel que se **origina al tomar** una determinación que **provoca la renuncia a otro tipo** de alternativa que pudiera ser considerada al llevar a cabo la decisión.



De acuerdo con la importancia sobre la toma de decisiones

Costos relevantes: Son aquellos que se **modifican** o **cambian** de acuerdo con la **opción** que se **adopte**, impacta considerablemente en las **utilidades**; también se les conoce como costos diferenciales.

Costos irrelevantes: Son aquellos costos que **permanecen inmutables** sin importar el curso de acción elegido.

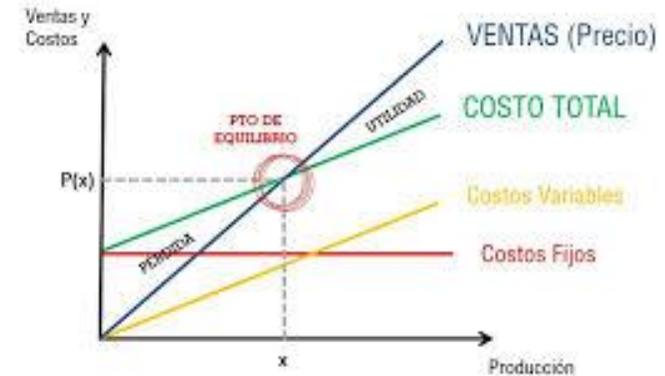


Tema 6.

Herramientas en el área de costos para la toma de decisiones

6.- Herramientas en el área de costos para Toma de Decisiones

- Punto de Equilibrio
- Margen de Contribución
- Análisis de Costos - Volumen - Utilidad
- Implementación de estándares
- Presupuestos



MARGEN DE CONTRIBUCIÓN = VENTA - COSTES VARIABLES

d)Análisis costo – volumen – utilidad

- Modelo que es una herramienta fundamental para llevar a cabo la **planeación operativa** (a corto plazo) de una entidad y buscar lograr su objetivo principal; obtener utilidades.
- Se basa en tres elementos:
 - ✓ Costo
 - ✓ Volumen
 - ✓ Precio
- El éxito del proceso de **planeación** dependerá de la **creatividad e inteligencia** con que se **manejen** estos tres elementos o variables.
- Es esencial tener la capacidad de analizar los efectos que tendría la modificación de cualquiera de ellas.



a) Cadena de Valor

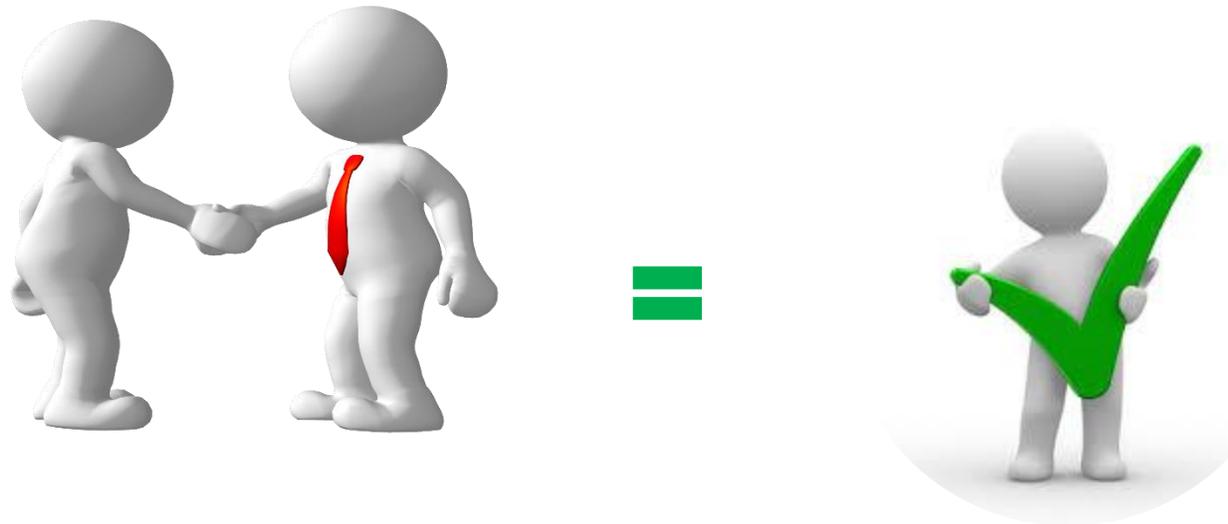
Se conoce como **cadena de valor** a un concepto teórico que describe el **modo** en el que se **desarrollan** las **actividades** de una **entidad**.

Es una **herramienta** de **análisis estratégico** que nos ayuda a determinar los fundamentos de la "**Ventaja Competitiva**" de una **entidad**.



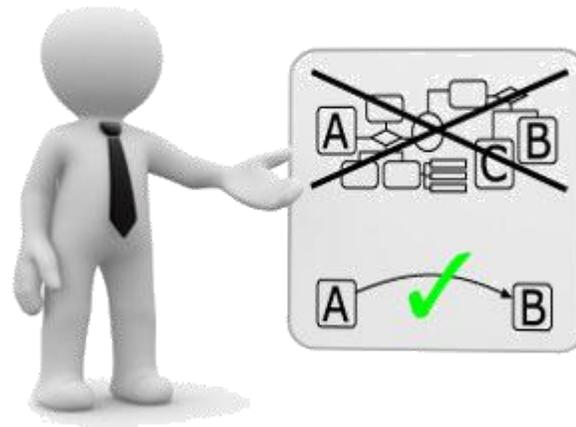
Definición de Actividades que Agregan Valor

Son las **actividades** o **procesos** que hacen posible **darle función** o **forma** al producto o al servicio requerido por el cliente. Estas actividades son por las que el **cliente** está **realmente dispuesto a pagar**.



Definición de actividades sin Valor

Son las actividades que **no adiciona valor** para el cliente en forma o función del producto o servicio y por consiguiente deberían ser eliminadas. Estas actividades no dan **ninguna ventaja** al producto o servicio y **no adicionan** ningún **valor** desde la perspectiva del **cliente**. El cliente no está dispuesto a pagar por estas actividades innecesarias.



Los administradores del valor

- Las empresas requieren realizar inversiones que mejoren los atributos de los productos o servicios ofrecidos. La empresa debe llevar a cabo procesos de **gestión de valor**, los cuales consisten en **identificar** y **promover** los **factores internos** y **externos** de la empresa que contribuyen a la creación de valor.
- Estos factores se denominan gestores de valor y se clasifican en:
- **Operativos:** Permiten **identificar** y **extender** las **características diferenciales** y **competitivas** de los productos o servicios a favor del cliente.
- **Financieros:** Se encuentran en estrecha relación con: el **grado de rentabilidad, confiabilidad** y **riesgo de la inversión**.



Atributos de valor:

- 1.- **Oportunidad:** Que el **producto o servicio** se encuentre **disponible** en todo tiempo y lugar.
- 2.- **Cantidad:** Que el **producto o servicio** sea **suministrado** con los **contenidos y/o tamaños** requeridos.
- 3.- **Forma y moda:** Que el **producto o servicio** sea **acorde** con los **contextos** espacio/tiempo vigentes.
- 4.- **Tiempo de entrega:** Que el **producto o servicio** sea **suministrado** en el **tiempo estimado**.
- 5.- **Personalizado:** Que el **producto o servicio** sea **suministrado** de acuerdo con los **requerimientos solicitados** por el **cliente y/o consumidor**.
- 6- **Costo – Precio:** Que el **producto o servicio** sea **producido y vendido** considerando los **costos y precios** convenientes a los **consumidores**.

Ejemplo: Actividades que no agregan valor



SOBREPRODUCCIÓN

Producir **más** de lo demandado o producir algo antes de que sea necesario.

CAUSAS:

- Mal uso de la automatización.
- Mala planificación de la producción.

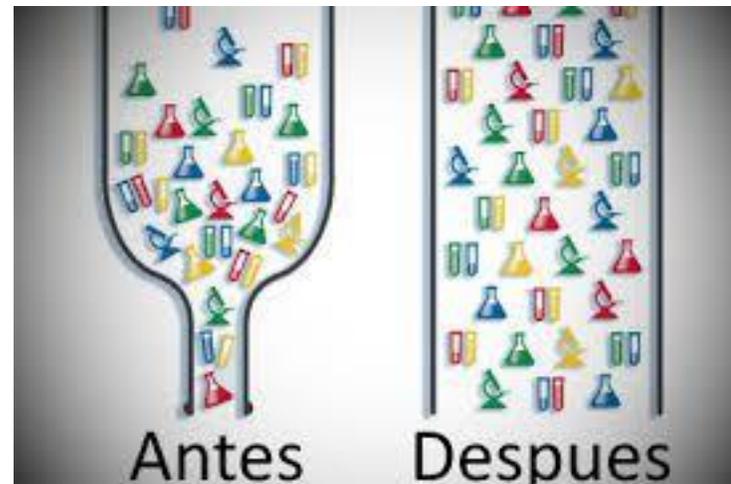


TIEMPO

Son los “ **cuellos de botella**”, donde se genera una espera en el proceso productivo debido a que una fase va más rápida que la que le sigue.

CAUSAS:

- Una mala planificación de la producción.
- Problemas de calidad en los procesos anteriores.



TRANSPORTE

Cualquier **movimiento innecesario** de productos y materias primas.

CAUSAS:

- Una mala distribución en la planta.
- El producto no fluye constantemente.



PROCESOS INAPROPIADOS O SOBREPROMOCIONES

Hacer un **trabajo extra** sobre un producto es un desperdicio que se debe eliminar.

CAUSAS:

- Los requerimientos del cliente no son claros.
- Una mala comunicación.



EXCESO DE INVENTARIO

Se refiere al **stock acumulado** por el sistema de producción y su movimiento dentro de la planta.

CAUSAS:

- Una lógica “just in case”: tener stock “por si acaso”.
- Una mala planificación de la producción.



MOVIMIENTOS INNECESARIOS

Incluye a **personas** en la empresa **subiendo** y **bajando** por documentos, buscando, etc.

CAUSAS:

- Mala distribución en la planta: layout incorrecto.
- Malos métodos de trabajo: flujo de trabajo poco eficiente.



DEFECTOS

Los **defectos de producción** y los **errores de servicio** no aportan valor y producen un desperdicio enorme, ya que **consumimos** materiales, mano de obra para reprocesar y/o atender las quejas, y sobre todo pueden provocar insatisfacción en el cliente.

CAUSAS:

- Falta de control en el proceso.
- Baja calidad.



b) CONTRIBUCIÓN MARGINAL

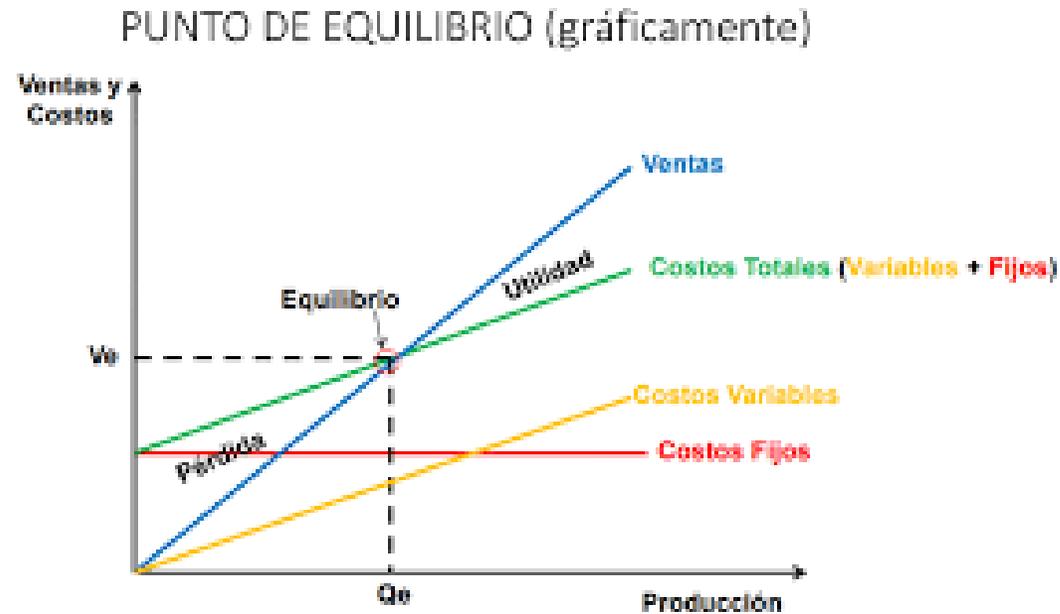
Se entiende como **excedente de ventas** de una empresa para lograr cubrir sus **costos fijos** y aún así generar utilidad.

$$\begin{array}{r} \text{Ingresos o Ventas} \\ - \text{Costos Variables} \\ \hline = \text{Margen de Contribución o} \\ \text{Contribución Marginal} = \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{Precio de Venta} \\ - \text{Costos Variable Unitario} \\ \hline = \text{Margen de Contribución} \\ \text{unitario} \end{array}$$

c) Punto de equilibrio

Es aquel punto donde los ingresos totales son iguales a los costos totales; es decir el volumen de las ventas con cuyos ingresos se igualan los costos totales y la empresa no reporta utilidad pero tampoco pérdida.



Punto de equilibrio

- El punto de **equilibrio** es el **momento** en que el **total** de los **ingresos** es igual a la suma **total** de **los costos** (Fijos y Variables).
- El punto de equilibrio puede expresarse en:
 - **Unidades de producto**
 - **Unidades monetarias**

Donde:

- CF: Costo Fijo
- MCU: Margen Contribución Unitario
- RMC: Razón Margen Contribución

$$\text{P.E. unidades} \\ \frac{\text{CF}}{\text{MCU}}$$

$$\text{P.E. unidades monetarias} \\ \frac{\text{CF}}{\text{RMC}}$$

Contribución Marginal Punto de equilibrio

EJERCICIO: Se pide obtengas con la siguiente información:

- a) Contribución marginal
- b) Punto de Equilibrio en unidades

Datos:

Precio de Venta..... 40.-
Costos Variable Unitario 24.-
Costos Fijos 400,000.-

Contribución Marginal

Punto de equilibrio

EJERCICIO: Se pide obtengas con la siguiente información:

a) Contribución marginal

MCU	
PV	40.00
CVU	24.00
MCU	16.00

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	
VENTAS	1,000,000.00
COSTOS VARIABLES	600,000.00
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	400,000.00
COSTOS FIJOS	400,000.00
UTILIDAD/PÉRDIDA (OPERATIVA)	-

Contribución Marginal Punto de equilibrio

EJERCICIO: Se pide obtengas con la siguiente información:

a) Punto de Equilibrio en unidades

PE UNIDADES	
CF	400,000.00
MCU	16.00
PE UNIDADES	25,000 UNIDADES

PE UNIDADES DE VENTA.	
COSTOS FIJOS	400,000.00
RMC	0.4
PE. UNIDADES	1,000,000.00

Razón de Margen de Contribución

RMC =	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	400,000.00
	VENTAS	1,000,000.00
RMC =	40%	

RMC =	MCU	16.00
	PV	40.00
RMC =	40%	

Tema 7.

Conclusiones

7.- Conclusiones

BALANCED SCORECARD

El Balanced Scorecard (BSC) o Cuadro de Mando Integral (CMI) es un modelo de gestión que permite a las organizaciones contar con una visión general, conjunta e interrelacionada de los distintos objetivos de la empresa.



BSC

BSC: Es un Sistema de Gestión Estratégica que integra:

- Objetivos
- Indicadores
- Metas
- Planes de acción



Posibilitando la obtención de resultados a corto, mediano y largo plazo.

Principales Características

- **Traslada la estrategia** hacia la **operación**.
- La **visión** se **concreta** en el **trabajo diario**.
- **Involucra** en los **Planes de Acción** a los **responsables de las áreas** (procesos).
- **Focalización** en la **optimización**.
- **Permite vincular** a las **personas con la estrategia**.
- **Foco en metas personales** y de **equipo**.
- Se **focaliza** en las **áreas de mejora**.



PERSPECTIVAS

- El Balanced Scorecard **mide** y **focaliza** la actuación de la empresa desde cuatro perspectivas equilibradas:
 - ✓ Los aspectos **financieros**
 - ✓ Los **clientes** de la empresa
 - ✓ Los **procesos internos** de la empresa
 - ✓ Las personas, tecnologías de información, **aprendizaje y crecimiento**



PERSPECTIVAS

Cuadro de Mando Integral
Tablero de Control



Visión y Estrategia

- **Desempeño Financiero:** Para tener éxito financiero. ¿Cómo deberíamos ver ante nuestros inversionistas?
- **Conocimiento del Cliente:** Para alcanzar nuestro objetivo ¿Cómo deberíamos ser vistos por nuestros clientes?
- **Procesos internos del Negocio:** Para satisfacer a los clientes. En qué proceso debemos sobresalir?
- **Aprendizaje y Crecimiento:** Para alcanzar nuestro objetivo ¿Cómo mantener la habilidad de cambiar y progresar.

Bibliografía

- Blocher, E., Stout, D., Cokins, G. & Chen K. (2008) *Administración de Costos: Un enfoque estratégico*. México: McGraw Hill
- Francisco Trullenque. Balanced Scorecard : nuevo enfoque de implantación estratégica”. En Estrategia Financiera, No.162, Mayo 2000
- García, J. (2020) *Contabilidad de Costos. Un enfoque en dirección*. México: McGraw Hill
- Hansen, D. & Mowen, M. (2007) *Administración de costos: Contabilidad y control*. México: CENGAGE Learning
- Horngren, C. (2012) *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial*. México: Pearson
- Kaplan, Robert S. Cómo utilizar el cuadro de mando integral para implantar y gestionar su Barcelona : Gestión 2000, 2000.
- Ramírez, D. (2008) *Contabilidad Administrativa*. México: McGraw Hill
- Rayburn Letricia (1999) *Contabilidad y Administración de costos*, Mc Graw Hill
- Alvarado V.M.(2016) *Ingeniería de Costos* . México Grupo Editorial Patria.



**POR SU
ATENCIÓN
¡GRACIAS!**

COFIDE®
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

CONTÁCTANOS



PÁGINA WEB

www.cofide.mx



TELÉFONO

01 (55) 46 30 46 46



DIRECCIÓN

Av. Río Churubusco 594 Int. 203,
Col. Del Carmen Coyoacán, 04100
CDMX

SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES



COFIDE



Cofide SC



Cofide SC



@cofide.mx