

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA CONTADURÍA PÚBLICA



PETAENG

Plan Excepcional de Titulación para Estudiantes Antiguos No Graduados

MODULO DE ACTUALIZACIÓN

Para la obtención del Grado Académico de Licenciatura

“ANÁLISIS DEL MODELO COSTO - VOLUMEN - UTILIDAD”

AUTOR: MARIA CRISTINA ROJAS GUTIERREZ

La Paz – Bolivia

2022

AGRADECIMIENTOS

A Dios: por iluminarme en los momentos más difíciles

A mi madre: por su apoyo incondicional

DEDICATORIA

A mi amada familia
Con todo cariño

RESUMEN

El modelo Costo – Volumen – Utilidad consiste en una herramienta que lo que pretende es analizar y proponer a los gerentes medir el grado de eficiencia y efectividad en el control de recursos lo que da oportunidad a medir los resultados y corregir errores. Dentro de esta planificación se toman tres elementos: Costo, Volumen y Utilidad.

La importancia de éste modelo radica en permitir planificar el desarrollo, asimismo responder dos preguntas importantes como: ¿Cuáles son las ventas mínimas que el negocio debe obtener para al menos no tener pérdidas? y/o ¿Cuántas ventas se deben generar para que el negocio sea rentable y responder a las expectativas de los accionistas? Por lo cual todo administrador, comerciante, representante legal y cualquier persona que quiera invertir en un negocio necesita la respuesta a estas cuestionantes.

Las empresas tienen que ver métodos en los cuales se pueda minimizar costos y maximizar la rentabilidad que se desea anualmente, para ello se debe de realizar análisis y estudios en los cuales se identifiquen las debilidades y fortalezas con la que cuenta la compañía, para saber en qué zona se debe de prestar más atención para modificar su trabajo o facilitar recursos que ayuden a la mejora continua.

Para que se tome la mejor decisión, la gerencia debe comprender la relación entre costos, ingresos y utilidades. El análisis de punto de equilibrio y el análisis de costo-volumen-utilidad tienen en cuenta esta interrelación por lo cual pueden proporcionar información muy útil a la gerencia para la correcta toma de decisiones.

Se debe tener claro el concepto de la estructura de costos para la planeación de las utilidades. Por ende recordamos que los costos pueden dividirse en costos variables y costos fijos. Los costos fijos no se modifican con los cambios en el volumen, más

por el contrario los costos variables, varían directa y proporcionalmente con los cambios en el volumen.

Este análisis costo-volumen-utilidad provee de una herramienta poderosa para identificar cursos de acción muy específicos que pueden o no incrementar las utilidades. Y se desprenden dos conceptos básicos: Punto de equilibrio es el número de unidades que tenemos que vender para empezar a tener ganancias en la empresa y la Planeación de Utilidades en función del número de unidades que tenemos que vender para alcanzarlas. El punto de equilibrio es una representación gráfica o matemática del nivel de apalancamiento. Se basa en la relación entre los ingresos totales de la empresa y su costo total. El análisis del equilibrio sirve para determinar el nivel de operaciones necesario para cubrir todos los costos, evaluar la rentabilidad, planear la producción, ventas y resultados así como también presupuestar costos y tener control sobre esto.

INDICE GENERAL

1.- Introducción	1
2.- Aspectos Metodológicos	2
2.1 Objetivo General	2
2.2 Objetivos específicos	2
2.3 Justificación	2
2.4 Alcance	4
2.5 Nivel de investigación.....	4
2.6 Técnica de investigación	4
3.- Marco Práctico	5
3.1 Antecedentes	5
3.2 Antecedentes contables	7
3.2.1 La Contabilidad	7
3.2.1.1 Contabilidad Administrativa	8
3.2.1.2 Contabilidad Financiera.....	9
3.2.1.3 Contabilidad de Costos	9
3.2.2 Costos.....	13
3.2.2.1 Clasificación de los Costos.....	13
3.2.2.2 Diferencias entre costos y gastos.....	21
3.2.2.3 Elementos del costo	23
3.2.2.3.1 Materiales o Materia Prima Directa	23
3.2.2.3.2 Mano de Obra Directa o Trabajo Directo	24
3.2.2.3.3 Costos Indirectos de Fabricación u Otros Insumos.....	24
3.3 Análisis del costo-volumen-utilidad.....	25
3.3.1 Supuestos del Costo_Volumen_Utilidad.....	27
3.4 Margen de Contribución	28
3.5 Costo de Venta	29
3.6 Volumen de Producción	30
3.7 Ingresos	31

3.8 La Utilidad	31
3.9 Precio de Venta.....	32
3.10 Punto de Equilibrio	33
3.10.1 Definición	33
3.10.2 Objetivo del punto de equilibrio	34
3.10.3 Ventajas del punto de equilibrio	35
3.10.4 Métodos para determinar el punto de equilibrio.....	35
3.10.5 Punto de equilibrio (en cantidad – unidades).....	37
3.10.2.1.2. Método algebraico	38
3.11 Enfoque sobre el margen de contribución - margen bruto	41
3.12 Planeación de utilidades y la relación costo-volumen- utilidad	42
3.13 Análisis del Apalancamiento operativo	43
3.14 Análisis de sensibilidad	44
3.15 Margen de seguridad	45
3.15.1 Definición	45
3.15.2. La importancia de invertir con un margen de seguridad	47
3.16 Análisis de los causantes del costo y comportamiento del costo.....	48
3.17 Costos para la toma de decisiones.....	48
3.17.1 Costeo variable	51
3.17.2 Costeo absorbente	51
3.18 Análisis costo-volumen-utilidad en la toma de decisiones financiera.....	52
3.19 Importancia del costo-volumen-utilidad	53
3.20 Enfoque en riesgos e incertidumbre	53
3.21 Hipótesis costo – volumen –utilidad	54
3.22 Análisis de los cambios de las variables costo-volumen-utilidad	55
3.22 Análisis sobre el efecto de mezcla sobre la utilidad.....	57
3.23 Análisis de precio-volumen-costos	59
4 Conclusiones	64
5 Referencias Bibliográficas.....	65

ANALISIS DEL MODELO COSTO – VOLUMEN - UTILIDAD

1.- Introducción

El análisis de los costos se vuelve fundamental para las empresas ya que es importante saber cuál es la situación de costos y gastos por la cual está pasando la empresa, estos rubros se pueden incrementar si no se mantiene un adecuado control y cuidado de los ingresos de la empresa.

El análisis Costo - Volumen – Utilidad es una herramienta que permite planificar el desarrollo de una empresa, brindándole la oportunidad de adquirir una ventaja competitiva.

Es decir, permite medir el grado de eficiencia y efectividad en el control de recursos lo que da oportunidad a medir los resultados y corregir errores. Dentro de esta planificación se toman tres elementos: Costo, Volumen y Utilidad.

Un aspecto importante que se debe considerar es que estos elementos, si los analizamos independientemente, concluimos que, por ejemplo, la Utilidad está asociada con el precio de los productos, debemos tomar en cuenta que éste se encuentra influenciado por el precio del mercado y/o por el de la competencia, entonces muchas empresas deben sacrificar sus precios, tendrían que colocar el precio estándar del mercado al nivel de la competencia, o incluso hasta disminuirlos. Los precios se ven influenciados por el mercado, entonces la empresa no tiene un control total de éste aspecto. El otro elemento que es el Volumen de Producción, de igual manera se encuentra influenciado por el mercado, por las tendencias, por los gustos y preferencias de los clientes, por el nivel de satisfacción que los clientes han logrado obtener, por lo cual el Volumen depende de ambientes externos. Sin embargo, un elemento que si se encuentra a disposición de la empresa y tiene la particularidad de poder administrar y controlar es el Costo, por lo que la estrategia es disminuir el costo y eficientizar la utilización del mismo.

La importancia de éste modelo radica en permitir planificar el desarrollo, asimismo responder dos preguntas importantes como: ¿Cuáles son las ventas mínimas que el negocio debe obtener para al menos no tener pérdidas? y/o ¿Cuántas ventas se deben generar para que el negocio sea rentable y responder a las expectativas de los accionistas? Por lo cual todo administrador, comerciante, representante legal y cualquier persona que quiera invertir en un negocio necesita la respuesta a estas cuestionantes.

Las empresas tienen que ver métodos en los cuales se pueda minimizar costos y maximizar la rentabilidad que se desea anualmente, para ello se debe de realizar análisis y estudios en los cuales se identifiquen las debilidades y fortalezas con la que cuenta la compañía, para saber en qué zona se debe de prestar más atención para modificar su trabajo o facilitar recursos que ayuden a la mejora.

2.- Aspectos Metodológicos

2.1 Objetivo General

Analizar la relación Costo-Volumen-Utilidad mediante la proyección de escenarios optimistas y pesimistas, dándole a la gerencia una herramienta para la toma de decisiones.

2.2 Objetivos específicos

- Determinar los costos-gastos con mayor incidencia en la rentabilidad.
- Identificar los gastos de mayor relevancia, el volumen de venta y su efecto mensual
- Evaluar los costos fijos, punto de equilibrio y margen de contribución

2.3 Justificación

Es un tema que se aplica a la realidad, analizar la relación entre los costos Alimenta las finanzas públicas, El presente análisis se basará en aplicar el método de costo-volumen utilidad en la empresa, se entiende que las empresas deben de visualizar

ganancias y un crecimiento económico adecuado. El punto de equilibrio es de gran ayuda, pero no lo suficientemente amplio para basar las decisiones empresariales en este análisis, por eso es recomendable utilizar el costo volumen-utilidad ya que estudia los diferentes parámetros y proyecciones del comportamiento de los ingresos y egresos de la empresa.

Si existe una variación en los factores precio, cantidad, costos unitarios de adquisición, costos de comercialización y precios de mercado esta herramienta nos ayudará a medir el grado de variación y efecto que se obtendrá como resultado del movimiento de estas variables. Se establecerá la herramienta de costo-volumen-utilidad para fomentar a la toma de decisiones basadas en análisis correctos ayudando los resultados consiguiendo el punto de equilibrio donde la empresa se mantendría con un resultado parcial pero no obstante se desea mejorar y distribuir adecuadamente los costos.

Para un adecuado análisis se debe de identificar cuáles son los costos variables y fijos que están inmersos en la operación ya que si se los identifica de una forma errónea el resultado que arroje el análisis del costo-volumen utilidad será inadecuado.

En las empresas la herramienta costo-volumen-utilidad, no es comúnmente aplicada porque el estudio que conlleva a obtener los resultados es un proceso metódico y que implica el uso del recurso (tiempo), aunque dicha herramienta es sumamente esencial para la toma de decisiones las empresas no la consideran al momento de hacer sus estudios sobre el giro del negocio.

Esta herramienta posibilita medir el grado de rendimiento que está obteniendo la empresa para así poder tener una visión de los cambios y modificaciones que se pueden realizar para obtener mejores resultados. Cabe recalcar que no es la única herramienta de análisis que se puede utilizar ya que cada empresa deberá de evaluar sus datos y ver cual herramienta es la más conveniente. Para finalizar este proyecto de investigación aspira a servir de guía para analizar las falencias que

pueden cometerse a la hora de costear productos disponibles para comercializar, servirá como referencia para estudiantes, y empresas que tengan la misma controversia al momento de ver los resultados obtenidos.

2.4 Alcance

Este tema corresponde al área de la contabilidad y administración. Diferenciar entre costos variables y fijos y los efectos de los cambios en el volumen sobre cada uno de estos costos. Tomando en cuenta que la clave para la planeación de las utilidades radica en la comprensión de la estructura de costos de la empresa.

2.5 Nivel de investigación

Todas las organizaciones se ven comprometidas a realizar un constante cuestionamiento para aprovechar mejor sus insumos a corto y largo plazo, el presente análisis tiene carácter relacional, entre costos y utilidades. El análisis Costo - Volumen – Utilidad es una herramienta que permite planificar el desarrollo de una empresa, brindándole la oportunidad de adquirir una ventaja competitiva. Asimismo la relación entre los tres elementos (costo-volumen-utilidad) es muy estrecha, nos provee una guía para el planteamiento y selección de alternativas. Para ello es necesario realizar nuestro punto de equilibrio

2.6 Técnica de investigación

Se ha tenido acceso a bibliografía relacionada a Contabilidad de Costos y Contabilidad Administrativa, se utilizó la fuente bibliográfica de los siguientes autores:

Contabilidad de Costos de Jiménez Lumes (2010)

Contabilidad Administrativa de David Ramírez Padilla (2008)

Contabilidad de Costos de Polimeni (1994)

Contabilidad de Costos de Madhad Rajan (2012)

3.- Marco Práctico

3.1 Antecedentes

“Todos los gerentes quieren saber cómo se modificarán las ganancias a medida que cambien las unidades vendidas de un producto o un servicio. Los gerentes también deben decidir cómo fijar el precio de sus productos, así como entender el efecto de sus decisiones en cuanto a precios sobre los ingresos y las utilidades.” (Rajan, 2012)

Como cualquier negocio nuestro propósito es crear ganancias en base a utilidades netas de nuestro negocio para ser más lucrativos, esto lo generaremos en base a ventas.

A medida que pasa el tiempo, las empresas sufren de diferentes modificaciones debido a las exigencias que afrontan, creando la necesidad de contar con un excelente recurso humano y financiero, cumpliendo así con las actividades de cada departamento. Una empresa comercial exitosa no solo depende de las estrategias de venta y de su cartera de clientes, sino también de la forma que se estructura contablemente. Debido a que, al momento de realizar un control administrativo y económico, este permita dar una opinión sobre cómo se encuentra económicamente la empresa. Las empresas manejan una contabilidad basada en hechos históricos comparándolos con los hechos actuales de su situación económica vigente, la cual permite observarlos a medida que se los va obteniendo con el respectivo análisis. He aquí la importancia en realizar un análisis completo de los costos y gastos generados en la adquisición y comercialización del inventario o bienes disponibles para la venta, con el fin de distribuir adecuadamente los costos que se generan al momento de obtener los productos para la venta.

“La contabilidad de costos mide, analiza y reporta información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquisición o uso de los recursos dentro de una organización. (...). Por ejemplo, la decisión de cómo asignar los precios a los productos, y la elección de cuáles de ellos se deberán promover”. (Rajan, 2012).

El éxito o fracaso de toda empresa dependerá de la forma en que maneje los tres elementos: costos, volúmenes y precios y de su capacidad de analizar aumentos y disminuciones sobre las utilidades de cualquiera de las tres variables para preparar así las acciones que maximicen las utilidades de la empresa. Para los autores en la contabilidad de costos también hay un sin número de opciones de análisis que utilizadas de una forma adecuada se pueden convertir en la mejor herramienta de ayuda y diagnóstico empresarial.

Cabe destacar que la herramienta no es nada si no tiene a un buen líder financiero que la utilice y complemente con mejoras innovadoras. A través de esta herramienta se puede obtener lo que la empresa consume-gasta para la fabricación del producto o prestación de los servicios, y así poder detectar la forma adecuada de distribución de los costos cuando existen varias líneas de productos o servicios, simplemente se desea implementar controles que nos ayuden en la toma de decisiones financieras acertadas.

Una de esas herramientas que se puede utilizar es la de costo-volumen-utilidad ya que para implementarla se necesita realizar un análisis profundo, así como proyecciones y estimaciones para un mejor resultado analítico. El estudio de los costos fijos y variables inmersos en la producción nos ayudara a detectar cuanta utilidad genera los productos en el periodo contable estudiado, y así poder determinar correctamente la distribución y observar el comportamiento de estos elementos. Permite a la dirección analizar el método de simulación sobre las variables, costos, precios y volumen asimismo permite analizar los posibles efectos en las utilidades a corto y largo plazo. Las cuatro variables del modelo costo-volumen-utilidad son costo unitario, precio, costo fijo y volumen.

“El sistema costo – volumen -utilidad, es un apoyo fundamental en el modelo de planeación, capaz de analizar los efectos de las diferentes variaciones sobre las utilidades (aumentos o disminuciones), por parte de cualquiera de las tres variables, para preparar así las acciones que maximicen las utilidades de la empresa, dentro de las restricciones a las que esté sujeta” (Padilla, 2008).

“El análisis costo-volumen-utilidad (CVU) estudia el comportamiento y la relación entre estos elementos, a medida que ocurren cambios en las unidades vendidas, el precio de venta, el costo variable por unidad o los costos fijos de un producto” (Rajan, 2012).

Dentro de lo estudiado el análisis de costo-volumen-utilidad, permite mediante proyecciones verificar las utilidades que arrojan los productos que tenemos a la venta, además de determinar adecuadamente el precio de venta al público compitiendo con los mejores costos y calidad.

3.2 Antecedentes contables

3.2.1 La Contabilidad

“En todas las organizaciones, lucrativas y no lucrativas, el mejor sistema de información cuantitativo es la contabilidad, que constituye un verdadero suprasistema. De él emanan otros subsistemas de información cuantitativos que deben satisfacer las necesidades de los diversos usuarios que acuden a la información financiera de las empresas, para que cada uno, según sus características, tome las decisiones más adecuadas para su organización”. (Padilla, 2008)

La contabilidad puede ser considerada como ciencia o técnica, que cumple con procesos interrelacionados para el bien de la empresa, que tienen como fin brindar

información de utilidad para la toma de decisiones vinculadas al tema económico-financiero, ya que se dedica a analizar el patrimonio empresarial y traduce sus resultados en los llamados estados financieros. Asimismo, influye en la toma de decisiones.

La contabilidad se divide en contabilidad administrativa, financiera y de costos.

3.2.1.1 Contabilidad Administrativa

Con la contabilidad Administrativa, los profesionales en administración pueden realizar sus planificaciones para cada periodo, dándole a los encargados la posibilidad de elegir entre una u otra decisión que beneficie a la empresa para que sea competitiva en el mercado, y pueda aventajarse sobre la otras entidades competentes, esta contabilidad proporciona aspectos importantes ya que colabora en establecer los procesos que se deben de seguir para cumplir con los objetivos definidos a lo largo de cada ciclo, ayudando a adaptarse a los diferentes cambios que se presentan en el mercado y la globalización, mediante estrategias eficaces y efectivas que son debidamente estudiadas antes de ponerlas en marcha.

“La contabilidad administrativa mide, analiza y reporta información financiera y no financiera para ayudar a los gerentes a tomar decisiones encaminadas al logro de los objetivos de una organización. Los gerentes usan la información de la contabilidad administrativa para desarrollar, comunicar e implementar las estrategias. También usan la información de la contabilidad administrativa para coordinar el diseño de productos, la producción y las decisiones de mercadotecnia y para evaluar su desempeño. La información y los reportes de la contabilidad administrativa no tienen que seguir reglas o principios establecidos. Las preguntas clave son siempre: 1. ¿cómo ayudará esta información a los gerentes a hacer mejor su trabajo?, y 2. ¿los beneficios por generar tal información exceden los costos?” (Rajan, 2012)

3.2.1.2 Contabilidad Financiera

Podemos definir que la contabilidad financiera es una parte esencial de la contabilidad general que se enlaza con las otros tipos de contabilidad, y que a su vez su principal objetivo es resumir la información plasmada en transacciones de ámbito financiero, proporcionando datos informativos sobre la actualidad de la empresa que ayudan a los gerentes, accionistas, gerentes de bancos, proveedores, dueños entre otros a tomar las mejores decisiones sobre inversiones o créditos que se puedan generar con la mercadería dependiendo el caso que se presente. La contabilidad financiera tiene mucha relevancia en lo que corresponde a la toma de decisiones debido a que una mala presentación de la información y/o un mal manejo de ésta podría llevar a una errónea decisión, por eso a menudo los encargados de presentar esta información revisan con detenimiento los procesos que se ha seguido para que los datos que se presenten en los reportes o informes sean confiables, y que a su vez sea de fácil entendimiento para las personas externas de la empresa.

“La contabilidad financiera se enfoca en el suministro de información a agentes externos, tales como inversionistas, instituciones gubernamentales, bancos y proveedores. Mide y registra las transacciones del negocio para proporcionar estados financieros elaborados con base en los principios de contabilidad generalmente aceptados y/o normas de información financiera (nif). La manera más importante en que la información de la contabilidad financiera influye en las decisiones y acciones de los gerentes es mediante la remuneración, la cual frecuentemente se basa en las cifras de los estados financieros”. (Rajan, 2012)

3.2.1.3 Contabilidad de Costos

“La contabilidad de costos es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos y con ello facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo” (ver figura 1) (Padilla, 2008)

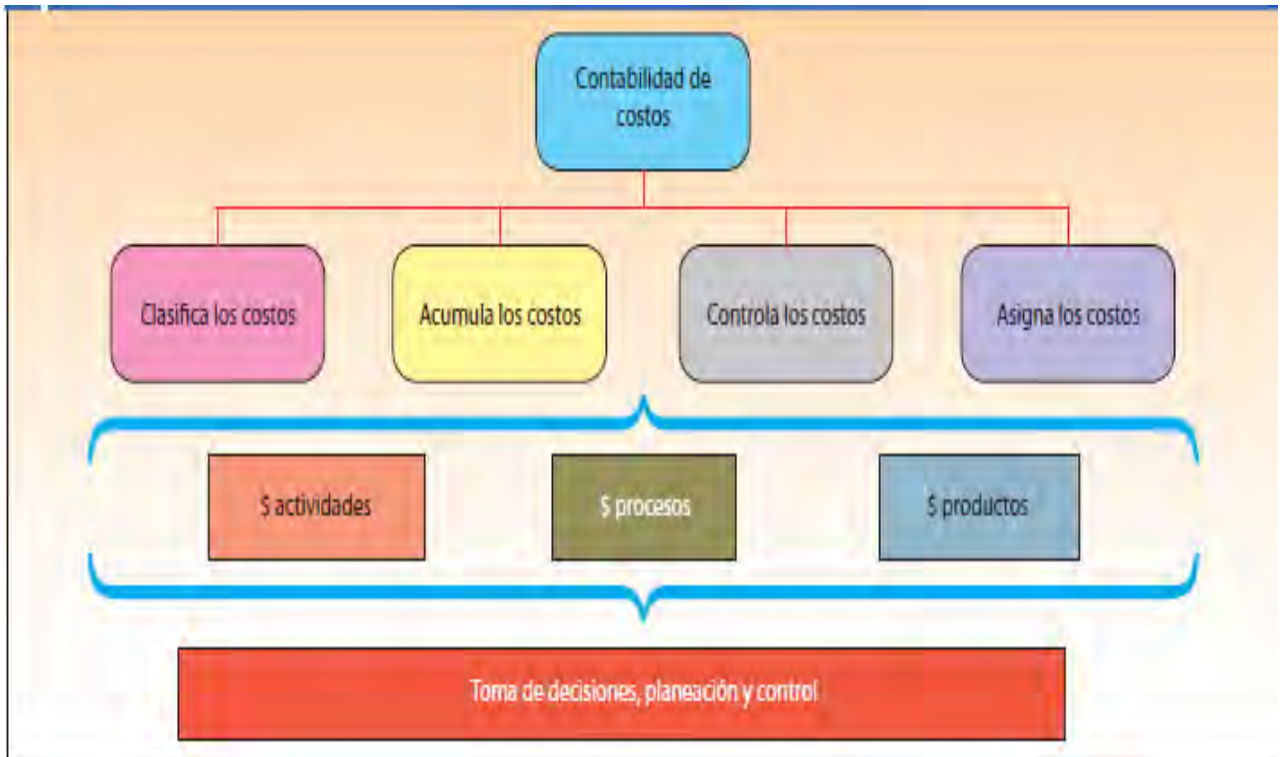


Figura 1

La contabilidad de costos se encarga de encontrar o acumular el valor monetario y la cantidad de recursos que se emplearon en la fabricación de un bien. La contabilidad de costos actúa con mecanismos de control que permite calcular valores exactos sobre el costo de la fabricación de un producto, aportando información casi precisa para la toma de decisiones, y de ésta forma genera una expectativa idónea sobre los valores que se le va a implantar al productos, para lanzarlo al mercado en el que se va a incursionar, y obtener un margen de utilidad esperado, basándose en presupuestos y planificaciones mediante la aplicación de técnicas que permitan cumplir con el objetivo y metas esperadas por la empresa.

“La contabilidad de costos mide, analiza y reporta información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquisición o uso de los recursos dentro de una organización. Por ejemplo, el cálculo del costo de un producto es una función de la contabilidad de costos, que responde a las necesidades de evaluación de inventarios de la contabilidad financiera, así como a las necesidades de toma de

decisiones de la contabilidad administrativa (por ejemplo, la decisión de cómo asignar los precios a los productos, y la elección de cuáles de ellos se deberán promover). (Rajan, 2012).

El análisis de los costos empresariales es sumamente importante, principalmente desde el punto de vista práctico, puesto que su desconocimiento puede acarrear riesgos para la empresa.

“La contabilidad de costos mide, analiza y reporta información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquisición o uso de los recursos dentro de una organización. Por ejemplo, el cálculo del costo de un producto es una función de la contabilidad de costos, que responde a las necesidades de evaluación de inventarios de la contabilidad financiera, así como a las necesidades de toma de decisiones de la contabilidad administrativa (por ejemplo, la decisión de cómo asignar los precios a los productos, y la elección de cuáles de ellos se deberán promover). La contabilidad de costos moderna parte de la perspectiva de que la recolección de la información de costos está en función de las decisiones gerenciales que se tomen. Por lo tanto, la distinción entre la contabilidad administrativa y la contabilidad de costos no es tan precisa y, en este texto, con frecuencia usamos estos términos de manera indistinta.” (Rajan, 2012)

“Adicionalmente la contabilidad de costos analiza la información relevante según las necesidades de la gerencia debido a que esta puede adoptar distintas formas según los requerimientos internos de la empresa. Poseer un sistema de costos pertinente es esencial para una empresa debido a que este se enfoca precisamente en las técnicas y registros indispensables para estructurar y detallar de manera correcta los informes sobre de la determinación de los costos y gastos que se pudieron emplear con el fin de producir un bien o brindar un servicio de calidad y con un precio accesible”. (Polimeni, 1994)

El análisis de costos influye mucho en la toma de decisiones, para llegar a cumplir los objetivos propuestos por la alta gerencia y el directorio de la empresa.

“Cualquier técnica o mecánica contable que permita calcular lo que cuesta fabricar un producto o prestar un servicio. Se le considera un subsistema de la contabilidad general, al que le corresponde la manipulación detallada de la información pertinente a la fabricación de un producto, para la determinación de su costo final.” (Jiménez, 2010)

Tomando en cuenta el aporte del autor, la contabilidad de costos sirve como mecanismos de control que ayudan a calcular valores exactos sobre el costo de la fabricación de un producto, aportando información pertinente para la toma de decisiones, y generando una expectativa idónea sobre los valores que se le va a implantar al productos, para lanzarlo al mercado en el que se va a incursionar, y obtener un margen de utilidad esperado, basándose en presupuestos y planificaciones mediante la aplicación de técnicas que permitan cumplir con el objetivo y metas propuestas por la empresa.

Los informes de costos son muy útiles también para planeación y selección de alternativas ante una situación dada. Por ello, se puede concluir que los objetivos de la contabilidad de costos son:

- a. Generar informes para medir la utilidad, proporcionando el costo de ventas correcto.
- b. Valuar los inventarios.
- c. Proporcionar reportes para ayudar a ejercer el control administrativo.
- d. Ofrecer información para la toma de decisiones.
- e. Generar información para ayudar a la administración a fundamentar la estrategia competitiva.
- f. Ayudar a la administración en el proceso del mejoramiento continuo, eliminando las actividades o procesos que no generan valor. (Padilla, 2008).

3.2.2 Costos

Es el conjunto de diferentes rubros que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Cuando se determina el costo de producción, esto puede servir para establecer un precio de venta al público.

“Los contadores definen el costo como un sacrificio de recursos que se asigna para lograr un objetivo específico. Un costo (como los materiales directos o la publicidad) por lo general se mide como la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir bienes o servicios. Un costo real es aquel en que ya se ha incurrido (un costo histórico o pasado), a diferencia de un costo presupuestado, el cual es un costo predicho o pronosticado (un costo futuro)”. (Rajan, 2012).

La identificación y determinación de costos es de mucha relevancia para lograr el alcance de objetivos en cualquier tipo de negocio. Con esta determinación de costos se puede conocer a tiempo si el precio al que se está vendiendo lo que se produce permite de manera óptima lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos y gastos del funcionamiento de la empresa. La palabra "costo" significa básicamente:

1. La suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir una cosa (bien o servicio).
2. Lo que es sacrificado o desplazado en el lugar de la cosa elegida.

El primer concepto indica expresando los factores técnicos de la producción y se le llama costo de inversión, y el segundo manifiesta las posibles consecuencias económicas y se le conoce por costo de sustitución.

3.2.2.1 Clasificación de los Costos

Existen muchos tipos de costos a los que se enfrentan las empresas, bajo criterio es de suma importancia tener claro en que consiste cada uno de ellos y sobretodo tener

el cuidado y detenimiento de analizarlos para evitar confusiones o malas apropiaciones en las cuentas contables. Una de las clasificaciones más utilizada es: “Los costos, como se ha mencionado, son fundamentales para el administrador no sólo para efectos de valorar inventarios, sino para los diferentes procesos administrativos de la organización (planeación, toma de decisiones, control). Dependiendo del tipo de proceso administrativo de que se trate, y del tipo de toma de decisiones que se quiera realizar, los costos pueden ser clasificados de diferentes formas. En la figura 3 se muestran estas clasificaciones:” (Padilla, 2008)

Figura 3.



1. De acuerdo con la función en la que se incurren:

a) Costos de producción: Son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se subdividen en costos de materia prima, de mano de obra e indirectos de fabricación:

- **Costos de materia prima** El costo de materiales integrados al producto. Por ejemplo, la malta utilizada para producir cerveza, el tabaco para producir cigarrillos, etcétera.
- **Costos de mano de obra** Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto. Por ejemplo, el sueldo del mecánico, del soldador, etcétera.
- **Gastos indirectos de fabricación** Son los costos que intervienen en la transformación de los productos, con excepción de la materia prima y la mano de obra directa. Por ejemplo, el sueldo del supervisor, mantenimiento, energéticos, depreciación, etcétera.

b) Costos de distribución o venta: Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor; por ejemplo, publicidad, comisiones, etcétera.

c) Costos de administración: Son los que se originan en el área administrativa (sueldos, teléfono, oficinas generales, etc.). Esta clasificación tiene por objeto agrupar los costos por funciones, lo cual facilita cualquier análisis que se pretenda realizar de ellas.

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

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

a) Costos directos: Son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se cuenta el sueldo correspondiente a la secretaria del director de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; la materia prima es un costo directo para el producto, etcétera.

b) Costo indirecto: Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de la maquinaria o el sueldo del director de producción respecto al producto. Algunos costos son duales; es decir, son directos e indirectos al mismo tiempo. El sueldo del gerente de producción es directo para los costos del área de producción, pero indirecto para el producto. Como se puede apreciar, todo depende de la actividad que se esté analizando.

3. De acuerdo con el tiempo en que fueron calculados:

a) 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. Éstos son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.

b) Costos predeterminados: Son los que se estiman con base estadística y se utilizan para elaborar presupuestos.

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

a) Costos de periodo: Son los que se identifican con los intervalos de tiempo y no con los productos o servicios; por ejemplo, el alquiler de las oficinas de la compañía, cuyo costo se lleva en el periodo en que se utilizan las oficinas, al margen de cuándo se venden los productos.

b) Costos del producto: Son los que se llevan contra los ingresos únicamente cuando

han contribuido a generarlos en forma directa; es decir, 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.

5. De acuerdo con el control que se tenga sobre la ocurrencia de un costo:

a) Costos controlables: Son aquellos sobre los cuales una persona, de determinado nivel, tiene autoridad para realizarlos o no. Por ejemplo, los sueldos de los directores de ventas en las diferentes zonas son controlables por el director general de ventas; el sueldo de la secretaria, por su jefe inmediato, etcétera. Es importante hacer notar que, en última instancia, todos los costos son controlables en uno o en otro nivel de la organización; resulta evidente que a medida que se asciende a niveles altos de la organización, los costos son más controlables. Es decir, la mayoría de los costos no son controlables en niveles inferiores. Los costos controlables no son necesariamente iguales a los costos directos. Por ejemplo, el sueldo del director de producción es directo respecto a su área, pero no controlable por él. Estos costos son el fundamento para diseñar contabilidad por áreas de responsabilidad o cualquier otro sistema de control administrativo.

b) Costos no controlables: En algunas ocasiones no se tiene autoridad sobre los costos en que se incurre; tal es el caso de la depreciación del equipo para el supervisor, ya que dicho gasto fue una decisión tomada por la alta gerencia.

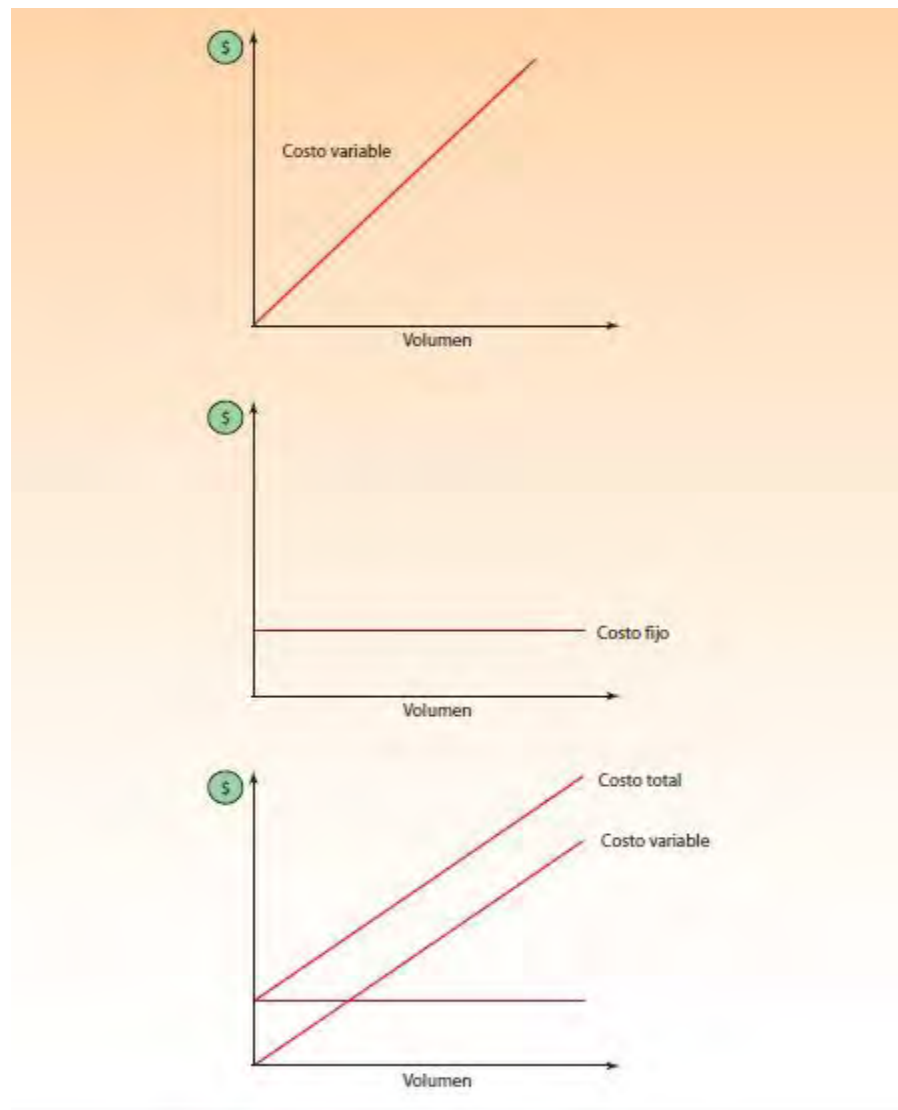
6. De acuerdo con su comportamiento:

a) Costos variables: Son los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas.

b) Costos fijos: Son los que permanecen constantes durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin importar si cambia el volumen, como sería el caso de los

sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio. Dentro de los costos fijos, existen dos categorías. Por un lado, se encuentran los **costos fijos discretionales**, que son aquellos que son susceptibles de ser modificados, como por ejemplo los sueldos y salarios; por otro lado, están los **costos fijos comprometidos**, que son los que no aceptan modificaciones, por lo cual también son llamados costos sumergidos. En esta última categoría entraría la depreciación de la maquinaria y contratos a largo plazo de arrendamiento.

Figura 4. La índole de costo fijos y costos variables puede mostrarse en vectores



c) Costos semivariabes: También conocidos como “semifijos” o mixtos, estos costos tienen como característica que están integrados por una parte fija y una

variable. El ejemplo típico son los servicios públicos como electricidad y teléfono, que cobran una cuota fija por servicio más un costo variable por uso del servicio (kilowatts, minutos de llamadas).

7. De acuerdo con su importancia para la toma de decisiones:

a) Costos relevantes: Son aquellos que se modifican o cambian de acuerdo con la opción que se adopte; también se les conoce como costos diferenciales. Por ejemplo, cuando se produce la demanda de un pedido especial y existe capacidad ociosa; en este caso los únicos costos que cambian, si se acepta el pedido, son los de materia prima, energéticos, fletes, etc. La depreciación del edificio permanece constante, por lo que los primeros son relevantes, y el segundo irrelevante para tomar la decisión.

b) Costos irrelevantes: Son aquellos que permanecen inmutables, sin importar el curso de acción elegido. Esta clasificación permite segmentar las partidas relevantes e irrelevantes en el proceso de toma de decisiones.

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

a) Costos desembolsables: Son aquellos que implicaron una salida de efectivo, lo cual permite que puedan registrarse en la información generada por la contabilidad. Dichos costos se convertirán más tarde en costos históricos; los costos desembolsables pueden llegar o no a ser relevantes al tomar decisiones administrativas. Un ejemplo de un costo desembolsable es la nómina de la mano de obra actual.

b) 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. Un ejemplo de costo de oportunidad es el siguiente:

c) Costos virtuales: Costos que impactan a la utilidad durante un periodo contable, pero que no implican una salida de efectivo. Ejemplo: Depreciación, pérdidas cambiarias.

9. De acuerdo con el cambio originado por un aumento o disminución de la actividad:

a) Costos diferenciales: Son los aumentos o disminuciones del costo total, un cambio en los niveles de inventarios, etc. Estos costos diferenciales pueden clasificarse en **costos decrementales** y **costos incrementales**. Los costos decrementales se originan cuando un costo diferencial disminuye por reducciones del volumen de operación, como sería el caso de los ahorros que tendría la empresa por la eliminación de una línea de producto. Por otra parte, los costos incrementales son aquellos en los que se incurre cuando las variaciones de los costos son ocasionadas por un aumento de las actividades u operaciones de la empresa, como sucedería cuando se introduce un nuevo proceso en la línea de producción que requiere la contratación de nuevos trabajadores y costos adicionales de materia prima o energéticos.

b) Costos sumergidos: Son aquellos que, independientemente del curso de acción que se elija, no se verán alterados; es decir, van a permanecer inmutables ante cualquier cambio. Este concepto tiene relación estrecha con lo que ya se ha explicado acerca de los costos históricos o pasados, los cuales no se utilizan en la toma de decisiones. Un ejemplo de ellos es la depreciación de la maquinaria adquirida. Si se trata de evaluar la alternativa de vender cierto volumen de artículos con capacidad ociosa a precio inferior al normal, es irrelevante tomar en cuenta la depreciación.

10. De acuerdo con la relación en la disminución de actividades:

a) Costos evitables: Son aquellos plenamente identificables con un producto o un departamento, de modo que, si se elimina el producto o el departamento, dicho costo se suprime; por ejemplo, el material directo de una línea que será eliminada del mercado.

b) Costos inevitables: Son aquellos que no se suprimen, aunque el departamento o el producto sean eliminados de la empresa; por ejemplo, si se elimina el departamento de ensamble, el sueldo del director de producción no se modificará.

11. De acuerdo con su impacto en la calidad:

a) Costos por fallas internas: Son los costos que podrían ser evitados si no existieran defectos en el producto antes de ser entregado al cliente.

b) Costos por fallas externas: Son los costos que podrían ser evitados si no tuvieran defectos los productos o servicios. Estos costos surgen cuando los defectos se detectan después de que el producto es entregado al cliente.

c) Costos de evaluación: Son aquellos que se incurren para determinar si los productos o servicios cumplen con los requerimientos y especificaciones.

d) Costos de prevención: Son los costos que se incurren antes de empezar el proceso con el fin de minimizar los costos de productos defectuosos.

Esta clasificación sugerida por el autor es importante, pero de acuerdo a la empresa el enfoque es diferente, por lo que es de vital importancia tener una clasificación idónea al rubro de la empresa para un buen control administrativo de los costos y esto influye obviamente en la toma de decisiones.

3.2.2.2 Diferencias entre costos y gastos

Los costos y los gastos son todos los desembolsos necesarios para producir y vender productos, servicios o mercancías de la empresa.

En general, todo desembolso pasado, presente o futuro del efectivo puede tener los siguientes efectos:

a) Los desembolsos pueden gastarse, es decir, son egresos atribuibles a los ingresos del período. Los contadores suelen tratar como gastos los consumos de

bienes y servicios que no son de fábrica, o sea los consumidos en la comercialización, administración, dirección y asesoría. En este texto se les denominarán también costos del período.

b) Otros desembolsos suelen capitalizarse, es decir, permiten adquirir bienes o derechos permanentes como activos fijos y cargos diferidos, que serán sometidos a depreciaciones, amortizaciones y agotamiento futuro. La asignación de gastos por depreciación, amortización o agotamiento deberá efectuarse para aquellos activos fijos y cargos diferidos utilizados por los segmentos administrativos que no son la fábrica, en tanto que deben inventariarse aquellos valores de depreciación y amortización que se refieren a los activos fijos y cargos de fábrica.

c) Otros desembolsos deben inventariarse cuando se destinan a la fabricación de nuevos productos, que al ser vendidos se convierten en el costo de estos.

“El costo se define como el "valor" sacrificado para adquirir bienes o servicios, que se mide en dólares mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. En el momento de la adquisición, el costo en que se incurre es para lograr beneficios presentes o futuros. Cuando se utilizan estos beneficios, los costos se convierten en gastos. Un gasto se define como un costo que ha producido un beneficio y que ha expirado. Los costos no expirados que pueden dar beneficios futuros se clasifican como activos.

Los gastos se confrontan con los ingresos para determinar la utilidad o la pérdida netas de un período. El ingreso se define como el precio de los productos vendidos o de los servicios prestados. En determinadas circunstancias, los bienes o servicios comprados se convierten en algo sin valor, sin haber prestado ningún beneficio. Estos costos se denominan pérdidas y se presentan en el estado de ingresos como una deducción de los ingresos, en el período que ocurrió la disminución en el valor.

Tanto los gastos como las pérdidas tienen el mismo impacto sobre el ingreso neto; ambos son reducciones. Sin embargo, se presentan por separado en el estado de

ingresos, después del ingreso operacional, a fin de reflejar en forma adecuada los valores asociados con cada uno.” (Polimeni, 1994)

3.2.2.3 Elementos del costo. -

Para poder fabricar cualquier bien o para prestar servicio es necesario incurrir en desembolsos para poner a disposición del proceso productivo los tres elementos indispensables, llamados elementos del costo, que se consideran los siguientes:

a. MATERIALES O MATERIA PRIMA DIRECTA

b. MANO DE OBRA DIRECTA O TRABAJO DIRECTO

c. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION U OTROS INSUMOS.

La cantidad o proporción utilizada de cada uno de estos elementos, dependerá directamente del tipo de producto o servicio como también del proceso de producción que se mantenga en la empresa y además establecido por procedimientos, en ciertos casos se utilizará más mano de obra que materia prima directa o viceversa, es un comportamiento normal siempre y cuando se mantenga en completa claridad su identificación y aplicación.

3.2.2.3.1 Materiales o Materia Prima Directa

Se considera materiales o materia prima directa todos los bienes con o sin transformación previa, que son indispensables para la producción de un bien o servicio. Se toma en cuenta como principal característica, la fácil identificación en peso, volumen, cantidad. Como ejemplos podemos mencionar: cuero, madera, telas, leche, harina, agua, arena, alcohol, etc. Materiales Directos o las Materias Primas son aquellos insumos necesarios en la producción de un bien que pueden identificarse fácilmente y pueden cuantificarse plenamente con una unidad de

producto. Representan el principal elemento del costo en la elaboración de un producto, estos son sometidos a proceso y se convierten en productos terminados con la combinación previa de mano de obra y costos indirectos de fabricación. La materia prima es el elemento físico que se incorpora a un proceso para su transformación en un producto terminado.

3.2.2.3.2 Mano de Obra Directa o Trabajo Directo

Mano de obra se llama al esfuerzo o fuerza que proporciona el hombre con el fin de contribuir a la transformación y producción del bien o servicio, esta puede ser de carácter físico o intelectual o a su vez con la colaboración de equipos, maquinaria y tecnología. Ejemplos: Nómina de albañiles, nómina de panaderos, horas trabajadas utilizadas en máquinas de coser, etc. La mano de obra constituye el factor humano que interviene en la actividad fabril y sin cuya participación no sería factible la producción. Al igual que los materiales consumidos durante el proceso de manufactura se clasifican en directos e indirectos, la mano de obra que presta sus servicios en la actividad fabril se clasifica en mano de obra directa y mano de obra indirecta. Los costos de la mano de obra directa están constituidos por los salarios pagados a los trabajadores cuya actividad se relaciona directamente con la elaboración de los bienes que una empresa produce.

3.2.2.3.3 Costos Indirectos de Fabricación u Otros Insumos

Los costos indirectos de fabricación u otros insumos son considerados CIF a los costos y gastos necesarios e indispensables para llevar a cabo la producción del bien o servicio, y que no fueron ubicados en los elementos del costo anteriores mencionados, es decir, no son ni materia prima directa ni mano de obra directa. Se puede identificar porque su principal característica es que no se pueden cuantificar fácilmente por unidad producida. Ejemplo: Suministros de fábrica: Materiales complementarios: Lija, goma, clavos, botones, etc. Mano de obra indirecta: Nómina de supervisores de producción, Nómina de técnicos, etc. Seguros de fábrica,

Servicios básicos, Arriendos, Mantenimiento de equipo y maquinaria, Depreciaciones, etc.

3.3 Análisis del costo-volumen-utilidad

El análisis costo volumen utilidad (CVU) proporciona una visión financiera panorámica del proceso de planeación en la empresa especialmente en la producción. También se puede decir que es un modelo que ayuda a la administración a determinar las acciones que se deben tomar con la finalidad de lograr cierto objetivo, es decir un nivel deseado de utilidades o rentabilidad. Este análisis se encuentra planteado de manera que contribuya o sirva como apoyo fundamental de la actividad de planear, es decir, diseñar y definir las acciones a fin de lograr el desarrollo y crecimiento anhelado de la empresa.

Un insumo que nos da la contabilidad es el Modelo Costo-Volumen-Utilidad. Una buena táctica para que una empresa continúe en el mercado actual que está lleno de competidores con mejores precios, calidad y peso es utilizar a favor la aplicación del método de costeo que arroje en si ganancia y no perdidas.

“El modelo costo-volumen-utilidad es un apoyo fundamental en la actividad de planeación, es decir, en el diseño de las acciones que permitirán lograr el desarrollo integral de la empresa al igual que los presupuestos. Como se verá en el capítulo 7, este modelo ayuda a implantar la última etapa del modelo de planeación estratégica presentado en dicho capítulo y facilita la toma de decisiones y la implantación de acciones concretas”. (Padilla, 2008)

El modelo Costo-Volumen-Utilidad (CPU), permite a la dirección analizar el método de simulación sobre las variables, costos, precios y volumen, asimismo gracias a este método se puede analizar los posibles efectos en las utilidades a corto y largo plazo. Las cuatro variables del modelo costo-volumen-utilidad son costo unitario, precio, costo fijo y volumen.

El análisis CVU tiene varias aplicaciones:

- Determinar los precios de productos y servicios.
- Introducir un nuevo producto o servicio.
- Reemplazar una pieza del equipo.
- Determinar el punto de equilibrio.
- Decidir si conviene fabricar o comprar un determinado producto o servicio.
- Determinar la mejor mezcla de productos.
- Realizar análisis “qué pasaría si” estratégicos

El análisis CVU se basa en un modelo explícito de las relaciones entre los tres factores —costos, ventas y utilidades—, y cómo cambian éstos de una manera predecible a medida que varía también el volumen de actividad.

En acuerdo con los autores, el análisis costo-volumen-utilidad es una herramienta que si se la aplica correctamente ayudara a identificar y proporcionar las causas de los errores y desviaciones de costos y gastos que existan en la empresa en cuestión.

Esta técnica ayudará a la planificación estratégica de mucha ayuda para la empresa y a tiempo que deberá de hacer la compañía ya que preverá escenarios optimista y pesimistas sobre el volumen de ventas y existirá una visión de la temporada de ventas que se obtendrá en los meses próximos.

Cuando se busca incrementar el volumen de ventas o disminuir costos que afecten el estado de resultados se debe de utilizar herramientas de análisis donde el estudio

sea profundo e inmiscuya todos los factores participantes en el margen de utilidad, ya que proporcionara una visión panorámica de la situación de costeo-gastos y utilidad que está presentando la compañía.

3.3.1 Supuestos del Costo_Volumen_Utilidad

Por lo general la dirección de la empresa necesita más de un análisis que contemple la interrelación de todos los factores que afectan la utilidad, como volumen y mezcla de ventas, precios de venta, diferentes grados de variabilidad de los costos según cambia el volumen, diferentes costos fijos para planes alternativos, la eficiencia, los cambios en la tecnología de producción, etcétera. Para lo cual es necesario que al analizar los resultados generados por este modelo se consideren los siguientes supuestos:

“1. Los cambios en los niveles de ingresos y de costos surgen únicamente como resultado de las variaciones en el número de unidades vendidas del producto (o servicio). El número de unidades vendidas es el único generador de ingresos y el único generador de costos. Del mismo modo que un generador de costos es cualquier factor que afecte a los costos, un generador de ingresos es una variable, como el volumen, que afecta los ingresos de manera causal.

2. Los costos totales se pueden separar en dos componentes: un componente de fijo que no varía con las unidades vendidas, y un componente variable que cambia con respecto a las unidades vendidas.

3. Cuando se representan de una manera gráfica, el comportamiento de los ingresos totales y de los costos totales es lineal (lo cual significa que pueden representarse como una línea recta), en relación con las unidades vendidas dentro de un espacio relevante (y un periodo de tiempo).

4. El precio de venta, el costo variable por unidad y los costos fijos totales (dentro de una escala relevante y un periodo de tiempo) son conocidos y son constantes.

Una característica importante del análisis costo-volumen-utilidad es la distinción entre los costos fijos y los costos variables. No obstante, siempre se deberá tener en mente que si un costo es variable o fijo depende del periodo de tiempo para una decisión.” (Rajan, 2012)

3.4 Margen de Contribución

El margen de contribución de una empresa a lo largo de un período contable se calcula con la diferencia entre el volumen de ventas y los costes variables. Margen de contribución = ventas - costos variables. En conclusión el margen de contribución son los beneficios de una compañía, sin considerar de los costes fijos

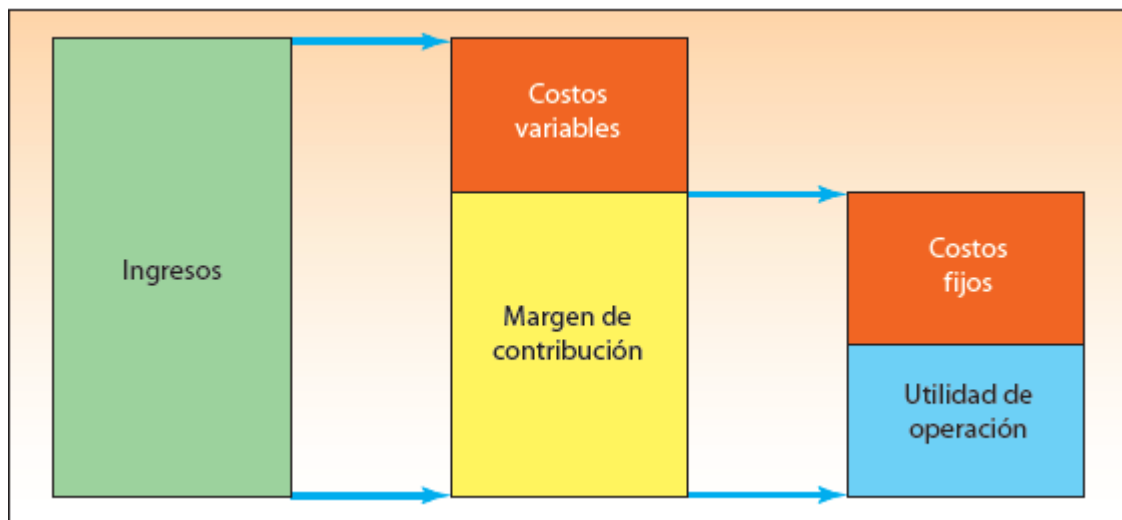


Figura5

“Como se ve en la figura anterior (figura 5), de acuerdo con el enfoque de contribución, las ventas han de cubrir primeramente los costos variables (aquellos que están íntimamente ligados al volumen de ventas). El resultado, llamado margen de contribución, representa la riqueza residual con la que la empresa intentará cubrir

sus costos fijos. Dicho de otra manera, la utilidad de operación bajo este enfoque se obtiene de la siguiente manera: (Padilla, 2008)

Ventas

- Costos variables

= Margen de contribución

- Costos fijos

= Utilidad de operación

Entendiendo que para que una empresa logre obtener utilidades, se deben cumplir dos condiciones:

- a. Que el precio de venta por unidad sea mayor que el costo variable por unidad y
- b. Que el volumen de ventas sea lo suficientemente grande para que se genere un margen de contribución que sea superior a los costos fijos.

3.5 Costo de Venta

El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende.

“Los costos, como se ha mencionado, son fundamentales para el administrador no sólo para efectos de valuar inventarios, sino para los diferentes procesos administrativos de la organización (planeación, toma de decisiones, control). Dependiendo del tipo de proceso administrativo de que se trate, y del tipo de toma de decisiones que se quiera realizar” (Padilla, 2008)

Determinar el costo de venta, en principio es algo muy sencillo, pues todo lo que se debe hacer es restar al valor de la venta, el valor que se invirtió en el producto

vendido. Pero cuando se venden grandes cantidades y se manejan multitud de productos, el proceso de determinación del costo de venta es mucho más complejo.

3.6 Volumen de Producción

El nivel de actividad o volumen de producción es el grado de uso de la capacidad de producción. Se la suele medir como un porcentaje de uso de dicha capacidad. También se usan magnitudes absolutas, como unidades producidas, horas de servicio insumidas, cantidad de servicios realizados, etc.

Una técnica de producción es una serie de instrucciones que especifican el conjunto de factores o recursos que hay que combinar, las cantidades de los mismos, su lugar exacto en el proceso productivo y las operaciones que en cada momento del proceso es necesario aplicar y desarrollar para obtener el resultado deseado.

“El nivel de actividad real -o resultante, o histórico- es aquel efectivamente alcanzado. Pero también puede trabajarse con niveles hipotéticos, estándares, esperados, etc.” (Padilla, 2008)

A la Actividad productiva se la puede definir:

Desde un ángulo económico: un proceso encaminado a la obtención de una serie de bienes y servicios aptos para satisfacer las necesidades humanas.

Desde una perspectiva técnica: un proceso físico de transformación, siguiendo una determinada tecnología, de una serie de elementos, recursos o factores en conjunto específico de productos terminados.

Cada actividad productiva tiene que efectuarse siguiendo unas determinadas fórmulas o recetas, según una técnica de producción determinada.

3.7 Ingresos

El término ingreso tiene básicamente dos acepciones: las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales y el conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos.

Cuando el ingreso proviene de actividades productivas, puede clasificarse en:

Ingreso total: Total de la sumatoria de todos los ingresos en un período. Ingreso marginal: Es el ingreso generado por el aumento de la producción en una unidad. Ingreso medio: Se obtiene, en promedio, por cada unidad de producto vendida; es decir, es el ingreso total dividido en el total de unidades vendidas. Ingreso del producto marginal: Es el ingreso generado por la tarea de contabilidad de algún factor de producción (trabajo, capital); por ejemplo, la utilización de un trabajador más.

Todos estos ingresos se destinarán para cubrir las obligaciones contraídas para la prestación de bienes y servicios públicos. El ingreso se divide en:

Ingresos Permanentes: Son aquellos ingresos que se mantienen durante un período de tiempo, y son predecibles. En este campo están los impuestos como el IVA, ICE, a la salida de divisas, tasas aduaneras, entre otros.

Ingresos No Permanentes: Son aquellos ingresos no predecibles en el tiempo. Aquí están los ingresos petroleros, la venta de activos, los desembolsos de créditos, entre otros.

3.8 La Utilidad

Utilidad, provecho o beneficio de orden económico obtenido por una empresa en el curso de sus operaciones. La palabra también sirve para designar, en un sentido más concreto, la diferencia entre el precio al que se vende un producto y el costo del

mismo. La ganancia es el objetivo básico de toda empresa o negocio que debe hacer uso, por lo tanto, de la combinación óptima de factores productivos para reducir sus costos lo más posible, atrayendo a la vez a los demandantes de los bienes o servicios que produce para vender éstos al mayor precio obtenible

3.9 Precio de Venta

El precio de venta, por lo tanto, es el dinero que debe abonar el consumidor para comprar un producto. En el lenguaje cotidiano, se habla simplemente de precio. En un mercado libre, el precio de venta se establece a través de la ley de la oferta y la demanda: si aumenta la oferta, el precio cae; en cambio, si la oferta disminuye (es decir, hay una escasez de los productos ofertados), el precio aumenta. Cuando existe un monopolio, el precio de venta es fijado de forma unilateral por la empresa que domina el mercado; no existe la competencia y el consumidor, por lo tanto, debe pagar el monto que la empresa exige para adquirir cualquiera de sus productos. De acuerdo con su finalidad o el criterio utilizado a la hora de establecerlo, es posible distinguir entre los siguientes tipos de precio de venta:

Al por mayor: Lo pagan los mayoristas cuando realizan compras muy voluminosas.

Al por menor: El que abonan los consumidores finales.

Autorizado: Requiere de una autorización por parte de la administración correspondiente para ser incrementado.

Bruto: El valor sobre el cual resta efectuar los descuentos pertinentes.

Conjunto: Sirve para ofrecer “packs” (también llamados “bundles”) de dos o más artículos o servicios conjuntamente.

De costo: Es la representación de la totalidad de los gastos que han tenido lugar para desarrollar el producto o servicio y llevarlo al mercado;

En dos partes: se usa en servicios y consiste en partir el precio en dos partes.

3.10 Punto de Equilibrio

3.10.1 Definición

“El punto de equilibrio (pde) es aquella cantidad de producción vendida a la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, la cantidad de producción vendida que da como resultado 0 de utilidad.” (Rajan, 2012).

Cuando hay variación en los costos variables el punto de equilibrio cambiará en la misma dirección en que varía el costo variable por unidad, porque el costo variable por unidad porque aumenta o disminuye al mismo tiempo que el margen.

El modelo de punto de equilibrio ayuda a determinar qué acciones se deben tomar para cumplir ciertos objetivos y poder llegar a la meta de poder crear tablas, sin embargo, esta misma fórmula de punto de equilibrio también se puede modificar para ayudarnos a poder determinar cuántas unidades necesitaríamos vender para llegar a un cierto punto de utilidad o ganancias deseadas. Se crearán nuevas metas de ventas para llegar a un monto final de ganancias.

El punto de equilibrio es una representación gráfica o matemática del nivel de apalancamiento. Se basa en la relación entre los ingresos totales de la empresa y su costo total. El análisis del equilibrio sirve para determinar el nivel de operaciones necesario para cubrir todos los costos, evaluar la rentabilidad, planear la producción, ventas y resultados, así como también presupuestar costos y tener control sobre esto.

3.10.2 Objetivo del punto de equilibrio

“Los objetivos del punto de equilibrio son los siguientes:

- Determinar el punto donde los ingresos y costos son iguales.
- Controlar los costos fijos y variables en base a los resultados.
- Medir el nivel de eficiencia en el nivel de ventas de las unidades producidas.
- Controlar los recursos productivos de la empresa en base a los resultados financieros. • Permite realizar una adecuada planificación de las actividades productivas
- Ayuda a tomar decisiones financieras para establecer precios de ventas y el majeo de gastos.
- Permite determinar el nivel de ingresos que se debe lograr para obtener utilidades. “ (Padilla, 2008)

La determinación del punto de equilibrio o punto exacto donde las ventas son iguales a 0, con cuya información expresada en unidades ayuda a crear pronósticos y propuestas de ventas para obtener beneficios futuros que garanticen el financiamiento de las operaciones productivas que tiene una empresa, elaborando una proyección mediante el punto muerto para evaluar los procesos del negocio y analizando los elementos de costo que intervienen en el punto de equilibrio. Los objetivos del punto de equilibrio fomentaran a las proyecciones que se realicen para pronosticar las ventas y saber cuál será el resultado esperado que desea la empresa en corto o largo plazo. Permitirán además medir eficientemente las variables y controlar los recursos productivos que maneja la empresa para la producción y para la comercialización de los diversos productos.

3.10.3 Ventajas del punto de equilibrio

- Sirve como método de análisis en la toma de decisiones
- Proporciona información para la incursión de productos al mercado
- Determina precios de productos en el mercado
- Muestra la relación costo volumen y utilidad de cada producto

Entre las decisiones en las que puede aportar el punto de equilibrio, en la toma de decisiones tenemos como opción principal, el cierre de fabricación o compra de productos que generen pérdidas considerables o insignificantes durante cierto periodo de producción o venta. Adicionalmente las ventajas del punto de equilibrio van de la mano con la planificación anual que realizan las empresas ya que proporcionan información que sirve para la toma de decisiones, se debe de sacar ventaja de los resultados que arroja el punto de equilibrio ya que con este análisis tenemos claro cuánto serán nuestras ventas y cuál es el costo-gasto incurrido para obtener el producto final listo para comercializarlo.

3.10.4 Métodos para determinar el punto de equilibrio

El análisis que resulta del punto de equilibrio en sus modalidades ayuda al empresario a la toma de decisiones en las tres diferentes vertientes sobre las que cotidianamente se tiene que resolver y revisar el avance de una empresa al vigilar que los gastos no excedan y las cuentas no bajen de acuerdo a los parámetros establecidos.

“Es normal que, al planear sus operaciones, los ejecutivos de una empresa traten de cubrir el total de sus costos y lograr un excedente como rendimiento a los recursos

que han puesto los accionistas al servicio de la organización. El punto en que los ingresos de la empresa son iguales a sus costos se llama punto de equilibrio; en él no hay utilidad ni pérdida. En la tarea de planeación, este punto es una referencia importante, ya que es un límite que influye para diseñar actividades que conduzcan a estar siempre arriba de él, lo más alejado posible, donde se obtiene mayor proporción de utilidades. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto” (Padilla, 2008)

Para determinar el punto de equilibrio en una empresa se puede realizar:

a) Margen de contribución

b) Método algebraico

c) Método gráfico

En cualquier caso, es necesario clasificar los Costos en Costos de Producción, Gastos de Ventas, Gastos Administrativos, y luego separarlos en dos grupos, Costos Fijos y Costos Variables.

Margen de contribución

El margen de contribución es igual a los ingresos por ventas menos todos los costos que varían respecto de un factor de costo relacionado con la producción.

$(\text{Precio de venta} - \text{costos unitarios variables}) \times (\# \text{ de unidades}) = \text{costos fijos} + \text{ingreso de operación.}$

$(\text{Margen de contribución por unidad}) \times (\# \text{ de unidades}) = \text{costos fijos} + \text{ingreso de operación}$

El ingreso de operación es igual a cero, entonces:

Número de unidades en el punto de equilibrio = costos fijos / margen de contribución por unidad

El margen de contribución explica por qué cambia la utilidad en operación, a medida que varía el

número de unidades vendidas. El margen de contribución por unidad es una herramienta útil para calcular el margen de contribución y la utilidad en operación. Se define como: (Rajan, 2012)

Margen de contribución por unidad = Precio de venta _ Costos variable por unidad

3.10.5 Punto de equilibrio (en cantidad – unidades).

$PE = (\text{Costos fijos}) / (\text{pvu} - \text{cvu})$

Dónde:

Pvu = precio de venta unitario

Cvu = costo variable unitario Punto de equilibrio (en unidades monetarias)

$PE = (\text{Costo fijo}) / 1 - (\text{cvu} / \text{pvu})$

Dónde:

Pvu = precio de venta unitario

Cvu = costo variable unitario

Nota: El margen de contribución por unidad es la diferencia entre el precio de Venta Unitario y el Costo Variable Unitario

3.12.1.2. Método algebraico

Se ha establecido que el punto de equilibrio se ubica donde los ingresos son iguales a los costos. (Padilla, 2008)

Ingreso Total = Costo total “costo fijo + costo variable”

Es Decir:

Ingreso total = costo total

Cantidad (q) x precio (p) = costo variable + costo fijo

Luego:

$q \times p = \text{cantidad (q) x precio de costo variable (v) + costo fijo}$

$q \times p = q \times (v) + \text{costo fijo}$

Tenemos:

$(q \times p) - (q \times v) = \text{costo fijo}$

$Q (p - v) = \text{costo fijo}$

“Tanto en los costos variables como en los costos fijos se deben incluir los de producción, administración, de ventas y financieros. El punto de equilibrio se determina dividiendo los costos fijos totales entre el margen de contribución por unidad.

El margen de contribución es el exceso de ingresos con respecto a los costos variables; es la parte que contribuye a cubrir los costos fijos y proporciona una utilidad.

En el caso del punto de equilibrio, el margen de contribución total de la empresa es igual a los costos fijos totales; no hay utilidad ni pérdida.” (Padilla, 2008)

Método gráfico

En el método gráfico se trazan las líneas de costos totales e ingresos totales para obtener su punto de intersección, que es el punto de equilibrio. Es el punto en donde los costos totales igualan a los ingresos totales.

“Esta forma de representar la relación costo-volumen-utilidad permite evaluar la repercusión que sobre las utilidades tiene cualquier movimiento o cambio de costos, volumen de ventas y precios. El punto de equilibrio muestra cómo los cambios operados en los ingresos o costos por diferentes niveles de venta repercuten en la empresa, generando utilidades o pérdidas. El eje horizontal representa las ventas en unidades, y el vertical, la variable en pesos; los ingresos se muestran calculando diferentes niveles de venta. Uniéndolos dichos puntos se obtendrá la recta que representa los ingresos; lo mismo sucede con los costos variables en diferentes niveles. Los costos fijos están representados por una recta horizontal dentro de un segmento relevante. Sumando la recta de los costos variables con la de los costos fijos se obtiene la de costos totales, y el punto donde se intercepta esta última recta con la de los ingresos representa el punto de equilibrio. A partir de dicho punto de equilibrio se puede medir la utilidad o pérdida que genere, ya sea como aumento o

como disminución del volumen de ventas; el área hacia el lado izquierdo del punto de equilibrio es pérdida, y del lado derecho es utilidad.” (Padilla, 2008)

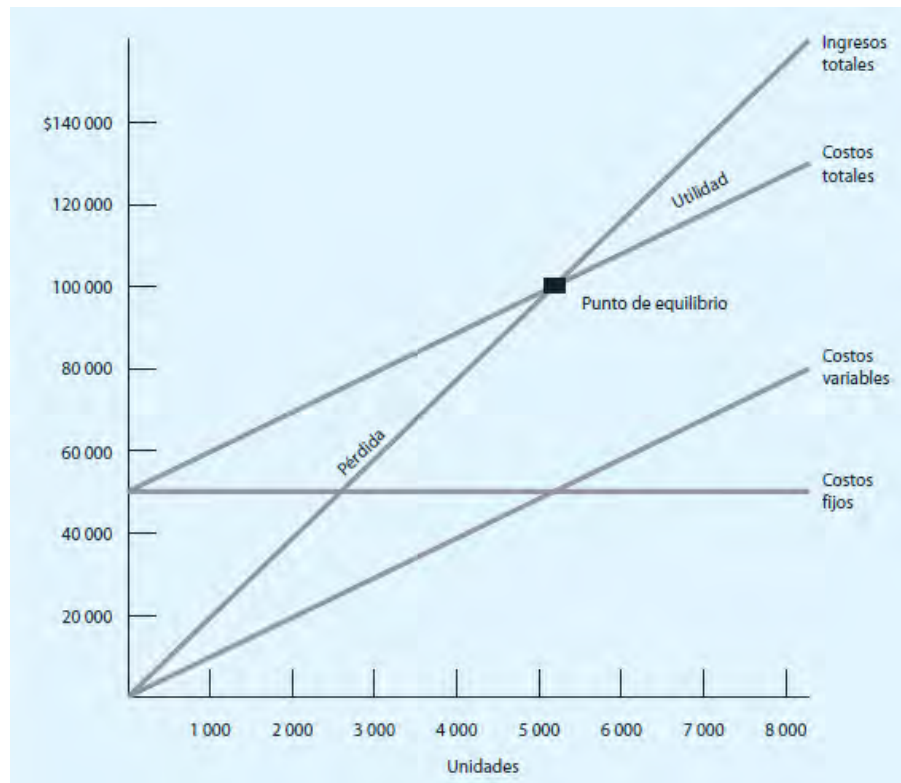


Figura 1

	3 000	4 000	5 000	6 000	7 000
Ventas	\$60 000	\$80 000	\$100 000	\$120 000	\$140 000
Costos variables	\$30 000	40 000	50 000	60 000	70 000
Margen de contribución	30 000	40 000	50 000	60 000	70 000
Costos fijos	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000
Utilidad o pérdida	\$(20 000)	\$(10 000)	-0-	\$10 000	\$20 000

Figura 2

3.11 Enfoque sobre el margen de contribución - margen bruto

El margen de contribución o contribución marginal ayuda al reconocimiento del comportamiento de los costos variables y su efecto al final de cada periodo, se puede presentar de forma unitaria o total depende de la necesidad de la empresa al momento de presentar la información para la toma de decisiones. En cambio, el margen bruto no es otra cosa que la diferencia entre los ingresos totales del año y los costos que se incurrieron en poner la mercadería a la venta. Puede generarse una confusión al momento de evaluar tales márgenes, pero se debe de tener claro la diferencia al momento de calcularlos y sobre todo de estudiarlos para poder tomar decisiones basadas en el análisis de cada rubro que los compone. Ya que el margen de contribución solo tiene inmersos en sus cálculos los costos variables es decir los costos que en la operación se pueden modificar y cambian dependiendo de la situación de la operación, en cambio para obtener el costo bruto se debe de identificar los costos fijos y variables ya que afectan en el resultado directo.

“El margen de contribución bruto, o de la producción, representa las utilidades que quedan para cubrir los gastos variables de operación y toda la estructura fija, y así obtener una utilidad lo suficientemente grande como para cubrir la parte no operacional, financiera e impositiva de este. Costos para la toma de decisiones Adicionalmente, el margen de contribución total son las ganancias que quedan para cubrir toda la estructura fija (costos y gastos fijos) y así generar una utilidad de operación.” (Rajan, 2012).

Una empresa debe de calcular correctamente su margen de contribución para saber cuál es la afectación que están teniendo los costos variables y si necesitan de un mayor control.

“El margen de contribución es igual al ingreso por ventas menos los costos variables totales. Si se sustituye el margen de contribución unitario por el precio menos el costo variable unitario en la ecuación de la utilidad en operación y se determina el número

de unidades, se obtiene la siguiente expresión del punto de equilibrio: $\text{Número de unidades} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Margen de contribución por unidad}}$.” (Padilla, 2008)

Sustituyendo la fórmula que el autor plasma nos ayuda el enfoque de margen de contribución a calcular el punto de equilibrio en unidades, siendo el costo fijo total que se ha incurrido en la operación dividido para el precio unitario total que se obtiene del valor del precio de venta menos el precio unitario variable.

“La contribución marginal representa la cantidad de ingresos menos los costos variables que contribuyen a recuperar los costos fijos. Una vez recuperados los costos fijos por completo, la contribución marginal restante aumenta la utilidad operativa.” (Rajan, 2012)

La contribución marginal es un punto de análisis teniendo en cuenta las variaciones que pueden sufrir los costos variables, determinando con su cálculo el valor en unitario y en total monetario para así poder estimar si el valor cubre los costos fijos.

3.12 Planeación de utilidades y la relación costo-volumen- utilidad

La planeación de las utilidades se debe de evaluar dos de los puntos principales que son los ingresos y los costos ya que estos son los que revelan en unidades monetarias y porcentuales cual será la utilidad que se desea obtener.

En los ingresos se deberán de evaluar el volumen de las ventas y verificar cual es el pronóstico que se espera obtener.

“Planeación de los ingresos; el análisis CVP ayuda a los administradores que planean los ingresos a determinar los ingresos requeridos para lograr el nivel deseado de ganancia” (Rajan, 2012).

Cuando se utiliza el análisis costo-volumen-utilidad se ayuda a la planificación adecuada de las ganancias que se desea recibir conociendo lo que se va a incurrir para ese resultado. En los costos se deberá evaluar cuales son los de más relevancia y cuales se pueden ir mermando al momento del análisis ya que se debe de reconocer que se incurren en ciertos costos que suelen ser innecesarios para la producción y comercialización de los productos. Además, podemos evaluar si los costos están siendo controlados por las personas que los incurren y si se están haciendo los controles respectivos.

3.13 Análisis del Apalancamiento operativo

El apalancamiento operativo es el análisis de los costos que se dan considerando la razón de los costos fijos y variables, enfocándose más en los costos fijos debido a que estos se generan mediante la inversión en estructuras o maquinarias, que ofrecen beneficios para la fabricación, pero que a su vez aumenta la cantidad de costos que se deben de incluir para la obtención de las utilidades. Se puede definir como método de análisis que busca aumentar la rentabilidad de la empresa, de manera que impacte de forma positiva los costos generales de la entidad, manteniendo la relación entre las ventas y la ganancia antes de los impuestos y aranceles que se le puedan implantar al producto. Este sistema de apalancamiento es más utilizado en compañías con costos fijos altos y costos variables bajos, muchas de estas entidades se dedican a la fabricación de productos innovadores mediante la utilización de nuevas tecnologías es aquí donde se incrementa la inversión cargándolo al costo fijo de manera directa y se disminuyendo costos variables en los que se puede encontrar la mano de obra, los costos de materiales entre otros. Un apalancamiento operativo alto no siempre tiene ventajas, pues se corre el riesgo de obtener perdidas, esto depende muchas veces a que la inclusión de tecnologías o maquinarias modernas requiere de una instrucción constante para los encargados de maniobras estos nuevos recursos, a su vez también genera buenas expectativas debido a que las modificaciones pueden aumentar de manera constante la fabricación y sus ventas se vean afectadas positivamente dejando un gran impacto en las

utilidades. La fórmula para encontrar el apalancamiento operativo se la puede definir de la siguiente manera:

$$\text{A.O.} = \text{Margen de contribución} / (\text{Margen de contribución} - \text{Costos fijo})$$

3.14 Análisis de sensibilidad

“Para efectuar un análisis de sensibilidad se requiere construir un modelo que permita calcular las cifras y así poder analizar cuáles son las variables de entrada más sensibles o que más influyen sobre las variables de salida” (Rajan, 2012).

Haciendo referencia a lo que cita el autor, el análisis de sensibilidad es una herramienta que permite conocer el efecto que tiene una variable sobre un resultado, identificando cuales son las opciones que afectan directamente o de manera crítica, proporcionando posibles escenarios que permiten comprender de una manera óptima los resultados obtenidos mediante el análisis. Este esta herramienta de toma de decisiones gerenciales es de suma utilidad debido a que mediante esta técnica se pueden identificar los procesos que poseen menos controles o seguimiento, proporcionando una idea a ejecutar en la estimación de recursos o esfuerzos para mejorar estas debilidades o falencias encontradas.

Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta o cuan sensible es la TIR o el VAN ante cambios en determinadas variables del proyecto” (Polimeni, 1994)

Según el autor en lo antes citado, esta herramienta es de suma importancia para la determinación de la tasa interna de retorno y el valor actual neto más conocidos como TIR y VAN, los mismo que son utilizados para demostrar que tan rentable es un proyecto en el que se puede incursionar, obteniendo el tiempo estimado para recuperar la inversión que se le va a dedicar un nuevo proyecto a proyectos ya establecidos.

3.15 Margen de seguridad

3.15.1. Definición

“Podemos definir el margen de seguridad como la diferencia entre el precio de un activo y su valor intrínseco. Por lo tanto, cuanto menor sea el precio de un activo financiero, mayor será su margen de seguridad, siempre que su valor intrínseco no varíe. El valor intrínseco es la estimación del valor de una empresa que calculamos en base a sus características fundamentales como sus cuentas anuales, ventajas competitivas o perspectivas de futuro, mientras que el precio de un activo es su cotización en el mercado.” (Padilla, 2008)

El margen de seguridad si bien como sus palabras mismo lo mencionan es el factor clave donde los administradores están en la zona de confort ya que ayuda a planificar de una forma más precisa y estratégica las ventas que se realizaran a lo largo del periodo fiscal que se esté planteando este análisis, es bueno saber el contenido de la fórmula que se debe de implementar correctamente para obtener un porcentaje más preciso, primero llevar acabo el análisis en los factores que están inmersos ya que su participación correcta es fundamental .

“El margen de seguridad se puede visualizar como una medida primitiva del riesgo. Siempre existen eventos desconocidos cuando se hacen los planes, que pueden disminuir las ventas por debajo del nivel original esperado. Si el margen de seguridad de una empresa es grande dadas las ventas esperadas para el año siguiente, el riesgo de sufrir pérdidas en caso de que las ventas asuman una pendiente descendente es inferior que si el margen de seguridad es pequeño. Los administradores que se enfrentan a un margen de seguridad bajo pueden desear considerar algunas acciones para aumentar las ventas o para reducir los costos.” (Padilla, 2008)

El margen de seguridad es utilizado como un análisis cuantitativo y cualitativo ya que permite tener una mejor visión del porcentaje que se debe de obtener sobre el punto de equilibrio para que las ventas ayuden a cubrir los costos y obtener utilidades. Dependiendo del resultado del porcentaje que se obtenga es que se puede llegar a evaluar diferentes puntos de vista como son:

- Que costos variables hay que controlar y disminuir.
- Revisar cómo se está plasmando el precio de venta actual.
- Que margen de utilidad estamos obteniendo relación costo-precio

El porcentaje de margen de seguridad puede dar a ver escenarios positivos como negativos, ya que si el porcentaje es negativo se tendrá que realizar reprocesos para verificar donde está el punto de inflexión y si el porcentaje es positivo y mayor al del punto de equilibrio se puede tener un punto de vista positivo ya que es seguro para la empresa vender.

“El análisis CVU también auxilia a los administradores al proveerles de un margen de seguridad. El margen de seguridad muestra cuánto pueden caer las ventas por debajo del nivel pronosticado antes de que comience a producirse una pérdida” (Padilla, 2008)

El margen de seguridad ayuda a que los administradores tengan la certeza de producir las unidades sin temor a tener pérdidas más allá de lo pronosticado por el resultado obtenido. Para las empresas comerciales la herramienta del costo-volumen-utilidad tiene el mismo efecto de ayuda aunque estas no tengan costos de producción esta herramienta es muy valiedera ya que con los costos de adquisición y demás costos inmersos en una empresa comercial se puede desarrollar el mismo análisis que va de la mano con el margen de seguridad, ya que el volumen se debe netamente a las ventas y las 30 ventas en ambas empresas tanto comerciales como

industriales tiene el mismo efecto ya que se deberá ese volumen al marketing que incluyan al momento de promocionar los productos y los tipos de competidores y consumidores que existen en el mercado. El paréntesis de la utilidad es de la misma forma como el volumen ya que no existe gran diferencia en conceptos cuando se tratan de empresas diferentes en sus ámbitos de producción.

El Margen de Seguridad (MS) establece el porcentaje en que las Ventas Totales son más elevadas que las mínimas necesarias para que la Empresa no entre en zona de pérdidas.

Se calcula como el cociente:

$MS = \text{Ventas Totales} / \text{Punto de Equilibrio}$

3.15.2. La importancia de invertir con un margen de seguridad

La importancia del margen de seguridad radica principalmente en la protección ante el riesgo que puede ser causado por diferentes eventos, como pueden ser:

- Eventos inesperados dentro de la empresa
- Cambios en el sector industrial
- Crisis económicas
- Errores de análisis y valoración que realizamos sobre la compañía

“Es importante tener en cuenta que un alto margen de seguridad no garantiza al 100% no perder dinero. Por ello, una medida adicional al margen de seguridad para disminuir el riesgo de nuestras inversiones es invertir en empresas con ventajas competitivas duraderas y negocios estables, que reduzcan al mínimo los 3 primeros factores de riesgo. El cuarto factor sólo se mejora a base de combinación de teoría y práctica. Por otro lado, el margen de seguridad no sólo aporta reducción del riesgo, sino que también influye en la rentabilidad futura de nuestras inversiones. En

resumen, a la hora de invertir siempre es aconsejable, por no decir imprescindible, buscar empresas que tengan un margen de seguridad aceptable. Es una cuestión de sentido común que debe estar siempre presente en inversores inteligentes.” (Padilla, 2008)

3.16 Análisis de los causantes del costo y comportamiento del costo

“Se refieren a que es frecuente que los contadores y administradores supongan que el comportamiento de los costos es lineal en ciertos niveles de rango relevante de las actividades o de los causantes del costo. Es posible graficar el comportamiento lineal del costo con una línea recta, porque se acepta que cada costo es fijo o variable. Hay que recordar que el rango relevante especifica los límites de la actividad causante del costo dentro de la cual es válida una relación específica entre un costo y su causante del costo. Por lo general, los gerentes definen el rango relevante con base en su experiencia del pasado con distintos niveles de actividad y costo.” (Rajan, 2012)

La mayoría de las veces optan por pensar que los costos deberían de ser lineales, pero nunca se piensa que ellos cambian dependiendo de la actividad que se esté realizando ya que cada mes es diferente en producción y ventas. La relación costo vs causante de costo es tan eficiente ya que es bueno saber dónde se está viendo afectado el costo y cuanto producirá este costo extra que se está incurriendo, teniendo claro el panorama de costo vs ingreso es simplemente verificar que si se gasta más es porque el ingreso será mayor, pero en el caso de ser diferente se debe de implementar un estudio donde se verifique porque se incurrió en este costo y él porque está afectando proporcionalmente los ingresos y en su defecto la utilidad que se obtiene por la actividad de venta.

3.17 Costos para la toma de decisiones

Para que el proceso de análisis se dé con normalidad y los resultados sean fiables se debe de tener clasificados y diferenciados los diferentes tipos de costos que incurre la empresa al momento del giro del negocio.

“Uno de los objetivos de la contabilidad de costes es suministrar datos que ayuden a la toma de decisiones empresariales. Parece oportuno, antes de presentar las decisiones que requieren datos de costes, delimitar algunos conceptos relativos a los tipos de costes. De esta forma, posteriormente se usarán estos conceptos en función del tipo de decisión que se desee evaluar. Los costes relevantes son los que se verán afectados por una decisión. Por lo tanto, al evaluar qué decisión tomar ante varias alternativas solo se deben considerar los costes relevantes. En la mayoría de los casos, los costes relevantes son los denominados costes incrementales (costes adicionales que se producen si se toma una determinada decisión). Los costes irrelevantes son los que no se verán afectados por una determinada decisión. Los costes en los que se ha incurrido y/o se va a incurrir en el futuro como consecuencia de decisiones ya tomadas, son irrelevantes para la toma de decisiones. Es decir, no se pueden evitar independientemente de cual sea la decisión que se está considerando. A estos costes se les denomina costo hundidos.” (Rajan, 2012)

Para la toma de decisiones se deben de considerar varios factores de cálculos, reconociendo los costos se pueden identificar cual alternativa elegir, ya que cada empresa tiene diferentes tipos de costeo se debe de evaluar la mejor herramienta de análisis a utilizar como es el análisis de Costo-Volumen-Utilidad el cual sirve adecuadamente para la evolución de las alternativas a elegir. Los costos irrelevantes o variables son los que se afectan a medida que se toman las decisiones ya que son los que disminuyéndolos ayudará a un mejor margen de contribución, además se podrá obtener mejor rentabilidad como resultado de un mejor manejo de los costos.

“El costo es un recurso que se sacrifica o al que se renuncia para alcanzar un objetivo específico. El costo de producción es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado, en condiciones de ser entregado al sector comercial. Clasificaciones de los costos para la toma de decisiones Costos controlables y no controlables: cuando se realizan la asignación de responsabilidades deben ser

identificados claramente los que son costos controlables de los que no lo son, para efectos de una justa evaluación de la gestión del personal. Un costo controlable es aquel que puede ser controlado por quienes están a cargo del centro del costo respectivo. No debe evaluarse un ítem sobre el que no se tenga control, esta es la base del llamado control de gestión. Costo marginal y costo inmovilizado: el costo marginal, llamado también costo diferencial o incremental, es aquel costo adicional que genera la producción de una unidad más. El costo hundido o inmovilizado es todo costo que ya se ha realizado efectivamente, por lo que no puede evitarse o ser modificado. La importancia de esta distinción en la toma de decisiones es que ayuda a clarificar que ítems debe considerarse y cuáles no, en la toma de decisiones. Por lo general, los costos hundidos, como también se llaman los inmovilizados, no se toman en cuenta en las decisiones futuras, siendo el comportamiento de los marginales los orientadores de las decisiones futuras. Costo efectivo y costo de oportunidad: el costo efectivo es aquel que se realiza efectivamente, en que es registrado por la contabilidad. El costo de oportunidad es aquel intangible que intenta cuantificar una merma económica provocada al abandonar un proyecto alternativo viable. En cuanto a la toma de decisiones, el análisis de los costos efectivos y de oportunidad es fundamental, ya que estos últimos pueden cambiar radicalmente el sentido de una decisión cuando se incorporan al análisis decisional o evaluación de proyectos. Esto se da principalmente en las decisiones de asignación de recursos.” (Polimeni, 1994)

Es de gran ayuda tener conocimiento que los costos nos proporcionan información para la toma de decisiones correctas dentro de una organización, la clasificación de los costos por controlables - no controlables hacen referencia a los costos que podemos disminuir y no afectar al producto final, en cambio los costos marginales-inmovilizados afectan por el incremento de unidades ya que se modifica marginalmente hasta el resultado final pero los costos inmovilizados en ciertos casos no se los toma en cuenta ya que esos estarán presentes con la venta de 1 o de 1000 unidades, los costos efectivos-costo de oportunidad tienen una gran diferencia ya que el costo de oportunidad es un costos intangible es decir que es una decisión entre dos o más opciones y el costo efectivo es aquel en el cual ya se incurrió y se contabilizo.

3.17.1 Costeo variable

Es un método de atribución de costos, también conocido como método directo, y este se lo emplea mediante el criterio de asignación a las unidades producidas, específicamente aquellos costos variables que mantienen relación con la actividad de producción, cabe recalcar que este método solo considera los costos variables mas no lo fijos debido a que estos se presentan de manera directa. Debido a su estricta designación de costos este método ofrece las siguientes ventajas:

- Ayuda a la planeación y control de los costos
- Permite procedimientos contables menos complejos
- El inventario se mantiene subvalorado.
- La utilidad se mueve en relación a la cantidad de ventas generadas en el 'periodo.
- Suministra información indispensable para el análisis costo volumen y utilidad

3.17.2 Costeo absorbente

Este método de análisis incluye todos los costos de los elementos implicados en la producción o elaboración de un bien, como lo son: la mano de obra, la materia prima, y los costos indirectos, sin que le afecte el volumen de venta de dichos productos, es el sistema que más se utiliza con fines externos y el preferido para presentar un análisis para la cada toma de decisiones por parte de la administración de una empresa, debido que utiliza los costos fijos como parte de la capacidad instalada para la producción ya que estos permanecen constantes durante cada periodo.

Ventajas del costeo absorbente

- Permite valuar los inventarios en proceso y productos terminados de manera directa.
- Refleja los costos fijos al nivel de producción durante el periodo.
- Es un costeo universal y se utiliza para todos los casos.
- Se lo puede utilizar en diferentes épocas del año o en los diferentes cambios que se presentan en el mercado

3.18 Análisis costo-volumen-utilidad en la toma de decisiones financiera

El análisis del costo-volumen-utilidad ayuda a la toma de decisiones ya que se realizan varios análisis para saber cuál es la situación actual de la empresa en torno a la producción y a las ventas que está realizando. Esta herramienta es de gran ayuda para la toma de decisiones financieras ya que en esa área recae todas las decisiones que se deben de tomar para la mejoras en la producción y en las ventas, ya que esta área evalúa a cada área que está involucrada con los números de la compañía porque se debe de recordar que contabilidad, tesorería, crédito y cobranzas son áreas de control donde se deben de desarrollar procedimientos amigables con el entornos y controles donde se mantengan en vista todas las falencias y fallos que pueda tener el sistema y los usuarios internos que lo manipulen. Las decisiones gerenciales son de mucha importancia ya que son tomadas a raíz de los problemas que la empresa tenga, ya que se desea mejorar productivamente y conseguir en un futuro mejores resultados. Financieramente este análisis servirá para poder decidir que rubros se deben de mermar y que rubros se deben de controlar de una manera más estratégica ya que por la falta de controles que existan puede ocasionar que se esté distribuyendo de una forma errónea y gastando en exceso los recursos de la compañía.

3.19 Importancia del costo-volumen-utilidad

Es importante conocer más a fondo de la adquisición o venta de un bien o un servicio, por eso el método de costo volumen y utilidad es indispensable, debido a que proporciona información necesaria de los costos y gastos incurridos en el volumen de venta facilitando la toma de decisiones gerenciales, de este modo los administradores analizan los efectos de los aumentos o disminuciones en procesos donde se ven influenciados los costos y los gastos en el volumen de venta, garantizando ingresos adecuado o suficientes para obtener utilidades en el periodo. Esta herramienta es tan necesaria ya que permite establecer o encontrar el denominado punto de equilibrio entre los ingresos y los costos totales de la empresa, entregando datos específicos que aporten en la planeación de cada proceso administrativo.

3.20 Enfoque en riesgos e incertidumbre

“La incertidumbre es la condición en que un individuo no dispone de la información necesaria para asignar probabilidades a los resultados de las soluciones alternativas. De hecho, quizá el individuo esté imposibilitado incluso para definir el problema, y mucho más para identificar soluciones alternativas y posibles resultados. La incertidumbre suele indicar que el problema y las soluciones alternativas son tanto ambiguos como extremadamente inusuales. “ (Rajan, 2012)

Es una condición que viven los empresarios al momento de tomar decisiones ya que es impredecible establecer los resultados que se obtendrán en el futuro. Incluso en la toma de decisiones para poner un nuevo producto a la venta, o abrir una nueva línea, sucursal, o simplemente el hecho de disminuir o aumentar costos es un riesgo inherente ya que es imposible de identificar y prever. Los individuos están en el límite cuando no saben qué sucederá en el futuro de las ventas y la compañía tiene que realizar proyección donde se toman riesgos y la incertidumbre crece ya que el

imposible medir a cabalidad cuanto obtendremos de beneficios por el riesgo que se está llevando a cabo.

3.21 Hipótesis costo-volumen-utilidad

Para establecer el panorama del análisis del costo-volumen-utilidad existen varias teorías que dependiendo de la interpretación y razonamiento se puede utilizar a favor del análisis global que necesita cada empresa para obtener resultados positivos en el periodo que se está ejecutando, depende de la recolección correcta y certera de los datos se podrá recopilar información valiosa que servirá para la toma de decisiones, en la hipótesis del costo-volumen-utilidad.

“Los cambios en los niveles de ingresos y costos se deben solo a los cambios en el número de unidades de producto (o servicio) producidas y vendidas. (...) el número de unidades de producción es la única causante del ingreso y la única causante del costo. Así como una causante del costo es cualquier factor que afecte los costos, una causante del ingreso es una variable, tal como el volumen, que afecta de manera causal lo ingresos.

- Los costos totales pueden separarse en dos componentes: un componente fijo que no varía con el nivel de producción, y un componente variable que cambia con respecto al nivel de producción.
- Cuando se representan de manera gráfica, los comportamientos de los ingresos totales y de los costos totales son lineales (esto significa que pueden representarse como una línea recta) en relación con el nivel de producción dentro de un rango relevante.
- El precio de venta, el costo variable unitario y los costos totales (dentro de un rango relevante y un periodo) son conocidos y constantes.

- El análisis cubre ya sea un solo producto o asume que la proporción de diferentes productos –cuando se venden múltiples artículos—permanecerá constante a medida que el nivel de unidades totales vendidas cambia.
- Se pueden sumar, restar y comparar todos los ingresos y los costos sin tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo. “ (Rajan, 2012)

La hipótesis del costo-volumen-utilidad está establecido por la distribución correcta del costo variable y fijo ya que dependiendo de estos dos costos se define la interpretación que da como resultado el precio de venta del producto. Existen muchas teorías sobre los factores que influyen en el análisis costo-volumen-utilidad ya que si uno de ellos se eleva o disminuye afectara en el resultado, pero no obstante indicaran al final la situación actual que pasa la compañía. Se debe de analizar si se está tomando la distribución correcta de los factores ya que dependerá de ello ver si se mantienen las diferentes líneas de productos que mantiene la empresa para la venta, ya que el costo, el precio de venta y la utilidad de cada línea se deberá de analizar por separado para la toma de decisiones gerencial, ya que habrá líneas que necesiten mejor control de costos e ingreso y existirán líneas que estén ayudando monetariamente a las demás.

3.2.2 Análisis de los cambios de las variables costo-volumen-utilidad

En todas las empresas que desean mejorar constantemente y en las cuales manejan un sistema de costeo basado en hechos reales no solo en los históricos esperan que las variables principales sufran cambios, pero en los cuales se debe de mantener un control y estar en planificación constante de los cambios beneficiosos que se puedan realizar para así darle un plus al producto y más participación en el mercado actual.

“Una estrategia para incrementar utilidades, y por lo tanto hacer bajar el punto de equilibrio, es tratar de reducir los costos variables. Esto se logra utilizando eficazmente los recursos o insumos o empleando materias primas más baratas que

las actualmente utilizadas (estrategia de productividad). Al disminuir el costo variable, el margen de contribución se incrementa; en cambio, si aumentan los costos variables unitarios, el margen de contribución disminuye, lo cual origina las mismas consecuencias sobre las utilidades.” (Polimeni, 1994)

El cambio en esta variable se debe a las constantes modificaciones que realizan los analistas para hacer bajar el precio variable y así hacer que se incremente la utilidad final, se buscan un sin número de estrategias para poder hacer bajar este costo y así no afecte directamente en la productividad ni en los resultados.

“Es necesario recordar, como se dijo anteriormente, que se acabó la época de hacer negocios con base en los precios; ahora se hacen mediante reducción de costos. Sin embargo, hay excepciones del precio que pueden aprovecharse a través de las condiciones de venta (plazo, descuento, rebaja y bonificaciones) para diseñar algunas estrategias interesantes. Para las empresas que no están sujetas a control de precios, resulta muy interesante ver las diferentes opciones de éstos, su repercusión en la demanda y, por lo tanto, su efecto en las utilidades de la empresa. “ (Polimeni, 1994)

Esta variable sin bien sabemos no es controlada por la empresa ya que depende de varios factores externos para poder plasmarla y que sea adecuada a los consumidores, en acuerdo con el autor en que debe de evaluar las diferentes estrategias de marketing y venta utilizables para así hacer que nuestro producto sea reconocido y buscado en el medio.

“Cambios en la variable de costos fijos, También pueden producirse movimientos en estos costos, de tal modo que si se incrementan la empresa tiene que realizar un esfuerzo adicional para cubrirlos. Cuando se produce el incremento en estos costos, el punto de equilibrio se mueve a la derecha de la gráfica.” (Padilla, 2008)

Cuando existe un cambio en los costos fijos tal como dice el autor la empresa tiene que realizar un esfuerzo para pagar por eso es por lo que utilizan los préstamos bancarios y así utilizan el apalancamiento financiero a su favor, pero debemos recordar que estos movimientos generan otros costos más llamados financieros. Como cuarto punto y en la variable volumen el autor Ramírez.

“Análisis de la variable volumen, Este análisis es muy simple, pues cualquier incremento de volumen por arriba del punto de equilibrio actual representa un aumento de utilidades, y cualquier disminución del volumen trae aparejado un decremento de utilidades.” (Padilla, 2008)

La variable volumen es tan volátil porque sus cambios constantes se dan a factores externos a la compañía como son los consumidores, la competencia, el entorno y afecta la economía que esté viviendo el país. Dependiendo de sus cambios se producen los resultados a más ventas por encima del punto de equilibrio se esperar conseguir utilidades en cambio en el caso de un descenso del margen del punto de equilibrio la compañía tendrá que optar por mejores alternativas ya que carecerá de recursos para generar los pagos y cubrir las diferentes obligaciones.

3.23 Análisis sobre el efecto de mezcla sobre la utilidad

El análisis sobre el efecto de la mezcla afectando directamente a la utilidad operativa de las empresas se ven reflejada en el estado de resultado integral ya que se realiza uno por toda la compañía y el cual si no se lo secciona antes de agruparlo no mostrara a detalle los resultados de cada línea de productos.

“La mezcla de ventas es la cantidad de diversos productos (o servicios) que constituye el total de unidades vendidas en una compañía.” (Rajan, 2012)

Como afirman los autores la mezcla de venta no es otra cosa que el conjunto de productos que forman parte de las ventas totales que posee la empresa.

“El término mezcla de ventas se refiere a las proporciones relativas en que se venden los productos de las compañías. La idea es lograr la combinación o mezcla que rinda más utilidades. La mayoría de las compañías tiene muchos productos, y a menudo esos productos no son igualmente rentables. Por tanto, las utilidades dependerán, de algún modo, de la mezcla de ventas de la compañía. Las utilidades serán más grandes si en el total de ventas hay mayor proporción de artículos con márgenes de contribución altos más que con margen de contribución bajo. Los cambios en la mezcla de ventas pueden causar variaciones intrigantes en las utilidades de la compañía. Un cambio en la mezcla de ventas de artículos con altos márgenes de contribución hacia artículos con bajos márgenes de contribución puede causar que las utilidades totales disminuyan a pesar de que las ventas aumenten. Por el contrario, un cambio de la mezcla de ventas de artículos con bajos márgenes de contribución hacia artículos con altos márgenes de contribución puede revertir el efecto: las utilidades totales pueden aumentar, aunque disminuyan las ventas totales. Una cosa es lograr un determinado volumen de ventas y otra muy distinta lograr la mezcla de ventas más rentable.” (Rajan, 2012)

En concordancia con los autores las empresas que manejan diversos productos y líneas de productos muchas veces el análisis que realizan lo basan en la totalidad de las líneas y no en cada una de ellas, ya sea por falta de tiempo o conocimiento al momento de realizar las separaciones de costos y gastos sabiendo que la separación de los mencionados con anterioridad es un trabajo de estudio para poder así distribuir correctamente los costos y sobre todo tener un control de los niveles que se están producción al momento del consumo. Cuando una línea de producto está sufriendo perdidas en el análisis del margen de contribución afecta directamente en el total ya que por más que las ventas sean altas de unas líneas al mezclar valores estas cifras bajaran en el total del estado financiero.

“Cuando una empresa vende más de un producto, el análisis costo-volumen-utilidad se lleva a cabo utilizando una razón promedio de contribución marginal para una mezcla de ventas determinada o una contribución marginal por unidad. Si la mezcla

real de productos vendidos difiere de la mezcla de productos en que se basó el análisis, surgirá una divergencia entre la utilidad esperada, basada en el modelo de costo volumen-utilidad, y la utilidad real. Además, el punto de equilibrio no será el mismo si la mezcla de productos realmente vendidos difiere de la mezcla de productos empleada en el análisis.” (Polimeni, 1994)

Como se refiere el autor depende bastante el análisis sobre la empresa que se lo realice ya que si tiene varios productos se producirá de una forma diferente los resultados y si se llega a eliminar un producto la variación se verá plasmada en los resultados, si se basa el estudio sobre costo-volumen-utilidad la mezcla de productos tiene una gran incidencia ya que se utilizara la razón promedio de contribución marginal.

3.24 Análisis de precio-volumen-costos

En el análisis del precio-volumen-costos las empresas antes de iniciar a realizar el respectivo estudio tienen que tener una visión clara de los tres factores principales, que si es cierto que tienen sus categorías, pero se deben de clasificar y reconocer como principal punto los factores relevantes ya que se llegan a ellos mediante el profundo estudio y análisis de sus subcategorías.

“En el proceso de planeación operativa o a corto plazo toda empresa debe estar consciente de que tiene tres elementos para encauzar su futuro: costos, volúmenes y precios. El éxito dependerá de la creatividad e inteligencia con que se manejen dichas variables. Lo importante es la capacidad para analizar los efectos de las diferentes variaciones sobre las utilidades (aumentos o disminuciones), por parte de cualquiera de las tres variables, para preparar así las acciones que maximicen las utilidades de la empresa, dentro de las restricciones a que está sujeta.” (Padilla, 2008)

Si bien es cierto como lo menciona el autor el éxito del análisis es la armonía que tengan en la interacción los factores principales del análisis costo-volumen-utilidad ya

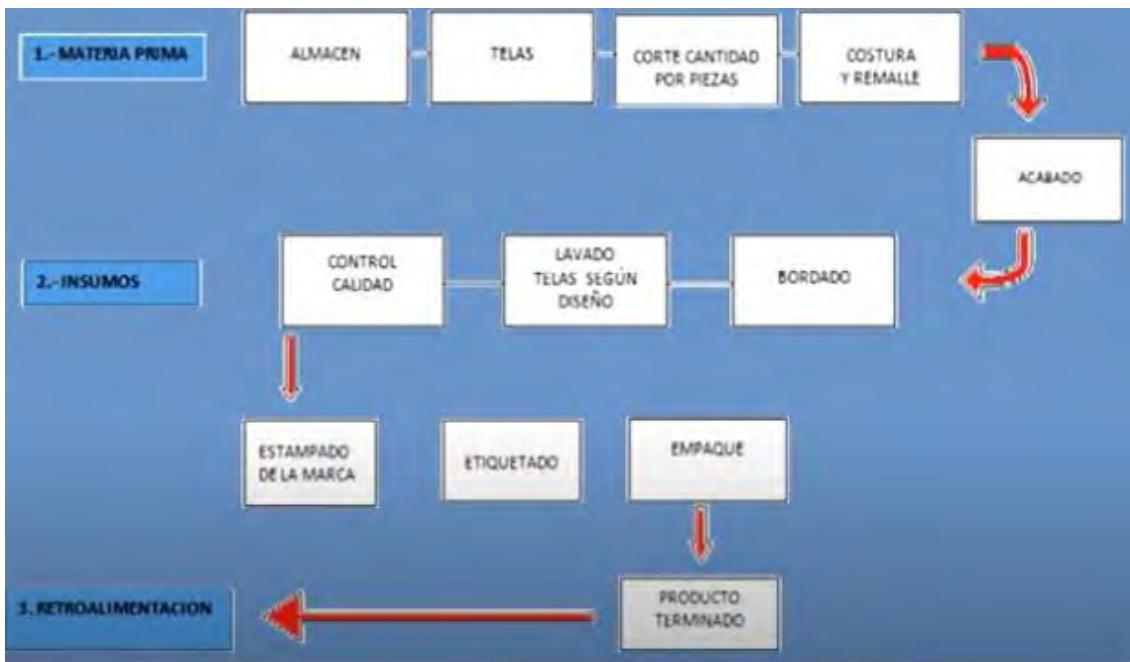
que si existe un desfase en alguno de ellos se ve manchado el análisis y se corre riesgos de que la información final no sea confiable, pero es altamente positivo si se encuentran errores en cualquiera de los 3 factores ya que se analizan las causas y se llegan a corregir o modificar sucesos que estén afectando directa o indirectamente la operación para así cerciorarse de que los resultados ayuden positivamente a la toma de decisiones gerenciales lo cual buscan alternativas altamente calificadas para que las operaciones beneficien en la utilidad anual que tienen las empresas y así crecer empresarialmente.

EJEMPLO HIPOTETICO
CASO PRACTICO
EMPRESA DE CONFECCIONES

COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD DE UN PRODUCTO

La empresa en cuestión se dedica a la fabricación de ropa, y el producto con el que se trabajará el Costo-volumen-Utilidad es chamarras para el invierno.

FLUJO DE PROCESO PRODUCTIVO



CLASIFICACION DE COSTOS VARIABLES Y FIJOS: en líneas generales se consideran los siguientes costos:

COSTOS VARIABLES DE PRODUCCION:

- Tela, Hilos, botones, etc.
- Mano de Obra operarios
- Energía eléctrica
- Seguros de producción

COSTOS FIJOS DE PRODUCCION

- Alquileres
- Capacitaciones
- Sueldos y Salarios Supervisión
- Depreciación Maquinarias

COSTOS VARIABLES ADMINISTRACION

- Publicidad
- Comisiones vendedores
- Embalaje

COSTOS FIJOS ADMINISTRACION

- Sueldos y Salarios personal administrativo
- Impuestos
- Internet
- Depreciación Muebles

ESTADO DE RESULTADOS-COSTO			UNITARIO			
VARIABLE		CANTIDAD	Bs	TOTAL	%	
(+)	Ventas		35.000,00	65,00	2.275.000,00	100%
(-)	Costo y Gasto Variable		35.000,00	23,93	837.550,00	37%
(=)	MARGEN DE CONTRIBUCION		35.000,00	41,07	1.437.450,00	63%
(-)	Costo y Gasto Fijo				738.000,00	32,34%
(=)	Utilidad Operativa	100%			699.478,00	
(-)	Impuesto a la renta	25%			174.869,50	
(=)	Utilidad Neta	75%			524.608,50	

PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES = $738.000/41,07 = 17.969,00$ Unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO EN Bs = $738.000/0,63 = 1.171.428,57$

MARGEN DE SEGURIDAD

MARGEN DE SEGURIDAD

= VENTA PRESUPUESTADA

(-) VENTAS EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO

MARGEN DE SEGURIDAD = $35.000 - 17.969 = 17.031$

RAZON DE MARGEN DE SEGURIDAD

RAZON DE MARGEN DE SEGURIDAD = $\frac{\text{MARGEN DE SEGURIDAD}}{\text{VENTA PRESUPUESTADA}}$

RAZON DE MARGEN DE SEGURIDAD = $\frac{17.031}{35.000} = 48,66\%$

GRADO DE APALANCAMIENTO

GRADO DE APALANCAMIENTO = $\frac{\text{MARGEN DE CONTRIBUCION TOTAL}}{\text{UTILIDAD OPERATIVA}}$

GRADO DE APALANCAMIENTO = $\frac{1.437.428}{709.428} = 2,03$

ANALISIS PARA LA EMPRESA DE CONFECCIONES.- El análisis del modelo Costo-Volumen-Utilidad de la empresa de confección en cuestión (datos propuestos) permite tener información sobre cuál será nuestra utilidad operativa sobre las ventas proyectadas.

Para trabajar en éste análisis es necesario contar con el valor en ventas, costo de ventas, gastos y costos fijos y variables.

Asimismo, el modelo de costo-volumen-utilidad nos permite obtener el punto de equilibrio en unidades y bolivianos, es decir cuántas unidades debemos vender para obtener un margen de ganancias de cero.

Complementando el análisis también tenemos la información razón de margen y grado de apalancamiento que responde a la pregunta que sucedería si cambian los costos y gastos variables, aumentan o disminuyen nuestras ventas.

4. Conclusiones.

Todas las organizaciones surgen con un propósito determinado incrementar el patrimonio de sus acciones y prestar un servicio a la comunidad. Usando el modelo Costo-Volumen-Utilidad podemos dar respuesta a dos preguntas que se hace cualquier empresa: Cuales son las ventas mínimas que el negocio debe tener para al menos no tener pérdidas? Cuantas ventas se deben tener para que el negocio sea rentable de acuerdo con las expectativas de los accionistas?

El análisis CVP funciona como herramienta para la planeación y toma de decisiones, pues señala la relación de costos, ventas y precio, además identifica el alcance y la magnitud de los problemas económicos a los que se enfrenta una empresa así como su posible solución, igualmente permite realizar un análisis de sensibilidad mediante el examen del impacto de varios niveles de precios o de costos.

El análisis Costo - Volumen – Utilidad al ser una herramienta importante de la contabilidad permite planificar el desarrollo de una empresa, brinda la oportunidad de adquirir una ventaja competitiva. Más aún en este mundo ya globalizado. Es decir permite medir el grado de eficiencia y efectividad en el control de recursos lo que da oportunidad a medir los resultados y corregir errores.

5.- Referencias Bibliográficas

Bibliografía

- Jiménez, L. (2010). *Contabilidad de Costos*. Bogotá - Colombia: Fundación para la Educación Superior San Mateo.
- Padilla, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.
- Polimeni, F. F.-A.-R. (1994). *Contabilidad de Costos*. San Fé de Bogota, Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Rajan, C. H.-S.-M. (2012). *Contabilidad de Costos*. México, Naucalpan de Juarez, México: Pearson Educación S.A.