

Cost Analysis

David Gabriel Corzo Mcmath

2020-Jan-08 10:00:30

Índice general

I	Introducción	4
1.	Segunda Clase - 2020-01-08	5
1.1.	Conceptos fundamentales	5
1.1.1.	Ejemplo	5
1.1.2.	Activos	5
1.1.3.	Pasivos	5
1.1.4.	Patrimonio	6
1.1.5.	Ingresos	6
1.1.6.	Gastos	6
1.1.7.	Estados financieros básicos	6
1.1.8.	Auditoría externa	6
1.2.	Ejercicio: ¿invertimos en la empresa o no?	6
2.	Tercera clase - 2020-01-13	7
2.1.	Clasificación de costos	7
2.1.1.	Modelo de planeación y de control	7
2.1.2.	Conceptos y clasificación de costos	7
2.1.3.	Elementos de costo	8
2.1.4.	Relación con la producción	8
2.1.5.	Relación con el volumen	8
2.2.	Costos mixtos	9
2.3.	Áreas funcionales	9
3.	Clase - 2020-01-20	10
3.1.	Punto de equilibrio	10
3.2.	Costo volumen por unidad	11
3.3.	ISR - impuesto sobre la renta	11
3.4.	Análisis de riesgo	11
3.5.	Comparación de procesos de producción	11
4.	Clase - 2020-01-29	12
4.1.	Punto de equilibrio	12
5.	Clase - 2020-02-12	13
5.1.	Pricing	13
5.2.	Estrategias de pricing	13
5.2.1.	Neutralizar	13
5.2.2.	Penetración	14
5.2.3.	Skimming	14
5.2.4.	Psicológica	14
5.2.5.	Productos económicos	14

6. Clase de repaso - 2020-02-24	15
6.1. Repaso de parcial	15
 II Posterior al parcial #1	 18
7. Clase - 2020-03-04 Post Parcial	19
7.1. Inventarios	19
8. Presupuestos	20
8.1. Planeación estratégica	20
8.1.1. Introducción	20
8.1.2. Preguntas a realizarse	20
8.1.3. Actividades a realizar	20
8.1.4. Presupuestos	20
8.1.5. Elementos del presupuesto	20
8.1.6. Ventajas de hacer un presupuesto	21
8.1.7. Desventajas/limitaciones de hacer un presupuesto	21
8.1.8. Características	21
8.1.9. Presupuesto maestro	21
8.1.10. Presupuesto de ventas: Puntos a considerar	22
8.1.11. Presupuesto de producción: puntos a considerar	22
8.2. Presupuesto de compra de materiales directos	22
8.2.1. ¿Qué necesito para hacer el presupuesto?	22
8.2.2. Presupuesto de consumo de materiales directos	22
8.2.3. Presupuesto de Mano de obra	22
8.3. Presupuestos	22
9. Análisis financiero	23
9.1. Análisis financiero	23
9.1.1. Razones financieras	23

Parte I

Introducción

Capítulo 1

Segunda Clase - 2020-01-08

1.1. Conceptos fundamentales

- Activos: Es lo que yo tengo derecho de.
- Pasivos: Son aquellas obligaciones que tengo que incurrir.
- Patrimonio: Todo lo que le pertenece a la empresa, es el capital; el pasivo + capital cuadra con el activo. El capital no solo es dinero.
- Ingreso o ventas: todos los beneficios que se derivan por la actividad de vender, los ingresos pueden ser
- Costos y gastos: Costos es lo que me cuesta hacer un producto, los gastos es lo que me cuesta venderlo, es todo el gasto adicional que realiza para realizar sus operaciones.

1.1.1. Ejemplo

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} (+) \text{Capital}$$

1.1.2. Activos

- Corrientes: son los que se pueden liquidar a **corto** plazo a efectivo.
 - Disponibles
 - Exigibles
- No corrientes: son los que se liquidan a **largo** plazo a efectivo.
 - Realizables
 - fijos

1.1.3. Pasivos

- Corrientes:
 - Bancos: Un prestamo, una hipoteca, carta de crédito.
 - Proveedores: las obligaciones incurridas por el inventario que yo debo.
 - Gastos acumulados por pagar: son pagos que se acumulan a través del tiempo.
 - Prestaciones laborales: pagos adicionales que establece la ley a sus empleados, el bono 14 o el aguinaldo.
 - Provisión para indemnización: La reserva para cuando los empleados son despedidos y tienen que ser pagados por indemnización.

1.1.4. Patrimonio

- Capital - Aportaciones: en aportaciones lo que los accionistas aportan a la sociedad.
- Utilidades retenidas: se retiene el 5 % del dinero de los años anteriores.
 - Reserva legal: aquellas reservas de dinero que debo tener por ley, es obligatorio no es voluntario como las reservas estatutarias.
 - Reservas estatutarias: hacer reservas a favor de los empleados; ejemplo que el 10 % lo voy a separar para futuros proyectos.
 - Resultados acumulados: las ganancias de los años anteriores o pérdidas, la suma de todo.

1.1.5. Ingresos

- Ventas: por ventas.
- Intereses ganados: como los intereses por bancos.
- Otros ingresos: se venden activos por arriba de su precio de depreciación.

1.1.6. Gastos

- Costos: El costo al que yo adquirí en el inventario.
- Gastos: todos los gastos que se tengan, seguridad, luz, teléfono.
- Otros gastos: No son usuales pero son gastos, una multa, intereses bancarios, etc.

1.1.7. Estados financieros básicos

- Balance general: enseñar la situación de una empresa en una fecha específica. “Balance general al [fecha]”, es como una foto de ese día.
 - Ejemplo: la billetera, el balance general, tiene Q3; el balance es de 303 por 300 en efectivo y 3 en bancos.

Activo	Pasivo
Caja y bancos Q303	–
–	Capital Q303

- Estado de resultados: si la empresa está ganando o perdiendo, es un resumen de sus ingresos y sus gastos.
- Estado de patrimonio: mostrar las variaciones que hubieron en el capital durante un año, puede aumentar o disminuir.
- Estado de flujos de efectivo: todo el efectivo que se recudé en un año y dónde están invertidos.
- Notas a los estados financieros: la información general que ayuda a entender sus estados financieros; como cual método de depreciación uso, clientes morosos.

1.1.8. Auditoría externa

- Es importante para comprobar que la información financiera esté registrada correctamente.

1.2. Ejercicio: ¿invertimos en la empresa o no?

- La empresa es Disney, si tenía que invertir.

Capítulo 2

Tercera clase - 2020-01-13

2.1. Clasificación de costos

- Contabilidad financiera & Contabilidad administrativa.
 - La contabilidad administrativa es la contabilidad de costos.

2.1.1. Modelo de planeación y de control

Seguir estos pasos :

- Planeación: Objetivos y programas.
- Control: Efectividad y eficiencia.
 - Efectivo es poder alcanzar la meta.
 - Efectividad es poder alcanzar las metas con la menor cantidad de recursos.
 - **Ejemplo:** *se hace un pedido y se cumple a un costo de 109,000. Fue efectivo por que alcanzó la meta; no fue eficiente por que uso más recursos de lo presupuestado.*
- Costo presupuestado vs. costo real:
 - Presupuesto es una estimación de los costos, esto se utiliza para poder medir la eficiencia; **Ejemplo:** *quiero en enero producir 100,000 unidades, tengo que tener un presupuesto para poder comparar si se puede, y comparar el costo del presupuesto con el costo real.*
 - Lo que se busca es optimizar los recursos y que tengan su mejor rendimiento.
- Congruencia de metas:
 - Congruencia en las metas, saber las capacidades que se tiene y los costos que incurren, tener congruencia en la meta.

2.1.2. Conceptos y clasificación de costos

- Costo:
 - Es lo que a mi me cuesta hacer un producto.
 - **Ejemplo:** *Si me costo Q8, al momento de venderlo a Q8.01 ya estoy ganando.*
- Gastos:
 -

- Ingresos:
 - Todo lo que entra a la empresa.
 - **Ejemplo:** *intereses.*
- Pérdidas:
 - Cuando el costo es mayor al ingreso, todo lo que me produce un costo.

2.1.3. Elementos de costo

1. Materiales: materia prima, etcétera, puede ser directa o indirecta.
2. Mano de obra: toda la gente que trabaja para proveer el producto. Puede ser indirecto o directo, directo o indirecto recae con qué exactitud se puede rastrear el costo.
3. Gastos de fabricación: todos aquellos gastos adicionales que no tienen que ver con la materia prima o de la mano de obra. **Ejemplo:** *electricidad, internet, etcétera.*

Ejemplo

- Los cortadores de madera son costos directos.
- Los supervisores son un costo indirecto por que no tiene nada que ver con la materia prima ni la mano de obra.
- Servicios de cámaras son seguridad, no tienen nada que ver con la fabricación; son seguridad, es indirecto.

2.1.4. Relación con la producción

Los costos primos y costos de conversión nunca se juntan por que se estaría contabilizando dos veces la mano de obra.

- Costos primos:
 - Materiales directos y la mano de obra directa, sin estos costos no puedo generar materia prima.
- Costos de conversión:
 - Lo que me cuesta a mi convertir la materia prima;
 - Gastos indirectos de fábrica.

2.1.5. Relación con el volumen

- Costos variables:
 - Son costos que se mantienen constante, es el costo que debo incrementar proporcional a la cantidad de productos que vaya a producir.
- Costos fijos:
 - Son costos que si o si siempre se van a pagar, costos de arrendamiento por ejemplo.

Maximizar costos

- Se intenta producir lo más que se pueda para disminuir los costos fijos.

2.2. Costos mixtos

- Costos semivariables: hay una parte fija y hay otra parte variable.
 - Costo fijo: se paga un costo fijo por cierto servicio.
 - Costo variable: pero aparte del costo fijo se agrega una cantidad proporcional a la cantidad del servicio que adquiero.
 - **Ejemplo:** *La cuota del celular.*
- Costo escalonado: cada cierto nivel de producción se incrementan los costos fijos.
 - Proporcional a el numero de unidades en producción, se necesita a veces incrementar costos fijos por el volumen de producción, **Ejemplo:** *Si un supervisor supervisa a 15 personas máximo, y contrato a más trabajadores tengo que también contratar a otro supervisor.*

2.3. Áreas funcionales

- Costos de manufactura:
 - Todos los costos relacionados con la manufactura del producto.
- Costos de mercadeo:
 - Todos los costos de marketing que se hacen como publicidad.
- Costos administrativos:
 - Tener las oficinas y departamentos.
- Costos dinancieros:
 - Los préstamos y lo que se paga por interés.
 - No es el giro normal de la empresa.

Capítulo 3

Clase - 2020-01-20

3.1. Punto de equilibrio

- Sirve para relacionar el costo del volumen de lo que puedo producir.
- Para eso tengo que saber los costos variables, fijos.
- El punto de equilibrio son donde yo no gano ni pierdo. Para calcular esto tengo que sumar todos los costos y dividirlo dentro de lo que le gano. A este precio es el precio de equilibrio.

$$\frac{\sum \text{Todos costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costos variables unitarios (utilidad marginal)}} = \text{Unidades de equilibrio}$$

- Para calcular las unidades que debo vender contando la utilidad que quiero sumo la cantidad de utilidad deseada a los costo y divido por el margen de contribución. Utilidad bruta:

$$\frac{\sum(\text{costos}) + \text{Utilidad deseada}}{\text{Margen de contribución}} = \text{Cantidad de unidades que debo vender}$$

- Margen de contribución:

$$\text{Margen de contribución} = \frac{\text{Utilidad marginal} \times 100}{\text{Precio de venta}}$$

■

$$\text{Utilidad marginal} = \text{Precio} - \text{Costos variables}$$

- Entonces se propone el objetivo de vender tal cantidad de unidades para sacar x cantidad de unidades, eso por supuesto no depende de mi si no del mercado y demanda.
- **Interesante:** Al hacer un estudio de mercado se deduce cuántas unidades me dejará vender el mercado como máximo en un periodo de tiempo.
- **Recordar lo siguiente:**

Ventas	x
(-) Costos de venta	x
Utilidad bruta	76,000
(-) Costos fijos	56,000
Utilidad en operación	20,000
(-) ISR	5,000
Utilidad neta	15,000

- **Ejemplo:** Galletas de desnutrición, el mercado está en el interior, **Nos preguntamos:** ¿puedo hacer una galleta a Q1.00?
- Siempre hay que hacer un estudio de mercado para evaluar la entrada al negocio y al mercado.

3.2. Costo volumen por unidad

- Utilidad:

$$\text{Utilidad} = \text{Ingreso total} - \text{Costo variable total} - \text{Costo fijo total}$$

- Unidades para lograr objetivo:

$$\text{Unidades para lograr objetivo} = \frac{\text{Utilidad objetivo} + \text{Costo fijo total}}{\text{Margen de contribución por x unidad}}$$

3.3. ISR - impuesto sobre la renta

- Para calcular cuanto tengo que ganar para tener x cantidad de utilidad:

$$\frac{\text{Utilidad esperada}}{(1 - \%)}$$

▪

$$\text{Unidades para lograr objetivo} = \frac{\frac{\text{Utilidad esperada}}{(1-0,25)} + \text{Costo fijos totales}}{\text{Margen de contribución por x unidad}}$$

3.4. Análisis de riesgo

- Margen de seguridad: es el porcentaje máximo en que las ventas esperadas pueden disminuir y aún generar una utilidad.

$$\text{Margen de seguridad} = \frac{\text{Ventas esperadas} - \text{Precio de equilibrio}}{\text{Ventas esperadas}}$$

- Se considera alto a partir de 25 %.

3.5. Comparación de procesos de producción

1. Determinar el punto de equilibrio para cada proceso.
2. Determinar cuales son nuestras demás variables.
3. Evaluar el margen de seguridad.

Clave: el mejor es el que permita encontrar el precio de equilibrio más rápido.

Capítulo 4

Clase - 2020-01-29

4.1. Punto de equilibrio

- Ejemplo:

Producto	A	B	C
Precio de venta	Q. 15	Q. 10	Q. 8
Costo variable por unidad	10	Q. 6	Q. 5
Utilidad marginal	Q. 5	Q. 4	Q. 3
Proporción mercado	13 %	50 %	20 %
\bar{x} Utilidad marginal	Q. 1.50	Q. 2.00	Q. 0.60

$$P_e = \frac{1,000,000}{\sum \bar{x} \text{ utilidad marginal}} = 243,903 \text{ Unidades totales}$$

∴

$$\text{Producto A} = 73,171(243,903 \times 30\%) \times Q15 = Q,1,097,565$$

$$\text{Producto B} = 121,952(243,903 \times 50\%) \times Q10 = Q,1,219,520$$

$$\text{Producto C} = 48,781(243,903 \times 20\%) \times Q8 = Q,390,249$$

$$\sum \text{Producto A,B,C} = Q,2,707,333 \implies \text{Punto de equilibrio} = Q,2,707,334$$

Capítulo 5

Clase - 2020-02-12

5.1. Pricing

- **Definición de “pricing”:** *son las técnicas que me permiten determinar a qué precio puedo poner mi producto, es el arte de saber comprender como cuánto un cliente estaría dispuesto a pagar por un producto o servicio, intentando obtener el máximo margen de utilidad posible de éste.*
- Hay una gama de dificultades que no controlamos:
 - Precios de materia prima
 - Situación político-económica del país.
- Hay diferentes tipos de productos:
 - Los productos superfluos: son productos de lujo.
 - Los productos necesarios: son productos que necesito.
- Objetivos:
 1. Maximizar las ganancias: uno vende no por benevolencia, es por que quiero derivar beneficios.
 2. Aumentar los volúmenes de venta: a veces si no balanceo las unidades vendidas con el precio puedo perder.
 3. Consolidar un prestigio: tiene que ver con lealtad, si tengo un buen producto puedo elevar más el precio.
 4. Neutralizar la guerra de precios: todos pierden en una guerra de precios.
- Determinación de la estrategia de pricing:
 - Lo más importante es la estrategia con el cliente.
 - Depende del tipo de mercado que quiero llegar.
 - Establecer una estrategia de precios que sea compatible para el tipo de mercado al que llegaré.
 - Hacer un estudio de mercado antes de lanzar un producto al mercado.
 - Evaluar si se tiene capacidad de vender las unidades necesarias para sobrevivir.
 - Controlar todos los factores.

5.2. Estrategias de pricing

5.2.1. Neutralizar

- Entrar y poner el mismo precio que la competencia.
- Usualmente no puedo mover el precio por ser nuevo.

5.2.2. Penetración

- Quiero entrar a un mercado y bajo el precio de una manera simbólica, ofrezco el producto a precios bajos y después lo subo.

5.2.3. Skimming

- Se establece un valor de venta por arriba de la competencia.
- Esto se hace por prestigio, por ejemplo Apple.

5.2.4. Psicológica

- Cuando algo le da un pricing de 9.99, 999.99, la diferencia de un centavo el cliente se siente más atraído psicológicamente.

5.2.5. Productos económicos

- Vender paquetes al por mayor, un ejemplo es PriceSmart.
- Productos necesarios, le bajan el precio bajo la condición de comprar más.

Capítulo 6

Clase de repaso - 2020-02-24

6.1. Repaso de parcial

- Contabilidad:
 - Administrativa: es la contabilidad de los costos.
 - Financiera: contabilidad orientada a externos.
 - Clasificación de costos:
 - Costos Fijos: gastos que no me los puedo quitar produzca o no produzca.
 - Costos Variables: van relacionados directamente con la producción, me los puedo quitar si no produzco.
 - Costos Directos: son costos que son rastreables. Se puede decir con exactitud cuánto se va. Por lo general son los fijos pero sólo los fijos.
 - Costos Indirectos: costos que no son rastreables. No se puede determinar con exactitud cuánto se va. Por lo general son los variables pero no sólo los variables.
 - Elementos del costo:
 - Materiales: puede ser costo **directo o indirecto**.
 - Es todo aquello que yo tengo que convertir.
 - ***Ejemplo:** Caña de azúcar, conlleva un procedimiento para producir azúcar.*
 - Material directo: material cuyo costo es fácilmente rastreable.
 - Material indirecto: material cuyo costo no es fácilmente rastreable.
 - Mano de obra: puede ser costo **directo o indirecto**.
 -
 - Costos de fabricación: puede ser únicamente costo **indirecto**.
 -
- # La suma de todos los elementos del costo me va a dar el costo del producto.
- Los elementos del costo se pueden dividir en dos categorías:
 - Costos primos: todo lo que se necesite para primeramente producir.
 - son la materia prima directa.
 - con la mano de obra directa.
 - Costos de conversión: todo lo que gasto para poder convertir la materia prima.

- Materia prima indirecta.
- Mano de obra indirecta.
- Gastos indirectos
- ojo:
 - # Si quiero saber el costo unitario:

$$\text{Costo unitario} = \frac{\sum(\text{Elementos del costo})}{\text{Número de unidades producida}}$$

- # Los costos primos y costos de conversión se manejan por separado para evitar la doble contabilidad de costos.

■ Estudio de mercado:

- ¿Cuántas unidades puedo vender? el estudio de mercado responde a esto.
- Pasos:
 1. Hacer un estudio de mercado
 2. Determinar el punto de equilibrio para determinar si voy a ganar o no.
 - 3.
- Punto de equilibrio:

$$P_e = \frac{\sum(\text{Costo fijo})}{\text{Utilidad marginal}}$$

Ejemplo: Tengo costos fijos de 1,200,000 y los el costo es de 8 y lo planeo vender a 15, el estudio de mercado determinó que se venderán 15,000 unidades, ¿entro o no?

$$P_e = \frac{1,200,000}{7} = 171,429 \text{ Unidades}$$

No debo entrar por que no voy a vender mas de 15,000 unidades.

■ Punto de equilibrio a partir de utilidad esperada de operación:

- Supongamos que el estudio de mercado determina que puedo vender 200,000 unidades.
-

$$P_e = \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{Utilidad esperada}}{\text{Utilidad marginal}} = \frac{1,200,000 + 100,000}{7} = \frac{1,300,000}{7} = 185,715 \text{ unidades}$$

- Conclusión: si mi meteré al mercado por que llego al equilibrio mucho antes de lo que el estudio de mercado dice.

■ Calcular punto de equilibrio para saber cuántas unidades tiene que vender después de llegar al impuesto sobre la renta:

-

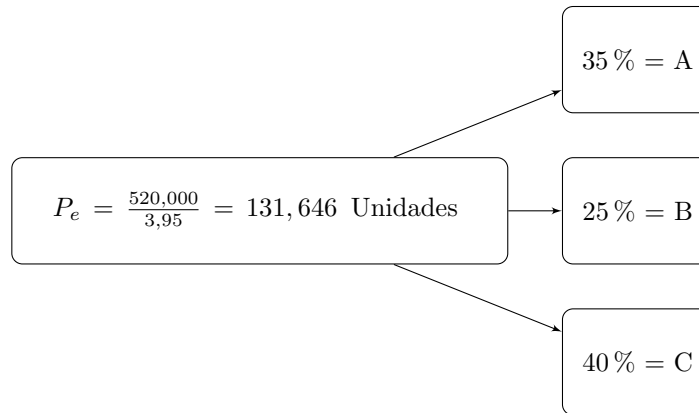
$$P_e = \frac{\text{Costos fijos totales} + \frac{\text{Utilidad esperada}}{0,75}}{\text{Utilidad marginal}} = \frac{1,200,000 + \frac{100,000}{0,75}}{7} = 190,474 \text{ Unidades}$$

- Para sacar el punto de equilibrio en dinero multiplicar $190,474 \times 15$ el 15 es el precio de venta, el resultado de este cálculo es la venta total.

■ Estado de resultados para sacar la utilidad neta:

	Producto A	Producto B	Producto C
Precio de venta	10	20	25
Costo de ventas	8	15	20
Utilidad marginal	2	5	5
Mercado	35 %	25 %	40 %
\bar{x} Marginal	0.70	1.25	2
$\sum(\bar{x} \text{ Utilidad marginal }) = 3,95$			

- Punto de equilibrio en unidades globales:



- Media vez yo decida entrar al mercado debo escoger una estrategia de pricing:
 - Skimming: por tener un prestigio notable pongo un precio mucho más alto sabiendo que la gente lo comprará.
 - Psicológica: poner las cosas a 9.99, 999.99, etc.
 - Penetración: introduzco mi producto a un precio menor al de la competencia.
 - Neutralización: poner mi precio al precio de la competencia.
 - Productos económicos: venta al por mayor. Típicamente productos de la canasta básica.

Parte II

Posterior al parcial #1

Capítulo 7

Clase - 2020-03-04 Post Parcial

7.1. Inventarios

- **Definición de “Inventarios”:** *Es lo que tenemos para vender, existe para evitar la escasez y tener una reserva de seguridad*
- Formas de inventario, por forma:
 - Inventario de Materia prima: es la reserva de materia prima.
 - Inventario de producto en proceso: reserva de productos en proceso.
 - Inventario de producto terminado: reserva que está lista para ser vendida.
- Puedo clasificar el inventario por función:
 - Inventario de seguridad o reserva: para que no me quede sin producto para vender.
 - Inventario de desacoplamiento: se distribuye inventario relacionado con la ubicación en la que se necesita en la línea de producción. **Ejemplo:** *un juguete se ensambla en diferentes departamentos, se tiene un inventario que se necesita en cada departamento.*
 - Inventario en tránsito: es inventario que está pendiente, si ordeno en China en lo que viene es inventario en tránsito.
 - Inventario de ciclo: típico en producción constante, es cuando incurro periódicamente en la compra de un inventario.
 - Inventario de previsión o estacional:
- Costos de inventario:
 - Costo etc etc.
- Características de la demanda de mis inventarios:
 - Demanda continua o discreta: encuentro proveedores que me surtan periódicamente por que me demandan periódicamente.
 - Demanda probabilística: se basa en las probabilidades de venta que tiene de cada mes, en base a esto mantengo mi inventario.
 - Demanda dependiente o independiente: productos que son independientes o dependientes tienen diferentes demandas.
 - Demanda homogéneas:
 - Demanda diferida o perdida:

Capítulo 8

Presupuestos

8.1. Planeación estratégica

8.1.1. Introducción

8.1.2. Preguntas a realizarse

- ¿Dónde está la empresa?
- ¿Cómo logra el cambio deseado?
- ¿Hacia dónde quiere ir la empresa?

Tengo que establecer una misión & visión.

Tengo que ir acorde a los cambios que yo pueda realizar.

¿Cómo voy a llegar?

8.1.3. Actividades a realizar

- Definición de estrategia: tengo que definir a dónde voy y cómo lo haré.
- Definición de los planes de acción: parte de la definición de estrategia es cómo lo haré, el como lo haré es el plan de acción y el presupuesto es un plan de acción.

8.1.4. Presupuestos

- Son valiosos a la medida que sirven de guía que ayudan a monitorear si lo implantado está bien y se están logrando los resultados esperados. Los presupuestos son excelentes herramientas que facilitan la:
 - Administración de objetivo
 - Administración por excepción

8.1.5. Elementos del presupuesto

- Un plan: tengo objetivos que quiero alcanzar .
- Integrador: involucra a todos los departamentos de la empresa.
- Coordinador: todos los departamentos trabajan en conjunto, todos tenemos la misma meta.
- En términos financieros: la dimensional que se puede usar.

- Operaciones y recursos: tengo que ver los gastos de la empresa , de dónde viene el financiamiento por ejemplo.
- Periodo determinado: corto plazo.

8.1.6. Ventajas de hacer un presupuesto

- Permite definir los objetivos.
- Define la estructura: delega responsabilidad y autoridad a ciertas personas.
- Si hay incentivos se verá un incremento en la participación y se incrementa la cercanía a los objetivos esperados.
- Obliga a llevar archivos contables.
- Facilita la administración óptima de diferentes insumos.
- Obliga realizar autoanálisis periódicamente.
- Facilita el control administrativo.
- Mejorar la eficiencia(alcanzar las metas) y eficacia(alcanzar la meta con bajos recursos)

8.1.7. Desventajas/limitaciones de hacer un presupuesto

- Esta basado en estimaciones
- Debe ser adaptado a los cambios según surjan.
- No es de ejecución automática.
- No toma el lugar de la administración.
- Toma tiempo y cuesta prepararlos.
- No se debe esperar resultados inmediatos.

8.1.8. Características

- Flexibilidad: pueden hacerse cambio cuando se necesite.
- Facilitadores de control administrativo.
- Cuantifica los objetivos y metas.
- Facilita la autoevaluación.
- El presupuesto a corto plazo debe ser parte del presupuesto a largo plazo
- Debe presentar indicadores en forma condensada que reflejen los objetivos logrados y por lograr (%)

8.1.9. Presupuesto maestro

- Sistema convencional del presupuesto maestro: tomo en cuenta el pasado, la historia, tomar en cuenta la historia y el peso, me baso en presupuestos anteriores.
- Presupuesto base cero: empiezo de cero, no veo el pasado, no pongo nada de lo que tengo de experiencia.
- Planeación del programa y sistema presupuestario:
- Elaboración del presupuesto maestro:
 - Inicio estableciendo las metas y objetivos.

8.1.10. Presupuesto de ventas: Puntos a considerar

- Pronósticos económicos generales
- Ventas y utilidades de la industria
- Condiciones del inventario
- Condiciones competitivas
- Se puede ver la información histórica por producto y por canal de distribución.

Para hacer el presupuesto de ventas

- Sabes cuánto voy a vender y multiplicarlo por el precio.

8.1.11. Presupuesto de producción: puntos a considerar

- Terminar de copiar.

8.2. Presupuesto de compra de materiales directos

Puntos a considerar:

- Cantidades a comprar
- Programa de entrega
- Cuanto se necesita para producir una unidad

Tener en cuenta que el presupuesto de materiales directos es vital dado a que si no se tienen materiales directos no se puede producir.

8.2.1. ¿Qué necesito para hacer el presupuesto?

- presupuesto de producción en unidades
- Inventario inicial en unidades
- inventario final en unidades
- Precio

Importante: La base es el de ventas y el de producción.

8.2.2. Presupuesto de consumo de materiales directos

8.2.3. Presupuesto de Mano de obra

Puntos a considerar:

- Recursos humanos proporciona la información relacionada con este tema.

Necesito:

- Presupuesto de producción en unidades
- Hora de mano de obra directa en unidades
- Tasa por hora de mano de obra directa

Fórmula: Unidades de producción requeridas* tarifa por hora de mano de obra.

8.3. Presupuestos

Capítulo 9

Análisis financiero

9.1. Análisis financiero

- Análisis vertical: solo miro un año.
- Análisis horizontal: comparo múltiples años.

9.1.1. Razones financieras

- Medidas de liquidez: mide la capacidad de pago a corto plazo.
- Medidas de solvencia: mide la capacidad de pago a largo plazo.
- Medidas de actividad o rotación de activos: mide la eficiencia con que se utilizan los activos.
- Medidas de rentabilidad: mide la eficiencia de la utilización de los activos para generar sus operaciones.
- Medidas de valor de mercado: mide el precio del valor de mercado por acción del capital accionario.

Razones de liquidez

- Activo corriente / Pasivo corriente
- Prueba de ácido: $(\text{Activo corriente} - \text{Inventario}) / \text{Pasivo corriente}$

Razones de solvencia

Si me da dos estoy demasiado endeudado:

- Razón de la deuda total: $\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$
- Razón de la deuda capital: $\text{deuda total} / \text{capital total}$
- Multiplicador: $\text{activo total} / \text{capital total}$

Razón de actividad o rotación de activos

- Rotación de inventarios: $\text{costo de ventas} / \text{inventario}$
- Días de ventas en inventario: $365 / \text{Rotación de inventario}$
- Rotación de cuentas por cobrar: $\text{ventas} / \text{cuentas por cobrar}$; va dar un número de veces, las veces que roto mi inventario.
- Días de ventas en cuentas por cobrar: $365 / \text{rotación de cuentas por cobrar}$

- Rotación de activos fijos: $\text{ventas} / \text{activos no corrientes netos}$
- Rotación de activos totales: $\text{ventas} / \text{activos totales}$

Medidas de rentabilidad

- Margen de utilidad: $\text{utilidad neta} / \text{ventas}$, si sale más de 10 estoy siendo muy rentable.
- Rendimiento sobre los activos: $\text{utilidad neta} / \text{activos totales}$, de todo lo que obtengo cuál es el rendimiento.
- Rendimiento sobre capital: $\text{utilidad neta} / \text{capital contable total}$, de todo lo que obtengo cuál es el rendimiento.

El rendimiento sobre capital sólo puede ser igual al rendimiento sobre capital, nunca puede ser mayor.

Medidas de valor de mercado

- Utilidades por acción (UPA): $\text{utilidad neta} / \text{acciones en circulación}$
- Razón precio - utilidades: $\text{precio por acción} / \text{utilidades por acción}$, para saber cómo está el precio por acción.
- Razón de valor de mercado a valor en libros: $\text{valor de mercado por acción} / \text{valor en libros por acción}$, cuál es el valor de mercado comparado con el de libros.