

# *Planeamiento y control presupuestario*



---

## Costos y Análisis Matricial

2° cuatrimestre 2003

# LOS TIPOS DE COSTOS

- La sumatoria de los costos variables y los fijos constituye el COSTO TOTAL.

$$\text{COSTO TOTAL} = \text{COSTO VARIABLE} + \text{COSTO FIJO}$$

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# COSTOS UNITARIOS Y TOTALES

## COSTO VARIABLE UNITARIO:

- Es el costo directamente asignable a cada unidad de producto.

## COSTO VARIABLE TOTAL:

- Es el costo variable unitario multiplicado por la cantidad de unidades de producto.

$$CVT = CVu \times Q$$

## COSTO FIJO TOTAL:

- Es la sumatoria de los costos fijos de la empresa.

## COSTO FIJO UNITARIO:

- Es el costo fijo total dividido entre todos los productos.

$$CFu = CFT / Q$$

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# COSTOS UNITARIOS Y TOTALES

Cantidad	Costo variable unitario	Costo variable total	Costo fijo total	Costo fijo unitario	Costo total unitario	Costo total total
1.000	\$ 10	\$ 10.000	\$ 50.000	\$ 50	\$ 60	\$ 60.000
2.000	\$ 10	\$ 20.000	\$ 50.000	\$ 25	\$ 35	\$ 70.000
3.000	\$ 10	\$ 30.000	\$ 50.000	\$ 16,66	\$ 26,66	\$ 80.000
4.000	\$ 10	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 12,50	\$ 22,50	\$ 90.000
5.000	\$ 10	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 10	\$ 20	\$ 100.000

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# CONCEPTO DE MARGINALIDAD

## COSTO MARGINAL

- Dado un determinado Costo Total (Variable mas Fijo) se llama Costo Marginal al incurrido para obtener una nueva unidad de producto
- El Costo Marginal es igual al Costo Variable (directo) de esa nueva unidad.
- El Costo Marginal aumenta el Costo Variable Total, pero no el Costo Fijo.

## CONTRIBUCION MARGINAL

- La diferencia entre el Precio de Venta de la nueva unidad y su Costo Variable se llama Contribución Marginal, ya que como el Costo Fijo no aumenta, "contribuye" a absorber el monto total de Costo Fijo, mejorando el costo fijo unitario.

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# CONCEPTO DE MARGINALIDAD

Cantidad	Costo variable unitario	Costo variable total	Costo fijo total	Costo fijo unitario	Costo total total
5.000	10	50.000	50.000	10.000	100.000
5.001	10	50.010	50.000	9.998	100.010
5.002	10	50.020	50.000	9.996	100.020
5.003	10	50.030	50.000	9.994	100.030

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# CONCEPTO DE MARGINALIDAD

Cantidad	Contribución marginal unitaria	Contribución marginal total	Costo fijo total	Resultado total
5.000	5	25.000	50.000	- 25.000
5.001	5	25.005	50.000	- 24.995
5.002	5	25.010	50.000	- 24.990
5.003	5	25.015	50.000	- 24.985

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# CONCEPTO DE MARGINALIDAD

Cantidad	Contribución marginal unitaria	Contribución marginal total	Costo fijo total	Resultado Total
9.999	5	49.995	50.000	- 5
10.000	5	50.000	50.000	0

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.



# CONCEPTO DE MARGINALIDAD

<b>Cantidad</b>	<b>Contribución marginal unitaria</b>	<b>Contribución marginal total</b>	<b>Costo fijo total</b>	<b>Resultado total</b>
10.001	5	50.005	50.000	+ 5
10.002	5	50.010	50.000	+ 10

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# PUNTO DE EQUILIBRIO

- Dado un determinado Costo Fijo a nivel global, y conocida la Contribución Marginal de cada producto, es posible calcular el monto de Ventas necesario para absorber ese Costo Fijo, y no ganar ni perder dinero.
- Ese monto de Ventas es el que corresponde al Punto de Equilibrio, es decir, el punto en el que la Contribución Marginal global iguala el monto del Costo Fijo.
- La fórmula para el cálculo del Punto de Equilibrio es la siguiente:

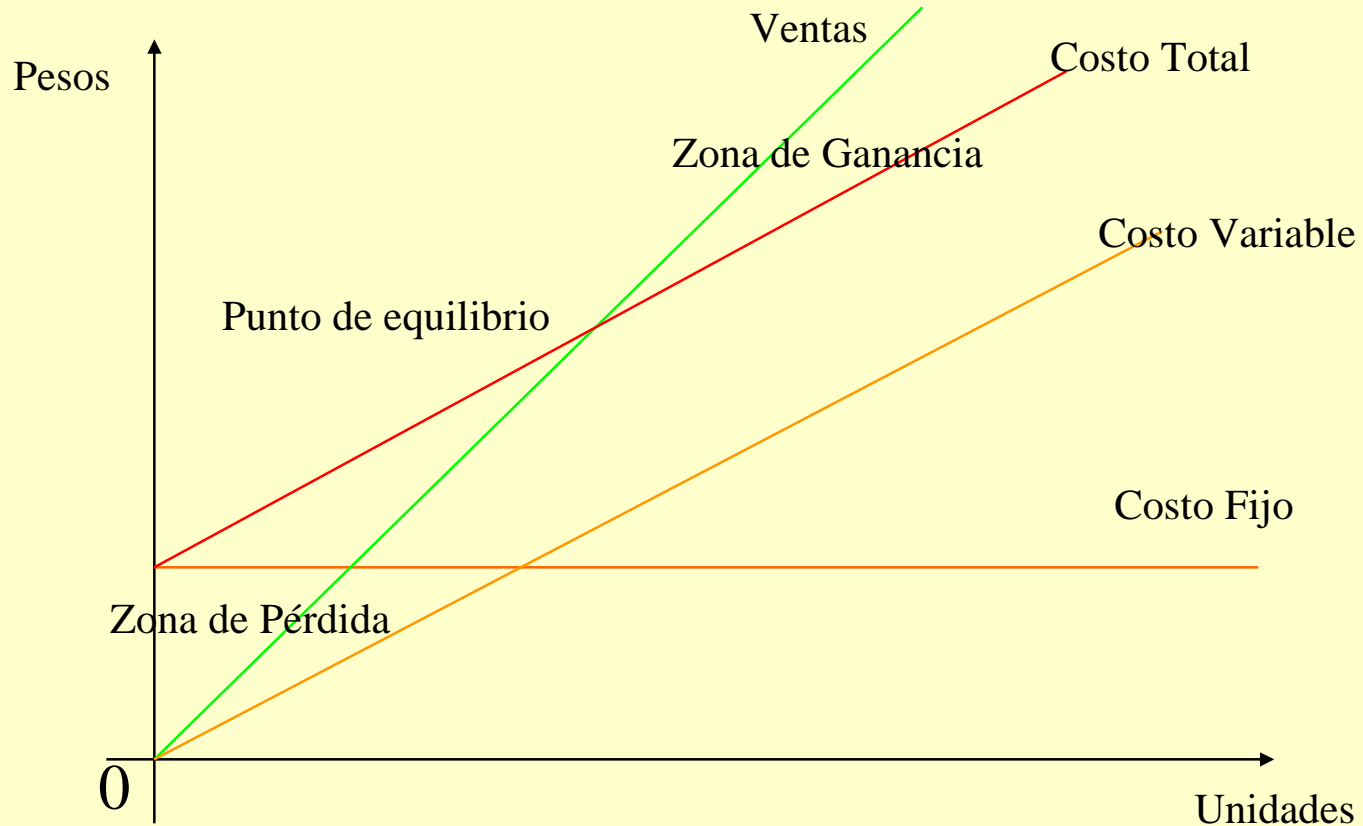
$$P \text{ Eq} = \text{Costo Fijo} / \text{Contribución Marginal}$$

donde:

$$\text{Contribución Marginal} = 1 - (CV / PV)$$

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# EL PUNTO DE EQUILIBRIO: ¿Para qué puede utilizarse?

- Para calcular la utilidad a un volumen de ventas determinado.
- Para determinar el volumen de ventas necesario para obtener una utilidad deseada.
- Para definir el volumen de ventas adicional para cubrir costos planeados.
- Para resolver problemas relativos a la capacidad de producción:
  - necesidad de aumentar la capacidad instalada.
  - posibilidad de mayor utilización de la capacidad instalada actual.
- Para definir los precios a que conviene vender.
- Para definir las unidades que conviene producir.
- Para definir cuáles son los productos a fabricar.

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# "METRO PATRON" PARA FIJACION DE PRECIOS

*Prioridad = Rentabilidad*

Decisión estratégica		Riesgo a asumir por la empresa
<i>Precio: Más alto que el valor percibido por el cliente</i>		<i>Pérdida de mercado</i>
Decisión estratégica		Riesgo a asumir por la empresa
<i>Precio: Máximo posible</i>		<i>Competencia</i>
Decisión estratégica		Riesgo a asumir por la empresa
<i>Precio: En línea con la competencia</i>		<i>No diferenciación de la competencia</i>
Decisión estratégica		Riesgo a asumir por la empresa
<i>Precio: Debajo de la competencia</i>		<i>Pérdida de rentabilidad</i>
Decisión estratégica		Riesgo a asumir por la empresa
<i>Precio: Igual al costo variable</i>		<i>No cobertura de costos fijos</i>
Decisión estratégica		Riesgo a asumir por la empresa
<i>Precio: Debajo del costo variable</i>		<i>Pérdida programada</i>

*Prioridad = Volumen*

Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.

# MATRIZ DE POSICIONAMIENTO

Ejemplo de análisis basado en el Punto de equilibrio.						
	Productos					
	W	X	Y	Z	Total	
Precio de venta unitario	10,00	8,00	5,00	1000,00		
Costo variable unitario	8,00	4,00	2,00	900,00		
Contribución Marginal unitaria	2,00	4,00	3,00	100,00		
Contribución Marginal porcentual	20,0%	50,0%	60,0%	10,0%		
Cantidades	1000	500	200	10	1710	
Venta	10000,00	4000,00	1000,00	10000,00	25000,00	100,0%
Costo Variable	8000,00	2000,00	400,00	9000,00	19400,00	77,6%
Contribución Marginal	2000,00	2000,00	600,00	1000,00	5600,00	22,4%
Contribución Marginal %	20,0%	50,0%	60,0%	10,0%	22,4%	
Costos Fijos					4000,00	16,0%
Resultado					1600,00	6,4%
					=====	
Productos	Cantidades	Venta	C.V.	CMg	CMg %	
W	1000	10000,00	8000,00	2000,00	20,0%	A D
X	500	4000,00	2000,00	2000,00	50,0%	A B
Y	200	1000,00	400,00	600,00	60,0%	C B
Z	10	10000,00	9000,00	1000,00	10,0%	C D
Totales	1710	25000,00	19400,00	5600,00	22,4%	
Promedio				1400,00	22,4%	

# MATRIZ DE POSICIONAMIENTO

CONTRIBUCIÓN MARGINAL ABSOLUTA



Fuente: Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables.  
Héctor Faga y Mariano Ramos Mejía - Ediciones Granica, Buenos Aires, 1997.