



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN



39.
2ej

PROYECTO DE INVERSION POR MEDIO
DE UN SISTEMA DE COSTOS DE
DISTRIBUCION EN UNA EMPRESA
CERVECERA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CONTADURIA
P R E S E N T A :

JOSE ISRAEL ELIZONDO CAMACHO

ASESOR: C.P. OSCAR MARTINEZ GOMEZ

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUAUTITLANIZCALLI. EDO. DE MEX MAYO DE 1996

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AVENIDA DE
MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR U.N.A.M.
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES DE ESTUDIOS
SUPERIORES CUAUTITLAN

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS



DEPARTAMENTO DE
EXAMENES PROFESIONALES

DR. JAIME KELLER TORRES
DIRECTOR DE LA FEG-CUAUTITLAN
P R E S E N T E .

AT'N: Ing. Rafael Rodríguez Ceballos
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la F.E.S. - C.

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS TITULADA: "Proyecto de inversión por medio de un sistema de costos de distribución en una empresa cervecera".

que presenta el pasante: José Israel Elizondo Camacho
con número de cuenta: 8306417-3 para obtener el TITULO de:
Licenciado en Contaduría .

Considerando que dicha tesis reúne los requisitos necesarios para ser discutida en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

A T E N T A M E N T E .
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"
Cuautilán Izcalli, Edo. de Méx., a _____ de _____ de 199__

- | | | |
|------------------|----------------------------------|--|
| PRESIDENTE | C.P. Pedro Acevedo Romero | |
| VOCAL | C.P. Rafael Mejía Rodríguez | |
| SECRETARIO | L.C. Alejandro Amador Zavala | |
| PRIMER SUPLENTE | L.C. Francisco Alcántara Salinas | |
| SEGUNDO SUPLENTE | L.C. Mario López | |

A DIOS :

Porque apesar de mis errores y tropiezos siempre extendiste tu mano como señal de tu amor, porque en los momentos de estudio en que distraje mi atención de ti, tu nunca lo hicistes de mí y en cambio cuidaste de mi madre, padre y hermanos como muestra de tu carina por un esfuerzo. Porque me has dado fé y esperanza para luchar en la vida con entusiasmo para poder culminar con mis estudios y poder ser digno de tu amor y comprensión.

José Israel Elizondo Comacho

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

A ti que nos diste libros que son maestros que instruyen sin castigos, sin palabras ásperas y sin ira. Nunca están dormidos; si se les interroga no ocultan nada; si se les interpreta mal, no protestan, si no se les entiende, no se rien de uno. A ti gracias por mi formación profesional.

José Israel Elizondo Comacho

ANTONIO ELIZONDO OROZCO :

Gracias por tu gran esfuerzo como padre por forjar un futuro en mí, el resultado de ese esfuerzo se ha convertido en una realidad la cual deseo enorgullesca tu corazón, porque la semilla que se siembra no vale por el tipo de fruto que florece sino por el esfuerzo y calidad de éste, y recuerda, tú eres la guía que dirige el crecimiento de ese árbol, pero seamos amigos de él para poder conocer su esencia y no tan solo su apariencia, porque al admirar la belleza de la naturaleza, no es tan hermosa a los ojos del hombre; sino escudriñamos dentro de él para saber cómo piensa, cómo crece, cómo se desarrolla y muere.

Te quiero y admiro.

HERMENEJILDA CAMACHO TORRES:

Gracias por tu esfuerzo incomparable, por tus desvelos y preocupaciones como madre, quiero que sepas lo orgulloso que estoy por tenerte a mi lado. Saber que la profesión de ser madre es la más difícil del mundo y tú la afrontaste con amor y valentía. Nunca olvidare el momento más difícil de mi vida en el que tuve tu apoyo y confiaste en mí, todo tu esfuerzo ha sido compensado con este trabajo en donde se encuentra la esencia y esfuerzo de dos de los hijos Benjamín e Israel.

Te queremos y admiramos.

ANTONIO :

Gracias por tu apoyo y esas palabras fuertes que me hacen recapacitar constantemente respecto al curso que debe tomar mi vida, y he aprendido que sin madurez y sin esfuerzo nunca existirá ninguna ilusión hecha realidad, por ello; El adulto con verdadera madurez es quién ha crecido sin haber perdido las mejores habilidades de la niñez. Ha retenido las fuerzas básicas emocionales de la infancia; la necia autonomía del bebé; la capacidad de maravillarse, el gozar y jugar de los años preescolares; la disposición de dar afecto y la curiosidad intelectual de los años escolares; el idealismo y la pasión de la adolescencia, ha incorporado todo esto a un nuevo patrón de desarrollo dominado por la estabilidad, la sabiduría, el conocimiento, la sensibilidad hacia otra persona, la responsabilidad, la fuerza y el propósito del adulto.

Te quiero

A PATRICIA :

Quién con tu entusiasmo, risas y tristezas has podido apoyarme en mis estudios dándome ese valioso tiempo que, cuando lo necesité siempre estuviste dispuesta a trabajar conmigo, gracias por todo ello, tu esfuerzo no ha sido en vano.

Te quiero y admiro

A LOURDES :

Quién con su espíritu de lucha y decisión siempre me ha brindado en su corazón un espacio para mis lágrimas en mis derrotas y de orgullo para mis triunfos, por hacerme ver que la vida no termina con el primer tropiezo, si no que es el comienzo de un arduo camino por vencer, gracias por tu apoyo de siempre, que este trabajo te sirva de inspiración para culminar con tu objetivo de realización profesional.

Te quiero y admiro

A BENJAMIN (+)

A ti en quién he apoyado todas mis energías un hermano que me enseñó a luchar, a vivir con alegría, con sueños de grandeza pero con humildad y agradecimiento, un ser quién me hizo comprender que su encomienda como hijo esta más allá de los confines del universo, a ti a quien le he conferido la base de mi vida sobre la cual están cimentados todos mis logros, gracias. Tú que decidistes emprender un camino cerca de Dios y que dejás un gran trabajo por continuar, acepto la responsabilidad de ello, para que hoy en este día pueda decirte, hermano tú que siempre estás en mí, hemos triunfado logrando este sueño para los dos, a ti te dedico este trabajo como lo más grande que pueda ofrecerte en tu memoria, espero no te sientas defraudado por la encomienda que me has otorgado dentro de la familia, gracias por haber encaminado mi vida enseñándame lo que significa la responsabilidad con espíritu de lucha.

Te quiero y admiro

L.A. GABRIEL HERNANDEZ CAMACHO:

Te agradezco por esos momentos de atención y ánimo cuando me encontré desorientado, gracias por esas palabras de orgullo expresadas hacia mí, palabras que siempre había buscado con entusiasmo, gracias por forjar en poco tiempo un ideal de triunfo y sobretodo, gracias por ser la persona que ha sabido comprender mi vida acompañándome en mi camino hacia la cima del éxito, al poder concluir este trabajo como resultado de tu entusiasmo por crear nuevos horizontes en la conciencia de tus semejantes.

Te respeto y admiro.

C.P. OSCAR MARTINEZ GOMEZ:

Gracias por impulsarme con sus conocimientos y esas valiosas palabras de aliento para poder continuar triunfando en mis estudios y profesión, gracias por creer en mí y por hacerme comprender que al hombre sabio es imposible hacerlo esclavo.

Lo aprecio y admiro.

ADRIANA ALLEMAN UGALDE:

Gracias por los momentos de alegría y de motivación para la realización de este trabajo, por comprender que hay espacios en la vida que debes ocupar para lograr objetivos que acrecenten tu realización personal y superación profesional, espero que este trabajo sea una motivación en tu vida para ser cada día mejor y no seamos solo espectadores al paso de los triunfadores con éxito y entrega, sinceramente deseo que también logres tus objetivos y metas en el curso de tu camino.

Te aprecio y admiro

A UNOS AMIGOS:

"Un amigo es aquel que llega cuando todo el mundo se ha ido".

"Un amigo es aquel que te hace enfrentar la verdad".

Francisco Villegas

Sergio Rodríguez

Ma. de los Angeles Hernández

Leticia Merchant

Jaime Rocha

Gabriel López

Jaime Anaya

MAESTROS :

A ustedes que me ofrecieron sus conocimientos y experiencias, que me ayudaron a alcanzar mis metas y realizar mis sueños con entusiasmo y dedicación, haré extensivo dicho esfuerzo a las nuevas generaciones como muestra de mi agradecimiento.

Gracias

INDICE

INTRODUCCION-----	1
CAPITULO I-----	3
GENERALIDADES ACERCA DE LA INDUSTRIA CERVECERA	
1.1 ANTECEDENTES HISTORICOS-----	4
1.2 PROCESO TECNICO INDUSTRIAL-----	8
CAPITULO II-----	14
BREVE ESTUDIO DE LOS SISTEMAS DE COSTOS	
2.1 PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS-----	15
2.2 NECESIDAD DE IMPLEMENTAR UN PROYECTO DE INVERSION POR MEDIO DE UN SISTEMA DE COSTOS-----	19
2.3 CLASIFICACION CONTABLE DE LOS COSTOS-----	22
2.4 ANALISIS DE DIVERSOS SISTEMAS DE COSTOS-----	27
2.5 SISTEMA DE COSTOS APLICABLE-----	33
CAPITULO III-----	36
3.1 IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION-----	37

3.2 TIPOS BASICOS DE COSTOS DE DISTRIBUCION-----	43
3.3 CLASIFICACION DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES DE DISTRIBUCION-----	52
3.4 COSTOS FIJOS DE DISTRIBUCION-----	56
3.5 COSTOS VARIABLES DE DISTRIBUCION-----	58
3.6 CLASIFICACION FUNCIONAL DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION-----	60
3.7 COSTOS POR MEDIO DE UN SISTEMA DE DISTRIBUCION-----	67
CAPITULO IV -----	71
4.1 OBJETIVO DEL PROYECTO DE INVERSION E IMPORTANCIA-----	72
4.2 IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION APOYADO POR PRESUPUESTOS-----	76
4.3 PLANEACION DE UN PROYECTO DE RECUPERACION DE EFECTIVO POR COSTOS DE DISTRIBUCION-----	78
CASO PRACTICO-----	85
CONCLUSIONES-----	107
BIBLIOGRAFIA-----	111

INTRODUCCION

Como parte importante en la época actual es de suma importancia, tomar en consideración un factor elemental para el desarrollo y progreso en toda industria y comercio, que este en constante competencia dentro de un mercado activo y sobre todo relacionado con un nivel de empresas que enfocan sus proyectos de inversión a una obtención mayor en sus utilidades, coadyuvando así, al desarrollo en todo el sector industrial y cumpliendo así con el objetivo de proporcionar mayores empleos al igual que abriendo las puertas a una mayor inversión extranjera, como lo que se lleva actualmente a cabo en la industria cervecera con la venta de acciones al capital extranjero., ello nos demuestra que la adhesión de la competencia pretende desarrollar un mercado homogéneo en el cual no se presenten obstáculos tanto burocráticos para introducir diversos productos a nivel nacional, como para la venta de los mismos podemos considerar que habrá una gran influencia del TLC (TRATADO DE LIBRE COMERCIO), al momento de entrar este en actividad, en este trabajo analizaremos a los costos de distribución como factor importante para objetivizar los planes que se pretenden desarrollar dentro de la industria cervecera, esto nos da pauta para poder dirigir nuestra visión hacia, una mejor distribución de este producto poniendo al alcance del consumidor con rapidez y calidad, al menor costo para satisfacer la demanda, en casi todas las industrias los costos de distribución constituyen no sólo una parte importante del costo, sino también un renglón en constante aumento del costo total por lo cual debe concentrarse la atención en los conceptos de planeación y control de estas erogaciones.

El estudio y análisis de los costos de distribución resulta necesario ya que por una parte podría llevar a incrementar las utilidades mediante un aumento en los precios de venta o la eliminación de un producto y por otra parte podrían mejorarse las utilidades, distribuyendo los

precios de venta en los productos de alta rentabilidad si da como resultado un incremento en el volumen de venta y una situación competitiva más sólida. Es importante que al incrementar las operaciones y progresar las empresas deben cuidar más sus costos de distribución porque su tendencia es de aumento, siendo necesario desarrollar sistemas para registrar, analizar, determinar, planear y controlar el costo de distribución de los productos o servicios que se crean y venden, con el fin de no ocasionar desequilibrios en los rendimientos de las empresas y poder mantener en forma aceptable y razonable los precios de venta. Para ello es importante tomar en cuenta que la creatividad y no la rutina es la esencia de los costos de distribución, porque para vender a un cliente pueden emplearse una gran variedad de medios publicitarios.

Por lo tanto, para poder implementar el desarrollo de un proyecto de inversión mediante el conocimiento de los costos de distribución debemos conocer esencialmente el desarrollo que han tenido los costos en el transcurso del tiempo, así como su conceptualización, clasificación, importancia, y aspectos básicos que conforman o estructuran el implemento básico para la aplicación de este método como elemento primordial para incrementar las utilidades.

CAPITULO I

GENERALIDADES ACERCA DE LA INDUSTRIA CERVECERA

1.1 DESARROLLO HISTORICO DE LA INDUSTRIA CERVECERA

1.2 PROCESO TECNICO INDUSTRIAL

1.1 DESARROLLO HISTORICO DE LA INDUSTRIA CERVECERA

Antigüedad y prestigio de la cerveza

Cerveza es el género terminal para todos los tipos de bebidas producidas por el proceso de fermentación de la malta.

Al igual que el pan, la cerveza cuenta con un pasado prestigioso, ya que el origen de las bebidas nutritivas hechas a base de la fermentación de granos es tan antigua como el cultivo mismo de los cereales, que como sabemos es una de las más antiguas actividades llevadas a cabo por el hombre y que hasta la fecha aún se sigue practicando.

La primera región donde se conoce que se elaboró fue la mezopotamia, tres mil años antes de nuestra era; se sabe que en esa época se exigía que fuese brillante y clara.

Poco tiempo después, la adoptaron diversos pueblos pero fueron los egipcios los que la perfeccionaron al añadirle pequeñas cantidades de lúpulo, el cual, hasta la fecha se sigue utilizando en su elaboración, ya que este elemento es el que le proporciona ese sabor ligeramente amargo y refrescante que la caracteriza.

En tiempos remotos, el Dr. Paul Haupt, profesor de Asiriología en la Universidad de John Hopkins, descubrió unas tablas de escritura cuneiforme en el antiguo Nínive, las cuales describen el "NOAH'S" una preparación llevada como provisión en las arca, dicha preparación tenía un proceso de elaboración muy similar al de la cerveza.

A pesar de su antigüedad y su uso general, la cerveza adquirió un pequeño uso comercial después del siglo XVIII, ya que antes de este siglo la fabricación de cerveza era considerada como una labor doméstica, frecuentemente encomendada a la mujer.

En la edad media, la fabricación de cerveza, así como muchas otras artes estaba concentrada en las manos del clero, por lo que todos los monasterios tenían su pequeña fábrica, y muchos monjes tenían fama por su cerveza, así como en el momento actual la tienen los benedictinos por sus licores y los trapenses(*) por sus quesos.

En aquel periodo la cerveza estaba tan cercanamente identificada con algunas religiones y algunas clases sociales, que se usaban en todos sus festejos.

Durante las prolongadas travesías del Renacimiento, dado que el agua se hacía im potable y a fin de prevenir a los marineros contra las enfermedades, todos los barcos llevaban cerveza.

Cuando Cristóbal Colón llegó al nuevo mundo, encontró que los nativos fabricaban bebidas fermentadas, principalmente de maíz, los cuales alagó comparándolos con la cerveza de Inglaterra.

Como curiosidad histórica cabe citar que la cerveza contribuyó al establecimiento de los peregrinos del "Mayflower" en Nueva Inglaterra. Su destino era la colonia de Virginia, sin embargo, en el cuaderno de bitácora se anotó que no tenían tiempo para mayores búsquedas, ya que habían escaseado sus provisiones y en especial la cerveza.

(*) Se refiere a los monjes de la trapa.

1/ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE CERVEZA: Cerveza es pureza p.6

La cerveza en México

En el México precolombino existían algunas bebidas, que dentro de lo rudimentario de su preparación, tenían cierta similitud con la cerveza. Una de ellas era el Tesquino, llamado también Tejuino o Izquite, "que es de un claro y lindo color ámbar, más denso que ligero, y que se bate con un molinillo antes de beberse para que levante gran espuma"; otra, el Sendecho, que según el sabio Orozco y Berra era "semejante al bier (**) de los antiguos germanos, sólo que éstos utilizaban la cebada en lugar del maíz", y del que aseguraban los cronistas que "daba al cuerpo vigor, quitaba males y no embriagaba".

La historia de la primera fábrica de cerveza que se estableció, no sólo en nuestro territorio, sino en toda América, se remonta a los años que siguieron a la caída de la antigua Tenochtitlán.

Según data la historia, cuando el conquistador Alfonso Herrera fue a la corte de España por ordenes de Cortés, a llevar al emperador Carlos V una gran variedad de regalos, le pidió que se le dejara elaborar cerveza en México, lo cual se le otorgó, y para dicha manufactura trajo Herrera muchos oficiales.

Años más tarde en, 1554, le decía Herrera a su Sacra Majestad que en la capital de la Nueva España había puesta una fábrica de cerveza, la cual iba subiendo en prosperidad; que la bebían el mismo Virrey, los numerosos españoles ubicados en esas partes y los naturales de la tierra, que la tienen por mejor que sus pulques.

Consumada la independencia, existían en diversas ciudades del país, varias pequeñas fábricas de cerveza, de entre las cuales destacaron la de la "Pila Seca" y la de la "Candelaria" fundadas y administradas ambas por extranjeras.

(**) Bebida de la antigua Germania preparada a base de cebada, muy parecida a la cerveza.

En 1865, el suizo Agustín Marendes, estableció la compañía cervecera Toluca y México; en 1869 el cervecero Emil Derecher construyó una pequeña cervecera en la ciudad de México.

Fué en Toluca, capital del Estado de México, donde se empezó a fabricar cerveza lager.

Todas las fábricas que sólo como antecedentes históricos he mencionado, pueden estimarse como meros ensayos, pero la base de la que tendría que ser con el tiempo una importante industria cervecera nacional, tuvieron su iniciación en el año de 1890, en Monterrey, Nuevo León, con establecimiento de la Cervecera Cuauhtémoc; en 1894 en Orizaba Veracruz, se estableció la Cervecera Moctezuma, poco después se establecieron fábricas en diversas partes de la república como Chihuahua, Sonora, Mazatlán, y Mérida; años más tarde en 1925, empezó a funcionar la importante Cervecera Modelo, en la capital de la República.

1.2 PROCESO TECNICO INDUSTRIAL

Antes de penetrar al proceso de elaboración de la cerveza, es conveniente conocer las materias primas fundamentales, utilizadas durante el mismo, y así tenemos:

- a) Agua
- b) Cebada
- c) Lúpulo

La primer materia prima a la que me referiré es el agua materia prima básica para la fermentación de la cerveza, pues es fácil suponer que su composición química ejerce una influencia decisiva en el proceso de elaboración y en la calidad del producto terminada.

Debe ser transparente, pura desde el punto de vista bacteriológico, ajena a los colores y sabores extraños y con el contenido de sustancias minerales esenciales.

Merece sin embargo, puntualizarse que del total del agua que se consume en una fábrica de cerveza, sólo una parte mínima se utiliza en el proceso de elaboración propiamente dicho, pues el mayor volumen se utiliza para fines de limpieza y asepsia.

Esto no es sino una manifestación más de la preocupación constante de todas las fábricas de cerveza porque impere la más estricta higiene en todos los procesos.

La segunda materia prima es la Malta, que se obtiene después de someter a la cebada a un proceso de malteado.

La cebada cervecera, es uno de los granos más resistentes entre los cereales, y las sustancias que se extraen de estas granos son de un alto poder alimenticio y se utilizan tanto en la elaboración de la cerveza, como en la fabricación de harina, pan, etc.

El proceso de malteado consiste en limpiar y seleccionar cuidadosamente la cebada, posteriormente se le da la humedad necesaria para germinar (18 a 20 grados centígrados), este proceso dura de 8 a 9 días, posteriormente los granos se secan y tuestan; éste último es un proceso muy importante, ya que de la temperatura a la que se lleva al cabo, depende el color de la cerveza, si aquella, es baja, la malta y la cerveza elaborada con la misma serán claras, si es alta, ambas serán oscuras.

Existen varios tipos de malta, los utilizados más comúnmente son: Apizaco, Chevalier, Toluca, Caramelo, Carapils, Negra, etc.

La tercera materia prima en importancia es el Lúpulo, el cual es una planta muy parecida a la parra, cuyas raíces llegan a profundizar hasta tres metros, y de la cual se utilizan las "canos" o racimos de flores femeninas únicamente.

El Lúpulo se utiliza en cantidades reducidas en el proceso de elaboración de la cerveza; según de la marca de que se trate, las cantidades que se emplean, varían entre 100 y 300 gramos por 100 de mosta.

Sin embargo, esta porción tan pequeña, imparte a la cerveza su delicado aroma y su delicada sabor tenuemente amarga, además de actuar como agente clarificador, contribuyendo a la estabilización del sabor y a la retención de la espuma. Otra de sus cualidades muy importante es que posee un enérgico poder antiséptico.

Debido a las condiciones climatológicas que impiden su producción en México, todo el Lúpulo que se emplea en la elaboración de la cerveza mexicana proviene del exterior. Sin embargo, se continúan haciendo experimentos a fin de aclimatar el cultivo de esta planta en diferentes regiones de nuestro país.

Además de estas tres materias primas fundamentales, suelen utilizarse como complemento, otros productos a los que se les denomina "adjuntos" destacando principalmente el arroz y el gnlis (***) que tienen como principal función evitar el fenómeno de la turbidez de la cerveza, originándose éste por la precipitación de los proteínas, que en especial se presenta en los climas cálidos.

(***) Fécula de maíz, substancia blanca y ligera parecida a la harina.

1.2.1 EXPLICACION SUMARIA DEL PROCESO DE ELABORACION

Una vez conociendo las materias primas fundamentales, podemos referirnos al proceso de elaboración de la cerveza.

Primeramente la malta es conducida por medio de elevadores, de los silos a cribas, en la que se les separa toda impureza, después pasa a los molinos, en los que se tritura quedando transformada en harina gruesa con algo de su propio cascarillo.

Por otra parte se somete al arroz a operaciones análogas.

Posteriormente ambas pasan a los tanques separadores en donde se mezclan y se les agrega agua a cierta temperatura y a un tiempo definido con el objeto de convertir el almidón en azúcares fermentables, filtrándose la mezcla a fin de separar la materia soluble o MOSTO del residuo o bagazo.

En seguida el mosto ingresa a las calderas de cocción en donde se hierve, generalmente de dos a dos horas y media, tiempo en el que se adiciona en pequeñas porciones el Lúpulo.

Al mosto amargo o lupulado, según se denomina al que ya se le ha agregado y disuelto esta materia prima, se le pasa a los tanques de sedimentación o tanques de mosto caliente a través de un filtro, donde permanece en reposo por un corto tiempo con el objeto de que los sólidos arrastrados se asienten, de ahí se le envía al cuarto de enfriamiento (segundo proceso).

En este departamento, que es un recinto cerrado en el que circula aire previamente filtrado y esterilizado, se hace descender la temperatura del mosto de setenta a seis grados centígrados con lo cual su pureza es completa, lográndose a la vez la aereación necesaria para

que una célula pequeñísima de forma ovalada a casi redonda, cuyo tamaño varía entre seis y diez milésimos de milímetro – la levadura de cerveza– pueda actuar en forma normal en el proceso de fermentación, en el cual, por la acción de la levadura, se transforman los azúcares del mosto en alcohol y gas carbónico.

Esto significa que la pequeña dosis de alcohol que contiene la cerveza mexicana 3.2 % por peso aproximadamente no es una sustancia extraña que se le agregue sino que es resultado natural de una de las etapas del proceso de elaboración.

De ahí se conduce a la cerveza -- que entonces en el lenguaje característico de los técnicos, se califica de "tierna" -- a los tanques de maduración en donde permanece en reposo absoluto por un período de seis semanas a dos meses, según el tipo de producto de que se trate, hasta que adquiere su peculiar transparencia.

Madura y saturada de gas carbónico, se le somete a un nuevo proceso de filtración, con la cual queda lista para ser envasada, ya sea en botellas (retornable y no retornable), barriles o latas (tercer proceso).

Pasa a continuación a los tanques de verificación, los cuales tienen una escala que marca los litros contenidos en los mismos. De estos tanques, la cerveza ya terminada pasa por los medidores.

Previo al uso de la botella en el envasado, ésta se somete a un lavado por medio del uso de maquinaria automática, aplicándose básicamente sosa cáustica líquida.

Las botellas recibidas son revisadas, separándose las deterioradas y las que tienen objetos dentro. De la máquina lavadora salen las botellas perfectamente limpias y esterilizadas.

entrando automáticamente a una banda que las transporta a las máquinas llenadoras. Antes de entrar a las máquinas, son revisadas contra una pantalla de luz, retirándose de la banda cualquier botella que tenga el mínimo defecto en cuanto a limpieza o estado de la misma.

Referente al bote y barril, son tomadas las mismas precauciones en cuanto a su limpieza y esterilización.

Terminado el proceso de limpieza, los envases son pasados a las llenadoras, en donde son cerrados herméticamente, pasando a la pasteurización y de ahí a la empacadora, donde automáticamente son puestos en cajas de cartón, quedando listos para ser enviados al almacén de artículos terminados.

CAPITULO II

BREVE ESTUDIO DE LOS SISTEMAS DE COSTOS

- 2.1 CARACTERISTICAS DE LA INFORMACION CONTABLE
- 2.2 PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS
- 2.3 CLASIFICACION CONTABLE DE LOS COSTOS
- 2.4 BREVE ANALISIS DE LOS SISTEMAS DE COSTOS
- 2.5 SISTEMA DE COSTOS APLICABLE

2.1 CARACTERISTICAS DE LA INFORMACION CONTABLE

Respecto a las características que debe tener la información contable diremos que los métodos de cuantificación varían dependiendo del grado de dificultad que origine el obtener la información cuantitativa. Cuando la información se deriva de una observación inmediata del fenómeno medido, la tarea es más fácil.

Las características fundamentales que debe tener la información contable son:

- UTILIDAD
- CONTABILIDAD

Además, la información contable, tiene impuesto por su función en la toma de decisiones, la característica de provisionalidad.

La utilidad como característica de la información contable es la cualidad de adaptarse al propósito del usuario.

Estos aspectos son distintos en detalle para cada usuario pero todos tienen la similitud de interés económico en la entidad; entre los intereses podemos mencionar: la administración, inversionistas, accionistas, trabajadores, proveedores, acreedores, autoridades gubernamentales, etc. En el sentido de que no se conoce al usuario específico y sus necesidades particulares, se presenta información general por medio de los estados financieros: El Balance General, el Estado de Resultados y el Estado de Cambios en la situación financiera.

LA UTILIDAD DE LA INFORMACION, DE SU CONTENIDO Y DE SU OPORTUNIDAD.

El contenido informativo esta basado en su capacidad de representar simbólicamente con palabras y cantidades, la entidad y su evolución, su situación en diferentes estados del tiempo y los resultados de su operación; la relevancia de la información, que es la cualidad de seleccionar los elementos de la misma, que mejor permitan al usuario captar el mensaje y operar sobre ella para lograr sus fines particulares.

La veracidad, cualidad esencial, pues sin ella se desvirtúa la presentación contable de la entidad, que abarca eventos realmente sucedidos y de su correcta medición; y por último la comparabilidad, es decir, la cualidad de la información de ser validamente comparable con dos o más entidades entre si, permitiendo juzgar su desarrollo.

La oportunidad de la información contable es el aspecto esencial de que llegue a manos del usuario cuando éste pueda usarla para tomar sus decisiones a tiempo para lograr sus fines.

La confiabilidad es la característico de la información contable por lo que el usuario la acepta y utiliza para tomar decisiones basandase en ella. Esta es una cualidad adjudicada por el usuario y refleja la relación entre él y la información.

La provisionalidad de la información contable significa que no presenta hechos totalmente acabados ni terminados. La necesidad de tomar decisiones obliga a hacer cortes en la vida de la empresa para presentar los resultados de operación, la situación financiero y sus cambios incluyendo eventos cuyos efectos no terminan a la fecha de los estados financieros.

CONCEPTOS QUE COMPONEN LA ESTRUCTURA BASICA DE LA CONTABILIDAD

Hay una enorme cantidad de términos en la contabilidad para denominar los conceptos y las clases de los mismos que integran la teoría en materia.

La teoría establecida está compuesta por varias clases de conceptos ordenados de acuerdo con su jerarquía, que son:

- a) Principios
- b) Reglas particulares
- c) Criterio prudencial de aplicación de las reglas particulares

El criterio prudencial de aplicación se refiere a las reglas particulares, ya que los principios son proposiciones de carácter más amplio que deben aplicarse en todos los casos.

PRINCIPIOS.

Los principios de contabilidad son conceptos básicos que establecen la delimitación e identificación del ente económico, la base de cuantificación de las operaciones y la presentación de la información financiera cuantitativa por medio de los estados financieros.

Los principios de contabilidad que identifican y delimitan al ente económico y a sus aspectos financieros, son: La entidad, la realización y el periodo contable.

Los principios de contabilidad que establecen la base para cuantificar las operaciones del ente económico, son: El valor histórico original, el negocio en marcha y la dualidad económica.

El principio que se refiere a la información es el de: Revelación suficiente.

Los principios que abarcan las clasificaciones anteriores como requisitos generales del sistema, son: Importancia relativa y consistencia.

REGLAS PARTICULARES.

Son la clasificación individual y concreta de los conceptos que integran los estados financieros. Se dividen en; reglas de valuación y reglas de presentación. Las primeras se refieren a la aplicación de los principios y a la cuantificación de los conceptos específicos de los estados financieros. Las segundas se refieren al modo particular de incluir adecuadamente cada concepto en los estados financieros .

CRITERIO PRUDENCIAL DE APLICACION DE REGLAS PARTICULARES.

La medición o cuantificación contable requiere de la utilización de un criterio general para elegir entre alternativas que se presentan como equivalentes, tomando en consideración los elementos de juicio disponibles. Este criterio se aplica al nivel de las reglas particulares.

2.2 PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD GENERALMENTE ACEPTADOS.

PRINCIPIOS CONTABLES

ENTIDAD. - La actividad económica es realizada por entidades identificables, las que constituyen combinaciones de recursos humanos, recursos naturales, y capital, coordinadas por una autoridad que toma decisiones encaminadas a la consecución de los fines de la entidad.

A la contabilidad, le interesa identificar la entidad que persigue fines económicos particulares y que es independiente de otras entidades. Se utilizan para identificar una entidad dos criterios:

- a) Conjunto de recursos destinadas a satisfacer alguna necesidad social con estructura y operación propios.
- b) Centro de decisiones independiente con respecto al logro de fines específicos, es decir, a la satisfacción de una necesidad social.

Por tanto, la personalidad de un negocio es independiente de las de sus accionistas o propietarios y en sus estados financieros sólo deben incluirse los bienes, valores, derechos y obligaciones de este ente económico independiente. La entidad puede ser una persona física, una persona moral o una combinación de varias de ellas.

REALIZACION. - La contabilidad cuantifica en términos monetarios las operaciones que realiza una entidad con otros participantes en la actividad económica y ciertos eventos económicos que la afectan.

- a) Cuando a efectuado transacciones con otros entes económicos.
- b) Cuando han tenido lugar transformaciones internas que modifican la estructura de recursos o de sus fuentes.

c) Cuando han ocurrido eventos económicos externos a la entidad derivado de las operaciones ésta y cuyo efecto puede cuantificarse razonablemente en términos monetarios.

PERIODO CONTABLE.- En términos generales, los costos y gastos deben identificarse con el ingreso que originaron independientemente de la fecha en que se paguen.

VALOR HISTORICO ORIGINAL.- Las transacciones y eventos económicos que la contabilidad cuantifica se registran según las cantidades de efectivo que se afecte o su equivalente o la estimación razonable que de ellos se haga al momento en que se consideren realizados contablemente. Estas cifras deberán ser modificadas en el caso de que ocurran eventos posteriores que les hagan perder su significado, aplicando métodos de ajuste en forma sistemática que preserven la imparcialidad y objetividad de la información contable. Si se ajustan las cifras por cambios en el nivel de precios y se aplican a todos los conceptos susceptibles de ser modificados que integran los estados financieros, se considerará que no ha habido violación de este principio; sin embargo, esta situación debe quedar debidamente aclarado en la información que se produzca.

NEGOCIO EN MARCHA.- La entidad se presume en existencia permanente, salvo especificación en contrario; por lo que las cifras de sus estados financieros representarán valores históricos, o modificaciones de ellos, sistemáticamente obtenidos. Cuando las cifras representen valores estimados de liquidación, esto deberá especificarse claramente y solamente serán aceptables para información general cuando la entidad esté en liquidación.

DUALIDAD ECONOMICA.- Esta dualidad se constituye de:

- 1) Los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines y,
- 2) Las fuentes de dichos recursos, que a su vez, son la especificación de los derechos que sobre los mismos existen, considerados en su conjunto.

REVELACION SUFICIENTE.- La información contable presentada en los estados financieros debe contener en forma clara y comprensible toda lo necesario para juzgar los resultados de operación y la situación financiera de la entidad.

IMPORTANCIA RELATIVA.- La información que aparece en los estados financieros debe mostrar los aspectos importantes de la entidad susceptibles de ser cuantificados en términos monetarios. Tanto para efectos de los datos que entran al sistema de información resultante de su operación, se debe equilibrar el detalle y multiplicidad de los datos con los requisitos de utilidad y finalidad de la información.

CONSISTENCIA.- Los usos de la información contable requieren que se sigan procedimientos de cuantificación que permanezcan en el tiempo. La información contable debe ser obtenida mediante la aplicación de los mismos principios y reglas particulares de cuantificación para, mediante la comparación con estados financieros de la entidad, conocer su evolución y, mediante la comparación con estados de otras entidades económicas, conocer su posición relativa.

2.3 CLASIFICACION CONTABLE DE LOS COSTOS.

Dentro de la realización de las actividades comunes y necesarias de las empresas, es necesario efectuar erogaciones, Éstas generalmente han sido consideradas como gastos o como costos.

Antes de entrar a la clasificación contable de los costos, es conveniente conocer lo que es un gasto y lo que es un costo, así como sus principales diferencias.

Costos.- "Es el valor adquirido por un bien tangible (producto) al incurrir en el una serie de gastos". (1)

Gasto.- "Es la inversión que se efectúa, ya sea en una forma directa, necesariamente para la consecución de un bien tangible (producto)". (2)

De lo anterior podemos resumir que el total de gastos realizados, forma el costo.

La clasificación tradicional que se ha dado a estos costos de: directos e indirectos, de los cuales se puede hacer la siguiente separación:

En atención a la función a que corresponde o a la actividad en que se desempeñan:

- a) Costo de producción. (manufactura).
- b) Costo de operación (distribución, administración, o financiamiento).

Como costos de producto inventariable, se entiende todo aquel costo que esté asociado con las unidades producidas, ya que éstos son activos, hasta que se venden los artículos con los cuales se relacionan, una vez vendidos se aplican a resultados y se asocian a las ventas, sumándose a los costos ajenos a la producción, lo cual nos dará la medida de los resultados (relación que guardan los ingresos con los costos aplicados).

(1) DEL RIO GONZALEZ , Cristobal: Costos I , México, E.C.A.S.A., 1963 P.1-16

(2) Cit. a: HANSEN, Palle: Manual de contabilidad , Madrid, 1960

Dentro del costeo para planeación y control, tiene una gran importancia, la correcta distinción y aplicación de los costos, atendiendo a su grado de variabilidad, ya sea en costos fijos, variables o semivariables, pues son elementos primordiales para la obtención del punto de equilibrio.

Se entiende por costos fijos, aquéllos que en su magnitud permanecen constantes, cualesquiera que sean las modificaciones que se registren en los volúmenes de producción o venta. Presentandose en la industria cervecera generalmente las siguientes:

Arrendamiento.

Becas.

Cuotas y suscripciones.

Depreciaciones.

Equipo de protección.

Honorarios profesionales.

Impuestos.

Mantenimiento y conservación de inmuebles.

Mantenimiento y conservación de mobiliario y equipo de oficina.

Policia industrial y servicio de seguridad.

Previsión social.

Primas de seguros y fianzas.

Servicios funerarios.

Sueldos y salarios.

Uniformes al personal.

Su principal característica es que se originan por el solo transcurso del tiempo, razón por la cual no guardan casi ninguna relación con las variaciones en los volúmenes de producción y operación.

Se entiende por costos variables, aquellos cuya magnitud en razón directa del volumen de operaciones realizadas o por realizar. En la industria cervecera se presentan principalmente :

- Agua.
- Consumos de energía eléctrica.
- Combustibles y lubricantes.
- Correos, teléfono y telegrafo.
- Diversos.
- Envase (obsequio e introducción)
- Fletes y maniobras.
- Gastos de viaje.
- Impuestos y derechos.
- Laboratorio técnico.
- Mantenimiento y conservación de maquinaria y equipo.
- Materiales indirectos.
- No deducibles.
- Papelería y artículos de oficina.
- Posajes.
- Regalías y asistencia técnica.
- Reparación y reposición de tarimas.
- Rotura de envase.
- Seminarios y cursos de capacitación.

COSTOS SEMVARIABLES.- Son aquellos que se modifican con el total, de acuerdo con el grado de actividad, pero no en proporción directa. Estos son una mezcla de componentes fijos y variables, el elemento fijo está representado por el costo mínimo de mantener un servicio, mientras que el elemento variable está relacionada con el nivel de actividad. Dentro de la industria cervecera se presentan.

Royas al personal sindicalizado de producción.

Royas al personal sindicalizado de costo de reparto.

I.M.S.S., Infonavit, 1% sobre remuneraciones.

En este tipo de costos, es conveniente realizar un cálculo individual para determinar el porcentaje variable y el fijo.

Como costos controlables se conoce aquellos que pueden regularse directamente en un nivel dado de autoridad administrativa, dentro de un espacio de tiempo dado.

Como costos no controlables se conoce aquellos que por diversos motivos escapan, pero a la larga, todos los costos son controlados en cierto grado por alguien.

El propósito primordial de la contabilidad de costos es el control, esto es, asegurarse que los costos no son excesivos, según los objetivos y los planes administrativos expresados mediante políticas y procedimientos. Para cumplir este propósito se diseñan sistemas de contabilidad para la acumulación de datos mediante las actividades de operación de cada ejecutivo que puedan cuantificarse con precisión.

Puedo finalizar diciendo que los costos deben estar relacionados con alguna función específica, ya sea, con la producción o con la distribución, administración, y financiamiento.

Los costos de producción, se incorporan al valor de los artículos manufacturados y los costos de distribución, administración, o financiamiento se afectan directamente a cuentas de resultados

2.4 BREVE ANALISIS DE LOS SISTEMAS DE COSTOS.

Antes de referirme a los diversos sistemas para determinar los costos de producción, considero necesario conocer el significado de sistema .

SISTEMA. - Es el conjunto de procedimientos y técnicas

PROCEDIMIENTO. - Es el conjunto de métodos.

METODO. - Es el conjunto de índices que hay que seguir.

TECNICA. - Aplicación de lo practico.

La integración de cualquier sistema de costos debe comprender:

- 1) Procedimiento de control de las operaciones productivas:
 - a) ORDENES
 - b) PROCESOS
- 2) Métodos de control de materia prima.
- 3) Técnicas de valuación relativas al tiempo.
 - a) Historicos o reales.
 - b) Predeterminados.

A continuación se menciona los conceptos, en forma enunciativa y no limitada, de la clasificación antes detallada:

COSTOS POR ORDENES DE PRODUCCION. - En este sistema se expide una orden numerada para la fabricación de determinada cantidad de articulos en la cual se van acumulando los costos incurridos, esta orden es proporcionada por el responsable de la producción y enviada a los

departamentos correspondientes. Este sistema es aplicable en aquellas industrias que producen unidades perfectamente identificables durante su periodo de transformación; como por ejemplo: mueblerías, jugueterías, etc.

COSTOS POR PROCESOS.— Se emplea en aquellas industrias cuya producción es continua, en masa, uniforme, existiendo uno o varios procesos para la transformación del material. Se diferencia de las que operan por órdenes de producción, en que no resulta posible identificar en cada unidad producida los elementos del costo directo o primo.

Partiendo del control de las materias primas, el sistema de inventario perpetuo es considerado el más recomendable, ya que dentro de este sistema, no es necesario recurrir a recuentos físicos para la elaboración de inventarios finales, ya que conocemos los costos unitarios. Atendiendo a la época, la valuación de los costos de producción se divide en:

- a) COSTOS HISTORICOS O REALES.
- b) COSTOS PREDETERMINADOS.

COSTOS HISTORICOS O REALES.— Son los obtenidos tal como se va incurriendo en ellos, y el resultado final de los mismos se llega a conocer hasta después de haber terminado la producción del periodo correspondiente.

Con el paso del tiempo se ha observado que la contabilidad de costos persigue, entre sus finalidades esenciales, la determinación de costos de producción y distribución, administración y financiamiento, y cómo los costos unitarios, a su vez, sintetizan la actividad de la industria y constituyen el barómetro de la misma, y de donde existe una relación de los costos de distribución con los costos históricos o reales. Pero el costo de producción o de distribución, administración y financiamiento, por si mismo, no resulta suficientemente expresivo, como pudiésemos pensar que un artículo "X" tuvo un costo de \$ 50.00, un costo de

distribución, administración y financiamiento de \$ 10.00 y un costo total de \$60.00, dice muy poco a los directores de la industria, mientras no se les compare. En el momento en que se le compare, su importancia aumentará considerablemente y se convertirá en un instrumento fundamental, por el control efectivo que representa para la dirección de la empresa.

La causa por la cual es necesario, dentro de este sistema, esperar la conclusión del periodo de costos para determinar los costos de producción de los artículos terminados en él, se encuentra en la necesidad de acumular los cargos indirectos a lo largo del periodo, acumulación que, incluye el conjunto de erogaciones indirectas de fabricación, consumos de materias primas y mano de obra indirectos, ajustes por depreciación, amortización y aplicación de activos fijos, cargos diferidos y gastos fabriles.

COSTOS PREDETERMINADOS.— Son los que se pueden calcular anticipadamente a la producción, con la intención de proporcionar el costo real basándose en estudios empíricos. Estos tipos de costos pueden ser aplicados a todas aquellas industrias que por sus características de producción son considerados como procesos rutinarios y en virtud de su poca variabilidad de los elementos que conforman su costo son interpretados como experiencias pasadas, con lo cual podemos obtener una base para determinar o calcular su costo antes de la elaboración del producto, y en ocasiones durante la producción del mismo. La diferencia con los costos históricos estriba en que éstos se obtienen después de haberse elaborado el producto. Dentro de este tipo de costos podemos considerar a las empresas textiles, refresqueras, automotrices, etc., Dos son las necesidades que han dado origen a los sistemas de costos predeterminados en el desarrollo gradual de las técnicas de la contabilidad de costos:

1.— La necesidad de contar con una información más oportuna y aun anticipada de los costos de producción.

2.- La necesidad de obtener un control más efectivo de los costos de producción mediante comparaciones de costos unitarios que sean de mayor significación que los que puedan establecerse entre costos de producción actuales y futuros.

Existen dos modalidades iniciales dentro de los sistemas de costos predeterminados, independientemente de que se refieran a un sistema de costos por órdenes o a uno por procesos. Dichas modalidades son :

a) Predeterminación del tercer elemento del costo, exclusivamente: cargos indirectos, en tanto que los otros dos se obtienen sobre bases reales

b) Predeterminación íntegra de los tres elementos del costo.

La variante a) encuentra su justificación en el hecho, de que los cargos indirectos son precisamente los que no pueden asignarse inmediatamente a cada producto o grupo de productos elaborados, debido a la necesidad de acumularlos previamente, lo que no puede realizarse totalmente sino hasta el cierre de cada periodo de costos, una vez efectuadas las aplicaciones y operados los ajustes necesarios.

La segunda modalidad o variante de los costos predeterminados implica la predeterminación de los tres elementos del costo, con dos finalidades primordiales:

1.-La de conocer anticipadamente los costos de producción, para fines de política de precios, cotizaciones especiales, etc.

2.-La más importante, consiste en permitir un control completo sobre los costos de producción mediante comparaciones entre costos históricos actuales, referidos a los tres elementos, y costos predeterminados de cada uno de ellos.

Dentro de los costos predeterminados podemos distinguir dos tipos:

- a) Costos estimados.
- b) Costos estandar.

Costos estimados.- Es el sistema más elemental de los sistemas de costos predeterminados, consistente en calcular anticipadamente a la producción un presupuesto con base en experiencias anteriores, que sin ser técnicas, son base suficiente para controlar la producción. Los costos estimados fueron el primer paso para la predeterminación del costo de producción y tuvieron por finalidad pronosticar el material, la mano de obra y los gastos indirectos a invertirse en un artículo determinado. El objetivo inicial en la estimación del costo, fue el de tener una base para colizar precios de venta; con posterioridad fue utilizado con fines contables, dando nacimiento al sistema de costos estimados. La característica especial de un sistema de costos estimados es que al hacerse la comparación con los costos reales, aquellos deberán ajustarse a la realidad, siendo posible lograr con el tiempo una predeterminación que se acerque más al costo real.

A las diferencias resultantes de la comparación de los costos históricos con los estimados se les llama "variaciones", las cuales son ajustadas a los costos reales.

Costos estandar.- Se establecen anticipadamente, pero con bases científicas en cada uno de los elementos del costo. En este tipo de obtención del costo al compararlo con el costo real, se obtienen las diferencias llamadas desviaciones, pero a diferencia del anterior, éstas se investigan para conocer las causas que le dieron origen, y proceder al ajuste respectivo. El costo estándar por su forma de cálculo representa un instrumento de medición de eficiencia de la fábrica, ya que está basado precisamente en la eficiencia de trabajo de la misma.

Este sistema tuvo su origen a fines de la década del presente siglo, como consecuencia del desarrollo del maquinismo o sea el desplazamiento del esfuerzo humano por la maquinaria. En dicha época fue posible estandarizar las operaciones y las unidades,

considerando dentro de estas últimas cantidades de material y horas de trabajo. Posteriormente dichas unidades fueron cuantificadas en valores, llegándose a lo que ahora denominamos costos estándar y, que por los bases de cálculo empleadas son considerados como instrumentos de medición de eficiencia, con lo cual queremos decir, que el costo estándar indica lo que un artículo "debe costar" y que difiere del costo estimado, que sólo es pronóstico que indica lo que un artículo "puede costar". En razón de lo anterior, los costos estándar deben ser base para ajustar los costos históricos y por el contrario los costos estimados deben ajustarse a los costos históricos.

Los costos estándar pueden manejarse integrados a la contabilidad o bien extra-líberos, a los primeros se les llama "Estándares contables" y a los segundos "Estándares estadísticos".

Los estándares ya sean contables o estadísticos se clasifican en :

a) Estándares circulares: Se establecen como metas a alcanzar en condiciones normales de producción y deberán ser modificados al momento en que varíen las condiciones que sirvieron como base para su determinación - elevación o baja en el precio de la materia prima, aumento de la mano de obra, devaluación monetaria, etc.

b) Estándares fijos o básicos: Constituyen una meta fija para ser utilizada como índice de comparación o con fines estadísticos, y permanecen inalterables para facilitar la exposición de las tendencias de los costos históricos con relación al costo estándar básico.

2.5 SISTEMA DE COSTOS APLICABLE.

Como ya sabemos la industria económica en nuestros días ha alcanzado un grado complejo, del cual, no escapa la industria cervecera, por lo tanto, la administración de dicha industria para cumplir su cometido se vale de ciertos elementos como son:

a) *Planear* : Significa seleccionar objetivos y los medios para lograrlos, es decir responder a dos preguntas fundamentales: ¿Qué se desea? y ¿Cómo y cuándo ha de hacerse?

b) *Controlar*: Lo cual significa verificar que los planes se cumplan.

Tanto la planeación como el control están íntimamente relacionados con la toma de decisiones - escoger entre diversas acciones alternativas - y éstas serán más fructíferas cuando se basen en el juicio cuidadoso y no en conjeturas o ideas atropelladas. Un juicio cuidadoso requiere reunir y examinar minuciosamente los factores adecuados.

El papel principal de la contabilidad es suministrar información para ayudar a la administración, esto significa proporcionar la información adecuada, en la forma correcta y en el momento oportuno.

La contabilidad de costos para fines de dirección constituye la fase más dinámica de todo el campo de la contabilidad, porque se encuentra entrelazado con la administración, ya que su principal propósito es ayudar a la misma a planear y controlar las operaciones.

La contabilidad para fines de dirección concede mayor importancia a los datos actuales y futuros, los datos históricos son importantes sólo hasta donde pueden ayudar a

predecir la realización presente y futura o estimular la investigación por parte de la administración, de modo de poder mantener un mejor control en lo futuro.

La contabilidad para fines de dirección se vale de:

- a) Los presupuestos para ayudar a la planeación.
- b) Los informes de realización para ayudar al control.

Por lo tanto, después de haber analizado diversos sistemas de control de producción, en mi opinión el más adecuado es: "El sistema de costos estándar por procesos", para el control, de las operaciones productivas de la fábrica, ya que considero que es el más avanzado de los sistemas de costos, sirve de instrumento de medición de eficiencia, nos indica lo que "debe costar" un artículo, con base en la "eficiencia del trabajo normal de una empresa". Con su utilización se obtienen las siguientes ventajas:

- a) Medir los resultados.
- b) Preparar presupuestos útiles.
- c) Establecimiento de precios.
- d) Costeo significativo de los productos.
- e) Economía en el mecanismo de registro.

El control de los costos necesita de los estándares como marco de referencia, el cual define la forma en que debe llevarse a cabo cada tarea y cuánto debe costar ésta a medida que se ejecuta el trabajo.

Los costos reales incurridos se comparan con los costos estándar para obtener las variaciones, las cuales indican las deficiencias o superaciones. Estas deben ser investigadas para descubrir mejores formas de adherirse a los estándares o de cumplir los objetivos.

Dos importantes aspectos del análisis de las variaciones son:

1) Personalizar las variaciones de modo de poder asignar cada variación a la persona principalmente responsable, y

2) Tener algún medio objetivo para decidir si una determinada variación, es lo bastante importante para justificar su investigación.

CAPITULO III

- 3.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION.
- 3.2 ASPECTOS BASICOS DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION.
- 3.3 CLASIFICACION DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES DE DISTRIBUCION.
- 3.4 COSTOS FIJOS DE DISTRIBUCION.
- 3.5 COSTOS VARIABLES DE DISTRIBUCION.
- 3.6 CLASIFICACION FUNCIONAL DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION.
- 3.7 COSTOS POR MEDIO DE UN SISTEMA DE DISTRIBUCION.

3.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION.

Dentro de toda empresa existen dos tipos básicos de costos:

- a) Costos de producción.
- b) Costos de distribución.

COSTOS DE PRODUCCION.-- costos de hacer un producto desde la compra de materia prima si nos referimos a una industria cervecera por ejemplo:

<u>MALTAS</u>	<u>LUPULO</u>	<u>MATERIAS PRIMAS</u>
	<u>AUXILIARES</u>	
AMERICANA 6H	EXTRACTOS 4:1	FERM--CARP
CENTINELA	EXTRACTOS 10:1	ACIDO FOSFORICO
CARAMELO		CARRAGENINA
CARAPILS	<u>ALMIDON</u>	LIQUIPANOL
CERRO PRIETO		ENZIMAS BIOLOGICAS
NEGRA	ARROZ	FORMALINA
NACIONAL 6H	GRITS	SAL CLORURO SODIO
AMERICANA 2H		COLORANTE
		YEASTEX

hasta obtener el artículo terminado. Su punto de referencia es el volumen de producción y representa por lo tanto un valor del activo circulante.

COSTOS DE DISTRIBUCION.-- Costo para hacer llegar al cliente un producto manufacturado, desde el control del artículo terminado, la realización de la venta hasta lograr su recuperación en dinero. Su punto de referencia es el volumen de ventas y representa por lo tanto un gasto que va directamente a los resultados del ejercicio.

Los costos de distribución abarcan las actividades ajenas a la producción, su objetivo principal es la obtención y cumplimiento de las ventas de productos.

Dentro de lo que podemos señalar como conceptos de los costos de distribución diremos las siguientes:

COSTOS DE DISTRIBUCION.- Son aquellas erogaciones que se incurre para hacer que los productos fabricados lleguen a poder del cliente a cambio de la entrega de una remuneración monetaria acordada.

COSTOS DE DISTRIBUCION.- Son todos los gastos que se efectúan para que los productos lleguen a manos de los consumidores y su importe retorne a la empresa en forma de dinero.

COSTOS DE DISTRIBUCION.- Comprende todas las erogaciones necesarias para convertir en dinero el producto manufacturado y abarca los gastos de venta, de administración y de financiamiento conectados con la función distributivo.

Se ha considerado que los costos de distribución no forman parte de los productos vendidos, por lo cual son desembolsos que no se incluyen en los inventarios.

Observando los costos de distribución desde un punto de vista contable, dentro de estas se incluyen gastos relacionados con almacenar los productos fabricados, realizar las ventas, transporte y entregar los artículos y cobrar los pedidos. Pero como norma general se ha dicho que una erogación que no sea un costo de producción o de distribución es probable que resulte innecesario.

En casi todas las industrias los costos de distribución constituyen no solo una parte importante del costo, sino también un renglón en constante aumento del costo total, por lo cual debe concentrarse la atención en los conceptos de planeación y control de estos erogaciones.

Es muy importante este tipo de costos sobre todo en empresas de gran magnitud como lo es una cervecera, ya que en la distribución de su producto se requiere adecuados controles y esta se basa desde luego en que a mayor demanda mayor es la producción y por lo tanto la distribución de los gastos erogados para poner en contacto el producto con el consumidor se incrementa, es básico que en estos aspectos interfieran distintos departamentos para poder manipular dichos procedimientos de control.

Ahora bien el estudio y análisis de los costos de producción resulta necesario ya que por una parte podría llevar a incrementar las utilidades mediante un aumento en los precios de venta o la eliminación de un producto y por otra parte podrían mejorarse las utilidades, distribuyendo los precios de venta en los productos de alta rentabilidad si da como resultado un incremento en el volumen de ventas y una situación competitiva más sólida. Por otro lado un alto costo de distribución origina que se encarezca el producto.

INTEGRACION DEL COSTO DE PRODUCCION Y DISTRIBUCION.

COSTO DE PRODUCCION	COSTO DE DISTRIBUCION
- ADQUISICION DE MATERIA PRIMA	- CONTROL DEL ARTICULO TERMINADO
- FASE DE PRODUCCION	- COSTO PARA LA REALIZACION DE LA -
- ARTICULO TERMINADO.	VENTA HASTA LOGRAR SU RECUPERACION EN NUMERARIO.
	- ENTRADA A CAJA DEL IMPORTE DE LA VENTA.

VALOR DEL ACTIVO CIRCULANTE

DIRECTAMENTE A RESULTADOS

-INV. DE ARTICULOS TERMINADOS	- COSTO DE DISTRIBUCION
-INV. DE PRODUCCION EN PROCESO	- COSTO DE ADMINISTRACION
-INV. DE MATERIAS PRIMAS	- COSTO DE FINANCIAMIENTO

OBJETIVOS DEL COSTO DE DISTRIBUCION.

Se persigue llegar a su conocimiento referido a la unidad o determinada agrupación exigida por las necesidades de venta de la empresa cervecera o simplemente siguiendo la organización dada a dicho renglón. Por lo cual los costos de distribución y administración en múltiples casos son superiores en su monto al costo de producción, motivo por el cual se reconoce su control, estudio análisis, clasificación de sus partes., hasta llegar a obtener los objetivos que se persiguen. Como ejemplo, los costos de distribución pueden obtenerse:

1.- POR PRODUCTO:

- a) Por unidad vendida (Dependiendo del giro)
- b) por peso vendido (Dependiendo del giro)

2.- FORANEOS:

- a) Los estados de la republica
- b) En el extranjero

3.- LOCALES:

- a) Radio servicio.
- b) Promociones
- c) Reparto
- d) Sub-almacenes

4.- Por agentes

5.- Por métodos de venta

- a) Contado
- b) Crédito
- c) Abonos

Es importante considerar a esa función como vital para el cumplimiento de los fines de una empresa, ya sea industrial (CERVECERA), comercial o de servicios, porque representa el punto final de sus actividades.

En una empresa como lo es la cervecera la cual esta en constante crecimiento y ella lo observamos en la expansión de esta en todo el pais y en el mundo, su constante empuje por acreditarse en otros mercados al igual que la importante unión de fuerzas con el extranjero mediante venta de acciones, etc., dentro de su administración para los fines de la gerencia no basta considerar a los costos de distribución como una suma global de gastos a

recuperar de los ingresos del periodo o distribuirlos entre los distintos productos, los servicios o los clientes tomando como base algún factor de aplicación previamente determinado.

Al incrementar las operaciones y progresar la empresa cervecera debe cuidar más sus costos de distribución porque su tendencia es de aumento, resultando necesario adoptar sistemas para registrar, analizar, determinar, planear y controlar el costo de distribución de los productos que se crean y venden, con la finalidad de no ocasionar desequilibrios en los rendimientos de la empresa y poder mantener en forma razonable los precios de venta. Ahora bien debemos considerar lo importante y complejo del campo de aplicación de estos costos porque su comportamiento se manifiesta en función de los cambios en el volumen de ventas o por otros factores que no se relacionan con dicho volumen de ventas, y que en muchos casos no pueden traducirse en ventas como lo sería el costo de publicidad por correo.

El proceso de distribución no se encuentra bien definido, la inventiva y no la rutina es la esencia de los costos de distribución, porque para venderle a un cliente prospecto pueden emplearse una gran variedad de mecanismos publicitarios, como lo es la radio, la televisión, anuncios, y estos son gastos sumamente altos, pero es esto uno de los aspectos que en esta industria cervecera se pretende contrar en corto tiempo.

3.2 ASPECTOS BASICOS DEL COSTO DE DISTRIBUCION.

El proceso de distribución y administración integra aspectos básicos e importantes que son:

- 1.- REFERENTE A LA OPERACION DE VENTA.
- 2.- REFERENTE A LA OPERACION ADMINISTRATIVA.
- 3.- REFERENTE A LA OPERACION FINANCIERA.

REFERENTE A LA OPERACION DE VENTA.

a) Creación de la demanda.- Consiste en despertar el interés del consumidor por medio de la publicidad, propaganda, visitas de vendedores, ofertas, investigación de mercados o cualquier otro incentivo de venta.

b) Obtención de la orden de venta.- Consiste en convertir la demanda o la oferta en una venta real ya sea en forma directa o por medio de distribuidores.

c) Manejo y entrega del producto.- Comprende el almacenaje, empaque, embarque, transporte.

REFERENTE A LA OPERACION ADMINISTRATIVA.

a) Control de la venta.- Corresponde a la investigación y apertura del crédito, su facturación, etc.

Dentro de este punto la recepción de pedidos a vendedores ya sea foráneos, plaza o reparto y promociones se puede realizar facturando de la siguiente manera:

- a) .- facturando, en vase con líquido
- b) .- facturando solamente líquido.

En el primer caso se solicita que el pago se efectue al cien por ciento inmediato (envase y líquido) y en el segundo caso el pago se realiza primero por el líquido en donde el envase queda comodato (deuda) al cual se le conoce dentro de sus registros del departamento de ventas como saldo del cliente.

Una vez elaborados los pedidos se envía una orden de carga al departamento de lleno para que estos sean surtidos, a la salida de la mercancía se le entrega al promotor una serie de facturas junta con estas, en donde se especificaron las condiciones de cobro al cliente correspondiente.

En el transcurso de la distribución del producto deben colaborar 4 elementos humanos quienes tienen funciones asignadas las cuales son:

1.- PROMOTOR: Se encarga de dar un buen servicio al cliente, revisa que la mercancía se entregue en buen estado y procurando el mejor lugar de la tienda (isla) para la exhibición y venta del producto, recoge el envase que está en comodato con los clientes y es responsable del personal que tiene a su cargo en la unidad de reparto.

2.- CONDUCTOR: Es la persona encomendada para transportar la mercancía, la cual a su vez debe conocer toda la zona de reparto correspondiente para poder trazar la ruta más adecuada con el fin de entregar el producto en el menor tiempo posible.

3.- MOZOS: Comúnmente son dos personas quienes se encargan de realizar la función de carga y descarga del vehículo en las diferentes tiendas o bodegas asignadas para la recolección y venta del producto.

Con respecto al manejo de la cuenta del vendedor cuando este finca sus pedidos (condiciones de compra y cantidad a vender) y el producto sale del departamento de lleno es la persona responsable ante la campaña de la carga contenida en el camión antes de su entrega al cliente, esto se maneja en un reparte que se denomina liquidación diaria, cuando se entrega el producto al cliente este le proporciona al vendedor sello, firma, folio en el original del documento, conservando una copia el cliente para cotejar posteriormente en el momento de entrar a revisión o cobro. Después el vendedor hace llegar al departamento de cobranza la

factura con los requisitos que el cliente la proporciona y este documento es descargado de la liquidación del vendedor en donde ahora la responsabilidad pasa al departamento de cobranza para hacer válido el documento como factura y realizar su cobro de acuerdo a las condiciones que se hubiesen especificado.

b) Coordinación de elementos humanos, técnicos y materiales, sueldos, depreciaciones, arrendamientos, honorarios, papelería, etc.

REFERENTE A LA OPERACION FINANCIERA.

a) Control de cobranza.- Registro de cuentas por cobrar, métodos y verificación de cobranzas, descuentos por pronto pago a clientes, intereses sobre préstamos, etc., hasta lograr que la venta se traduzca en un ingreso a la caja.

Para lograr el ingreso de efectivo a caja cabe señalar que se deben seguir una serie de políticas de donde es necesario distinguir responsabilidades, características, puntos básicos de la cobranza al igual que identificar la problemática por la cual un adeudo no es liquidado ya que mediante dicho sistema establecido se podrá cerrar un círculo en donde las ventas se pueden traducir como ingresos. Para ello se exponen varios puntos con los cuales podemos lograr los objetivos planteados en el departamento de cobranzas.

Dentro de las políticas para este departamento mencionamos como importantes las siguientes:

1.- Lograr la oportuna recuperación de las ventas efectuadas.

a) El departamento de cuentas por cobrar es la principal fuente que provee a la tesorería de la empresa los fondos necesarios para la marcha de sus operaciones.

2.- Mantener al mínimo posible las pérdidas por cuentas incobrables.

a) Debemos estar concientes de que agotamos todos los recursos a nuestro alcance antes de proponer la cancelación de un adeudo.

3.- Mantener el más bajo costo posible de operación del propio departamento.

a) Las actividades del departamento deben organizarse y ejecutarse de tal forma que satisfagan las tres responsabilidades antes mencionadas.

b) Cuidar que el costo operativa sea el más bajo posible, sin que ello implique que el trabajo sea de inferior calidad.

4.- Consideremos entonces que para lograr el éxito, simultáneamente se deben satisfacer ciertas responsabilidades básicas:

a) Permitir el máxima incremento en las ventas.

b) Lograr la oportuna recuperación.

c) Minimizar las cuentas incobrables.

d) minimizar el costo operativo.

Ahora como características de la cobranza mencionaremos las siguientes:

A) Adecuada.

- conocer el tipo de cliente; autoservicio; gubernamentales; o consumidores.

- Antecedentes sobre la puntualidad de sus pagos.

- Importancia comercial.

- considerar la importancia del adeudo.

B) Oportuna.

- Lo fallo de oportunidad es una de las principales causas de sobreinversión.

- La dificultad para obtener el pago o la aclaración de las deudas, cuando exceden de cierto plazo, aumentan en proporción directa a su antigüedad.

D) Completa.

.. Combatir las diferencias que pudieran ser pequeñas en relación al adeudo original pero que, en conjunto, pueden ser considerables en los resultados de nuestra empresa.

.. Se debe depurar la cartera y que las diferencias sean aclaradas y cobradas o bonificadas con prontitud.

Para poder realizar mejor el trabajo se subdivide el análisis de la cobranza.

1.- Preparación.

- Contar con toda la documentación del adeudo.
- Tenemos alguna queja del cliente.
- Cual es su historial de compras y pagos.
- Cual es su solvencia moral y económica.

2.- Iniciación.

- Forma de vestir apropiada.
- Pulcritud personal.
- Tratar al cliente con cortesía
- Explicar claramente el motivo .
- Seguridad en nosotros.

3.- Despertar el deseo de pago.

- Motivar al cliente a pagar.
- Emplear argumentos claros y concretos.
- Colocarse al nivel del cliente.
- presentación de pruebas.
- No advertir o amenazar al cliente.

4.- Respuesta a las objeciones.

- Evitar discusiones.
- Evitar ofensas.
- Evitar malentendidos.

Dentro de las condiciones de pago con respecto a los clientes esta puede variar de la siguiente manera.

A) FORANEOS:

El cobro a estos clientes se realiza cada quince días, mediante cheque a nombre de la cervecera y en donde en algunos pagos se especifica que remisión se pago al momento.

B) PROMOCIONES:

El cobro a estas es variable, existen clientes a los cuales se les designa una fecha específica de cobro como podríamos considerar como ejemplo los días 5 y 25 de cada mes, así como hay clientes que pagan al contado como lo son los particulares, también hay clientes a los que se les entregan facturas o revisión y su cobro es de 15 a 30 días (en donde se recibe un contrarecibo o cambio).

C) REPARTO:

En este caso se entregan remisiones valuadas para su cobro en el momento y algunos clientes solicitan la factura la cual se elabora por una o varias remisiones a su cargo durante el mes, esto es de acuerdo a como lo solicite el cliente y lo único que se cobra es el líquido quedando el envase en comodato del vendedor.

ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN.

Las partidas que forman los costos de distribución y administración se analizan de la siguiente manera:

1.- CON RELACION A SU OCURRENCIA EN LOS VOLUMENES DE VENTA.

a) CONSTANTES (fijos y regulados).- Son aquellos gastos que se suceden periodo a periodo, sin aumento ni disminución, cualquiera que sea el volumen de ventas, como son:

- Depreciaciones
- Rentos
- Seguros
- Sueldos
- Honorarios

b) VARIABLES.- Son aquellos gastos que aumentan o disminuyen de acuerdo con los volúmenes de venta:

- Comisiones
- Fletes
- Acarreos
- Empaques
- Seguros
- Propaganda (radio televisión u otros)
- Exclusivas por venta de producto

2.- POR SU INTERVENCIÓN EN LA VENTA.

a) DIRECTOS.- Son aquellos que su aplicación es de acuerdo al producto, territorio, plaza, cliente, etc.,

b) INDIRECTOS.- Son aquellos gastos que para su aplicación el producto, territorio, plaza, cliente, etc., deberá efectuarse atendiendo a ciertas bases, como, lo son:

De acuerdo con el beneficio obtenido.- Consiste en prorratear los gastos indirectos de distribución y administración en los diversos departamentos, en proporción directa al beneficio o servicio obtenido por el gasto.

Con base en las utilidades resultantes.- Soporta una aplicación mayor el producto, cliente, plaza, territorio, etc., que haya logrado más utilidades.

En relación a las condiciones existentes.- Existen gastos que no se encuentran relacionados directamente con las abjetivos de la empresa, pero forman parte del costo de distribución y administración, podemos pensar en el sueldo del gerente general, que para distribuir dicho gastos será necesario estudiar las condicines existentes, para hacer la distribución lo más equitativo posible.

En resumen podemos decir que los gastos variables son directos y los constantes son indirectas, con relación a los volúmenes de venta.

ANALISIS DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION Y ADMINISTRACION.

I DESDE EL PUNTO DE VISTA DE SU OCURRENCIA A LOS VOLUMENES DE VENTA.

CONSTANTES (FIJOS Y REGULADOS)	Y	VARIABLES
-----------------------------------	---	-----------

II ATENDIENDO A LA RELACION QUE GUARDAN CON DETERMINADAS ACTIVIDADES DE LA VENTA.

DIRECTOS	E	INDIRECTOS
----------	---	------------

RESUMEN

CONSTANTES (FIJOS Y REGULADOS)	GENERALMENTE SON	INDIRECTOS
-----------------------------------	------------------	------------

VARIABLES	GENERALMENTE SON	DIRECTOS
-----------	------------------	----------

3.3 CLASIFICACION DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION.

Para un efectivo control administrativo, los costos de distribución tienen que ser clasificados como directos o indirectos, estableciendo una distinción aquellos que pueden ser asignados directamente a un producto, a una venta, a un territorio o a un método de distribución, y aquellos que tienen que ser prorrateados. De hecho tiene que hacerse un análisis posterior de los costos de distribución entre aquellos que son fijos y las que son variables, los costos de distribución tienen que ser analizados y agrupados cuidadosamente. En concordancia con el concepto distintivo de los costos fijos y variables, los costos de distribución son algunas veces clasificados en controlables y no controlables. Por ello si los gastos de distribución no son clasificados adecuadamente, la gerencia no sabrá que costos podrían ser reducidos y que partidas permanecerían inevitablemente constantes. Debido a que el costo de distribución se ha convertido en una parte importante del ingreso por ventas, la dirección con éxito en este caso tiene ahora mayor interés que nunca.

El control del costo de distribución también exige que periódicamente se comparen los gastos reales con los estándares predeterminados; por esta razón, es necesaria establecer esos estándares. Un presupuesto flexible que presente los costos de distribución fijos y variables a varios volúmenes de ventas permite una rápida comparación con los costos reales para determinar las causas de las variaciones con relación a las tasas predeterminadas de costos de distribución.

Debido a los constantes experiencias adquiridos se presenta una variante dentro de la distribución del producto en la industria cevecera, en la cual el costos de distribución se acentúa más que el costo de producción ya que esta industria no se limita a una cierta área o zona de venta, por consiguiente su incremento en la producción y su establecimiento de políticas diversas en virtud de factores indistintos nos lleva a realizar un estudio minucioso en

está área, debido a que los métodos y procedimientos de control de los costos de fabricación han recibido mayor atención por parte de la dirección, pensamos que el área del control administrativo de la distribución, la cual es estudiada no hasta sus resultados favorables, puede procurar muchas posibilidades para aumentar la utilidad neta. Ahora bien, uno de los informes que puede ser suministrado para la evaluación administrativa es el estado mensual de operaciones por líneas de productos, que pone de relieve las comparaciones entre los costos de distribución reales y presupuestados.

Además de considerar una clasificación debemos tener en mente las limitaciones de éstos costos en donde su concepto comprende una *torca triple*, que en su análisis final se resuelve en:

- 1) Acumular y anotar los costos de distribuir el producto.
- 2) Analizar los costos de distribución a alguna base aceptable.
- 3) El control e interpretación de los costos de distribución a través de estándares predeterminados y de presupuestos.

Los canales de distribución son los conductos que se deben seguir para la distribución más completa, eficiente y económica de los productos o servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en las mejores condiciones.

La finalidad de los canales de distribución es tener un puente entre el productor de un artículo y el consumidor del mismo ya sea que los partes se encuentren en la misma localidad o en diferentes zonas o países o muchos kilómetros uno de otro. Los más comunes como canales de distribución son los siguientes:

1.- Ventas directas: No tiene intermediarios porque el producto va del fabricante al consumidor. Las ventas directas pueden efectuarse:

- a) Por medio de vendedores.
- b) Cuando el cliente va directamente con el fabricante. (ventas de mostrador)

2.- Ventas a través de mayoristas: En este canal intervienen cuando menos dos intermediarios (mayoristas y detallistas). El mayorista compra grandes cantidades para obtener precios más bajos y después abastecer al detallista, quién a su vez lo hace llegar al consumidor.

3.- Ventas a través de detallistas: Se hace por medio de un solo intermediario entre la empresa y el público; el detallista es el canal más común para los artículos de consumo general.

4.- Ventas a través de distribuidores: Los distribuidores son los intermediarios que venden con carácter de exclusividad productos o servicios en determinada localidad; el distribuido actúa en nombre del fabricante.

Una empresa a la vez puede emplear dos o más canales de mercado y la selección de los diferentes canales de distribución constituye una decisión muy importante que se reflejará en sus utilidades, en el desarrollo de sus actividades y en el futuro de la empresa.

La selección de los canales de venta pueden verse afectados por diversos factores entre los cuales destacan los siguientes:

- a) El patrón establecido por la industria en cuestión.
- b) La distancia entre productor y consumidor.
- c) La situación financiera de la empresa.
- d) Las características del producto.
- e) La naturaleza del mercado.
- f) La rentabilidad del canal de distribución, el cual incluye tres factores:
 - El volumen potencial de venta.
 - El costo de obtención de ese volumen.
 - Las condiciones del mercado.

Los costos de distribución son menos exactos debido a la variedad de condiciones en que surgen, a la dificultad de contar con una base de prorroga uniforme establecida y a la

posible falta de relación entre el esfuerzo y el resultado. Mediante un estudio de tiempos y movimientos en la fábrica, el esfuerzo puede medirse pero por ejemplo al pagar el sueldo de un agente de ventas, y prorratearlo entre las ventas, no se logra una medida exacta del esfuerzo. y si consideramos que la tendencia de los costos de distribución es de aumento, resulta necesario adoptar sistemas para registrar, analizar, planear, y controlar el costo de distribución de los productos o servicios que se crean y venden, con la finalidad de no ocasionar desequilibrios en los rendimientos de la empresas y poder mantener en forma razonable los precios de venta.

Todo esto nos encamina a crear un proyecto de inversión por medio de un sistema de costos de distribución dentro de la industria cervecera. Ya que se tienen que desarrollar procedimientos en este complejo campo de los costos para poder superar estas limitaciones porque no tan solo en esta compañía sino en otras los costos de distribución representan un componente importante del costo total de las operaciones; en muchas de ellas representan el elemento de costo mayor. En otras compañías como elemento de comparación se han inventado enfoques afortunados con respecto al problema de analizar y controlar este grupo de costos no fabriles, y sus resultados han permitido ahorros sustanciales en varias actividades de distribución.

3.4 COSTOS FIJOS DE DISTRIBUCION.

Esta es una de las clasificaciones del costo de distribución relacionada a su ocurrencia en los volúmenes de venta.

Como se sabe existen costos fijos y costos variables, clasificación aplicable a los costos de distribución. Unos costos no varían en relación con el volumen de ventas, no se adaptan al nivel de operación y otros costos sí varían directamente, algunas veces en forma proporcional con las ventas de productos. El conocimiento de estas dos clases de costos de distribución es esencial para la fijación de venta entre otros fines.

LOS COSTOS FIJOS DE DISTRIBUCION SON: Aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de venta. No son costos fijos en el sentido de que no flutúan o no varían, sí varían pero por causas independientes del volumen de ventas u otra actividad.

Estos costos se producen período a período, sin aumento ni disminución, sea cual fuere el volumen de ventas. Tienen la misma característica de los costos fijos de producción. Los costos fijos de distribución están en relación al tiempo como podremos mencionar:

- a.- Depreciación de equipo de oficina y de transporte
- b.- Renta de oficinas
- c.- Sueldos de vendedores
- d.- seguros
- e.- Contratos
- f.- Equipo anticontaminante

Como ejemplo respecto a los tipos de gastos fijos que se manejan dentro de la industria cervecera algunos de ellos en forma de catálogo de cuenta:

5001 GASTOS DE VENTA

5001 CONSTANTES O FIJOS

- 01 sueldos de agentes
- 02 sueldo de supervisores
- 03 publicidad
- 04 gastos de investigacion de mercados
- 05 arrendamientos
- 06 depreciaciones
- 07 amortizaciones
- 08 primas de seguros y fianzas
- 09 estimacion por cuentas incobrables
- 10 vigilancia y aseo
- 11 papeleria y utiles de escritorio

5002 GASTOS DE OFICINA ADMINISTRATIVA

5002 CONSTANTES O FIJOS

- 01 sueldos
- 02 arrendamientos
- 03 depreciaciones
- 04 amortizaciones
- 05 primas de seguros y fianzas
- 06 alumbrado
- 07 telefono, telegrafo y correos

5003 GASTOS FINANCIEROS

5003 CONSTANTES O FIJOS

- 01 intereses
- 02 sueldos

3.5 COSTOS VARIABLES DE DISTRIBUCION.

Son aquellos cuya magnitud fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de venta.

Estos costos aumentan o disminuyen de acuerdo con los volúmenes y cuentas de clientes que se manejan, varía su importe en función directa con el volumen de ventas como son:

- a) Comisiones
- b) Fletes y acarreos
- c) Materiales de empaque
- d) Impuestos
- e) Publicidad
- f) Honorarios
- g) Papelería y artículos de escritorio

Como ejemplo en relación a los tipos de gastos variables que se manejan dentro de industria cervecera mencionaremos algunos de ellos en forma de catálogo de cuentas:

5001 GASTOS DIRECTOS DE VENTAS

5001 VARIABLES

- 01 comisiones
- 02 fletes y acarreos
- 03 premios sobre ventas
- 04 propaganda
- 05 gastos de viaje y viáticos
- 06 gasolina y lubricantes
- 07 material de empaque
- 08 cuotas patronales al IMSS
- 09 cuotas al infonavit

5002 GASTOS DE OFICINA ADMINISTRATIVA

5002 VARIABLES

01 honorarios

02 papeleria y artículos de escritorio

5003 GASTOS FINANCIEROS

5003 VARIABLES

01 honorarios por cobranza

02 descuento sobre ventas

03 pérdidas por cuentas incobrables

04 comisiones bancarias

3.6 CLASIFICACION FUNCIONAL DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION.

Los objetivos de las distintas clasificaciones funcionales de los costos de distribución es con la finalidad de poder llegar a conocer:

- 1.- Zonas improductivas de venta.
- 2.- Areas que deban mantenerse no obstante de que no existan posibilidades de recuperación, porque de eliminarse, repercutiría en una disminución del volumen de producción y los costos de capacidad ociosa serán superiores a la pérdida de operación de aquella zona.
- 3.- Vendedores que descuiden determinados productos por reportarles rendimientos bajos, en comparación a los que obtienen con los otros productos.
- 4.- Vendedores que incurren en gastos altos
- 5.- Zonas que son susceptibles de mejoría mediante la aplicación de un tratamiento adecuado.
- 6.- Vendedores que descuidan a cierto grupo de clientes.
- 7.- volúmenes de pedidos o tipos de clientes improductivos.
- 8.- Canales de distribución inapropiados.
- 9.- Productos que reportan pérdida para la empresa

La clasificación de los costos de distribución y administración debe hacerse en dos sentidos a la vez, es decir, uno atendiendo al objeto de la erogación (clasificación objetiva), y otro según la función que desempeña (clasificación funcional).

CLASIFICACION OBJETIVA (POR EL OBJETO DE LA EROGACION).

GASTOS DIRECTOS DE VENTA.- Corresponde a los gastos directos de vendedores, comisiones, gastos de viaje, gastos de oficina de ventas, impuestos, etc.

GASTOS DE PROPAGANDA Y PROMOCION.- Comprende gastos de publicidad, por muestras, sueldos por promociones, investigación de mercados, etc.

GASTOS DE TRANSPORTE Y REPARTO.- Integra todas aquellas erogaciones necesarias para entregar el producto al comprador o distribuidor tomando en consideración las distintas zonas para distribuir el producto.

GASTOS DE ALMACENAJE.- Se refiere a los gastos por recepción, estiba, conservación, sueldos, seguros, etc. de la cerveza sujeto de la venta.

GASTOS DE CREDITO.- Incluye los gastos de investigación del cliente, indagación y apertura o concesión del crédito, esto lo observamos antes de poder otorgar algún tipo de exclusiva para venta de cerveza en donde se establece un contrato por tiempo determinado.

CLASIFICACION FUNCIONAL (PARA EL COSTO DE DISTRIBUCION, EN FUNCION DE LA EROGACION).

COSTO DE DISTRIBUCION POR OPERACIONES. - Este enfoque del costo de distribución para los fines de planeación, análisis y control del costo, se refiere a la actividad o conjunto de actividades comunes que tienen un fin determinado.

1.- LA OPERACION DE REPARTO. - Tiene por objeto clasificar y conservar el producto (cerveza) en lugar apropiado, así como atender la demanda y entrega de los mismos .

COSTOS DE DISTRIBUCION POR TIPO DE CUENTE. - La importancia y magnitud de la empresa y la diversificación que mantenga la distribución de sus productos podría ser motivo suficiente para efectuar el análisis del costo de distribución atendiendo a los diversos tipos, grupo o clases de clientes que se presenten.

La diversificación de las ventas entre diferentes clases de clientes se establece obteniendo pedidos de diversos productos como lo son (CORONA, CORONITA, NEGRA MODELO, MODELO ESPECIAL, MODELO LIGHT, VICTORIA, ETC.), de donde dichos pedidos se elaboran a través de :

- a) Distribuidores
- b) Mayoristas
- c) Detallistas
- d) Comisionistas
- e) Agentes

Este tipo de costo de distribución analizado desde este punto de vista, estará representado por una serie de erogaciones relacionados con las funciones de venta, empaque, embarque, crédito y cobranzas, etc., en donde el importe que debe distribuirse a cada grupo de clientes, permita precisar la costeabilidad y utilidad que se obtiene de las ventas efectuadas con cada tipo de clientes, una vez disminuido el costo de distribución que origina; y como consecuencia de este tipo de análisis puede demostrarse a la dirección la conveniencia de

aumentar las ventas con un grupo específico de clientes y a la vez reducirlas con otro grupo que origina costos de distribución excesivos, así como aumentar los precios a un grupo de clientes o reducir costos de otros grupos de clientela disminuyendo el número visitas de vendedores.

COSTOS DE DISTRIBUCION POR AREAS, ZONAS O MERCADOS.

Al analizarse el costo de distribución atendiendo a diferentes áreas o mercados de consumo, normalmente con la finalidad de establecer la capacidad de consumo de cada zona teniendo en consideración los siguientes aspectos.

El estándar de vida de cada localidad, la capacidad adquisitiva del grupo consumidor, los aumentos de población, la modificación en los ingresos o salarios reales y otras características del área a la cual nos referimos.

Este análisis de costo de distribución relacionado o combinado con el de tipos de productos permite a la gerencia de ventas tomar decisiones adecuadas para abastecer cada zona o mercado de los productos que tienen aceptación y consumo más productivo, tomando también en cuenta que se tienen que efectuar desembolsos por concepto de fletes, seguros, gastos de manejo, empaque, almacenaje, etc., para trasladar el producto a cada zona originando costos adicionales para dar o sus mismos artículos las utilidades del lugar. Así como para poder conocer que zona vende una gran parte de la producción de la empresa.

COSTOS DE DISTRIBUCION POR PRODUCTO.— Con la investigación de los costos de distribución en función a los productos elaborados y vendidos se persiguen varias finalidades.

- 1.— Determinar cuáles productos reparten utilidad y cuál es el margen de contribución de los mismos.
- 2.— Precisar que productos reflejan pérdida y el importe de cada uno de ellos.

3.- Determinar el volumen de ventas que puede mantenerse de cierto tipo de artículos sin rendimiento razonable, y que son improductivos, pero que por la política de ventas de la empresa, no permite discontinuar o suspender su distribución en el mercado para poder competir y ofrecer a los clientes una línea completa de artículos.

4.- Precisar de acuerdo con la utilidad de cada línea o tipo de artículos los porcentajes de comisión a vendedores, los descuentos a distribuidores y los gastos de publicidad que se puedan absorber.

Para el análisis del costo de distribución por tipo de producto es necesario establecer una clasificación de ellos con el objeto de fijar grupos o clases de los que presenten características similares, pudiéndose efectuar atendiendo a la naturaleza de los artículos, sus distintas presentaciones, su capacidad, su calidad, el tipo de consumidores.

Con el análisis de los costos de distribución por productos puede elaborarse un estudio de productividad con base en el volumen de unidades vendidas o con unidades producidas.

COSTO POR MEDIO DE DISTRIBUCION. - El establecimiento o innovación de sistemas, políticas, tecnología, tienen como objetivo fundamental el mejor funcionamiento de todos los engranes de una planta productiva para obtener resultados favorables en cuanto a una productividad que se caracterice por su calidad y buen precio, no podemos pensar que se origine un solo gasto en el sentido establecer un sistema que perdure para toda la vida de una empresa ya que este requerirá de cambios que se vayan adaptando a las necesidades imperantes con el transcurso del tiempo, si es necesario que todo ente económico tenga un crecimiento financiero se tendrá que adaptar a estos constantes cambios internos para solucionar sus deficiencias o de lo contrario serán absorbidas por el resago de innovaciones, si consideramos la necesidad de establecer un sistema de costos como lo es el de distribución en cualquier empresa no podríamos cuantificar la inversión que requeriríamos para su logro ya que esta varía en función de la magnitud del organismo o de las secciones en las que se busca su establecimiento para mejorar su funcionamiento, pero de alguna manera sí podríamos evaluar

los posibles resultados sobretodo si estan especificamente bien delinidos, ahora bien si el proyecto de un sistema de costos de distribución esta bien elaborado y es aplicable, entonces los resultados si podrian ser suceptibles de ser cuantificados en valor o porcentos y es una gran probabilidad de que la inversión en este sistema de control si justifique su costa después de haberse establecido. El análisis del costo por medio de esta forma se efectúa atendiendo a los sistemas de ventas que prevalecen en la época actual y que normalmente se agrupan en dos divisiones que son:

I.- FACILIDADES DE ENTREGA.

- a) Ventas de mayoreo.
- b) Ventas de menudeo.
- c) Ventas por departamentos.
- d) Ventas por tiendas en cadena.

II.- FACILIDADES DE PAGO.

- a) Ventas de contado.
- b) Ventas en abonos.

El análisis de las ventas según los diferentes sistemas de ventas y el análisis del costo de distribución que haya causado cada uno de dichos sistemas serán las bases para fijar la política de distribución y venta de una empresa .

CLASIFICACION FUNCIONAL DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION

1.- POR OPERACIONES

- a) De reparto
- b) De almacenamiento
- c) De venta y cobranzo

2.- POR TIPO DE CLIENTES

- a) Distribuidores
- b) Mayoristas
- c) Detallistas
- d) Comisionistas
- e) Agentes

3.- POR AREAS O ZONAS

- a) Norte
- b) Centro
- c) Sur

4.- POR PRODUCTOS

- a) Corona
- b) Coronita
- c) Modelo Bote
- d) Modelo Especial
- e) Victoria
- f) Negra Modelo
- g) Modelo Light

5.- POR MEDIO DE DISTRIBUCION

5 A.- FACILIDADES DE ENTREGA

- a) Ventas mayoreo
- b) Ventas menudeo
- c) Por departamentos

5 b.- FACILIDADES DE PAGO

- a) Ventas al contado
- b) Ventas al contado comercial
- c) Ventas en abonos

3.7 COSTOS POR MEDIO DE UN SISTEMA DE DISTRIBUCION.

La finalidad de toda industria es la producción de bienes económicos; pero para producirlos eficientemente se necesita conocer su costo. Pero un sistema de costos, es sólo un medio de control de la producción. Si las operaciones son simples, el sistema de contabilidad de costos tendrá que ser elemental. Si la producción es complicada, consecuentemente el sistema de costos tendrá mayor complejidad. De esto se entiende que un sistema de costos es un medio para llegar a un fin, pero no es el fin mismo; y que su mecanismo, simple o complejo, dependerá en esencia del grado de complejidad del proceso productivo. Bien para instalar un sistema de costos, debemos precisar su costo de instalación y a su vez de operación. Un sistema no sólo está representado por las formas que se usen, sino por el personal y el equipo necesarios para su funcionamiento. Ahora para justificar la instalación de un sistema se precisa como ya se había dicho su costo en cuanto a personal, equipo y material, en relación con el rendimiento del negocio.

Las industrias que están en constante crecimiento no pueden estar limitadas por un sistema como se podría considerar a la industria cervecera en su magnitud y constante desarrollo y diremos que si crece la industria, tendrá que adaptarse el sistema al negocio y no el negocio al sistema. Los sistemas no pueden ser permanentes dentro de nuestro actual de cosas. Sufren constantes cambios para adaptarse al desenvolvimiento de la industria y de las propias circunstancias especiales provenientes del cambio constante de los diversos factores que concurren en la producción. Los sistemas no deben considerarse como inmutables, sino como instrumentos sujetos a constantes reformas para adaptarlos a las necesidades, teniendo en consideración que la industria es por naturaleza propia, dinámica e inestable. También consideremos que la sistematización se ha definido como la clasificación y ordenación de las funciones de una empresa, y la creación de los medios de registros de las actividades de la misma, de acuerdo con un plan coordinado. La finalidad de todo sistema de contabilidad es la

obtención de informes oportunos. Consecuentemente, los informes constituyen la meta principal del sistematizador.

La instalación de un sistema de costos por distribución tiene numerosas dificultades que vencer. Generalmente se encuentra con la falta de simpatía, tanto de las personas a quienes se va a reformar el procedimiento de trabajo, como de aquellas que ya tienen rutinas establecidas por bastante tiempo y creen haber llegado a la cuspide de la perfección.

La sistematización requiere un plan de trabajo. Este puede ser dividido en:

- a) Estudio de las necesidades de la empresa.
- b) Proyección o planeación.
- c) Instalación.

Claro que desde el punto de vista de las necesidades de la empresa la instalación de cualquiera de los sistemas de costos requiere el estudio de las necesidades de la empresa. Esto abarca el estudio de la organización en su conjunta, dando especial atención al conocimiento de los labores del personal de oficina y de la producción; estudio de los estados e informes, clases de productos, tipos y medidas; métodos utilizados en la producción, implicando de cómo se reciben, almacenan y expidan los materiales; como se transforman esos materiales. En una palabra, precisa conocer el funcionamiento de la empresa como unidad económica, dedicando especial atención al proceso productivo. De todo ello muchas veces nos planteamos una serie de preguntas como:

¿ Por dónde principiar el estudio de las necesidades de una empresa, con la finalidad de instalar un sistema de costo ?

¿ Por el almacén de materias primas, siguiendo el proceso de transformación hasta convertirlo en efecto terminado ya almacenado ?

¿ O debe principiarse por el departamento de ventas encargado de la distribución del producto ?

En ocasiones se realiza un informe por escrito de la situación contable en que se encuentra la empresa, lo cual se realiza constantemente en la industria cervecera. Cuando ya se tienen en la mente y por escrito el anteproyecto del sistema recomendado, se discute con el personal más capacitada y con los directores de la empresa.

Toda sistema, para implantarse, debe estar basado en un estudio intenso de los diversos métodos que pueden utilizarse, eligiendo el que por su economía y seguridad proporcione mayor eficacia para la operación de la empresa.

Ahora de una manera general podemos decir que las ideas son el alma del sistema, la acumulación de éstas, su examen, su arreglo y su presentación en forma de proyecto constituyen un solo proceso. El sistema de costos en una industria debe tener como base, en todo lo que sea posible, la experiencia de industrias similares. Con lo que podemos concluir que las ideas ya experimentadas en otros negocios tienen gran importancia.

Entonces después de establecerse un sistema de costos por medio de distribución un análisis de este se efectúa atendiendo a los sistemas de ventas que prevalecen en la época actual y que normalmente se agrupan en dos divisiones que son:

I.- FACILIDADES DE ENTREGA

1. Ventas de mayoreo
2. Ventas de menudeo
3. Ventas por departamentos
4. Ventas por tiendas en cadena
5. Ventas por correspondencia

II.- FACILIDADES DE PAGO

1. Ventas de contado
2. Ventas de contado comercial
3. Ventas en abonos con reserva de dominio

El análisis de los ventas según los diferentes sistemas de ventas y el análisis del costo de distribución que haya causado cada uno de dichos sistemas de Ventas serán las bases para fijar la política de distribución y Venta de una empresa.

CAPITULO IV

- 4.1 OBJETIVO DEL PROYECTO DE INVERSION E IMPORTANCIA
- 4.2 IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION APOYADO POR PRESUPUESTOS
- 4.3 PLANEACION DE UN PROYECTO DE RECUPERACION DE EFECTIVO POR COSTOS DE DISTRIBUCION

4.1 OBJETIVO DEL PROYECTO DE INVERSION E IMPORTANCIA

Las empresas antiguas con una historia de éxitos, fracasan principalmente por su pésima política de distribución de utilidades que no tomó en cuenta las necesidades de reinversión para la constante modernización del negocio y para la adopción de técnicas que las capacitará para competir con algunas ventajas en su ramo.

La empresa que sobrevive no es ni la más eficiente a plena capacidad, ni la más eficiente a capacidad media. Ahora bien la empresa cuyas políticas de distribución de dividendos en el pasado haya sido la más adecuada a las circunstancias y que las reservas que fue acumulando durante los tiempos buenos la permitirán sobrevivir durante la época mala.

Dentro del panorama económico de las empresas todas son susceptibles de un desarrollo el cual se obtiene mediante una adecuada planeación de sus recursos para su reinversión e ir soportando el peso de la inflación que gradualmente puede afectar su equilibrio y solvencia en épocas difíciles, de hecho no solo la elaboración de un producto por la acción de generarlo nos dará como resultado una ganancia, considerar esto como un desarrollo mismo de la empresa sería relativamente no pensar a futuro y hacer un buen uso de la capacidad de inversión para generar otras fuentes de financiamiento no solo monetario sino mediante el avance tecnológico al cual debe apegarse toda industria con miras al desarrollo y obtención de utilidades.

Quizo la razón de más importancia para la planeación de un proyecto es que obliga a las personas de todos los niveles a pensar hacia el futuro. Si no se logra que las personas piensen en el futuro, es muy probable que vivan en el pasado (conciente o inconscientemente proyectarán su experiencia histórica al futuro). Pero lo que fue cierto para el último año

puede no serlo para el próximo. Ahora suponer sin investigar que el futuro siempre duplicará el pasado es carecer de planes en absoluto.

Las inversiones sólidas de capital son importantes para la economía del país así como para la empresa individual. La expansión de la planta, equipo existente y la introducción de adelantos tecnológicos representan factores importantes para el desarrollo económico, contribuyendo considerablemente a aumentar la productividad y elevar el nivel de vida.

Los problemas implicados en la decisión de las políticas de inversión de capital y en la selección de posibilidades de inversión se encuentran entre los más difíciles que afrontan los ejecutivos de los negocios. Las inversiones de capital no representan un área aislada en la toma de decisiones, si no implican un conocimiento a las alternativas de producción, determinación de precios de los productos y financiamiento. Una vez que una compañía ha asignado fondos para una determinada inversión, se ha comprometido a seguir un camino del cual no podrá desviarse fácilmente, por consiguiente los elementos de incertidumbre y riesgo, son particularmente grandes en las decisiones que se relacionan con la inversión del capital, la cual frecuentemente induce a los ejecutivos de negocios a confiar en corazonadas y en reglas generales.

Los elementos de criterio que se emplean para evaluar la conveniencia de una inversión de capital propuesta, dependen de la naturaleza del gasto. Existen cuatro categorías generales de inversiones:

- (A) Proyectos no lucrativos
- (B) Proyectos de utilidad de conmensurable
- (C) Proyectos de reposición de capital
- (D) Proyectos de expansión

A) Proyectos no Lucrativos.

Implican gastos que surgen de requerimientos legislativos, contractuales etc., que una entidad está obligada a hacer, y cuyo objetivo no es la rentabilidad. Las leyes locales pueden obligar a una compañía a instituir un sistema de control o a instalar medidas de seguridad para la protección de sus trabajadores, y puesto que los gastos de este tipo son obligatorios, la empresa no tiene necesidad de establecer elementos de criterio para evaluar la conveniencia de esos desembolsos.

B) Proyectos de Utilidad no Conmensurable.

Incluyen inversiones cuyo objetivo es aumentar las utilidades, pero cuyas ganancias no pueden computarse con un grado razonable de exactitud. En esta categoría se consideran los gastos a largo plazo para promoción de productos, investigación. Puede suponerse que una compañía interesada en maximizar sus utilidades no realizará inversiones de este tipo, a menos que esté convencida de que en última instancia éstos rendirán una utilidad; desafortunadamente, es virtualmente imposible medir el ingreso marginal derivado de tales gastos, ya que el ingreso adicional que puede obtenerse de la publicidad o de los gastos para el desarrollo de los productos, rara vez puede calcularse con suficiente exactitud como para servir de base que justifique tales desembolsos; como un ejemplo podemos decir que la introducción de un restaurante de bajo costo para empleados puede reducir los costos al mejorar el estado de ánimo de los trabajadores, pero no puede calcularse el monto del ahorro en los costos.

C) Reposición de Bienes Existentes.

La vida de la maquinaria y el equipo puede prolongarse casi indefinidamente por medio de constantes reparaciones y mantenimiento, sin embargo, llegará el momento en que

el costo de operar del mismo excederá a los costos de un sustituto potencial; en este caso el equipo existente se ha vuelto obsoleto. Si los ahorros en el costo, que se derivarán del nuevo bien, van a proporcionar un rendimiento satisfactorio sobre su inversión de capital, entonces el reemplazo se vuelve económicamente conveniente. Aunque el ahorro en el costo generalmente representa el elemento de criterio apropiado para el reemplazo de inversiones, también puede ser necesario considerar los ingresos, esto ocurrirá siempre que la capacidad de producción del nuevo equipo exceda a la del existente, y que haya un mercado para las unidades adicionales a producirse.

D) Proyectos de Expansión.

Para las inversiones de capital de este tipo, es conveniente estimar las utilidades futuras y el rendimiento de la inversión, también es importante reconocer un factor de riesgo que varía según la naturaleza del proyecto. El factor de riesgo puede incluirse dentro de la fórmula para evaluar las propuestas de capital. El riesgo que implica cada propuesta de inversión de capital es evaluado por la gerencia al momento de aprobar las propuestas. También se debería tener en cuenta el valor de tiempo del dinero, o sea el valor que tienen el dinero en el momento en que se puede disponer de él, ya que las distintas inversiones no rinden una secuencia de efectivo igual y las sumas por recibir en distintas fechas futuras tienen distintos valores.

Las empresas de éxito, por lo regular, tienen más proyectos de inversiones potenciales que fondos disponibles para realizarlos, por lo que la escasez de disponibilidades afecta el procedimiento para aprobar los proyectos y la empresa se ve obligada a establecer elementos de criterio para seleccionar entre las propuestas alternativas.

4.2 IMPORTANCIA DE LOS COSTOS DE DISTRIBUCION APOYADOS POR PRESUPUESTOS

Dentro de la vida latente de una empresa el desarrollo industrial es su principal objetivo en el cuál estan consideradas toda una serie de alternativas bien definidas para la obtención de utilidades; como hemos advertido, los horizontes para poder dirigir todo tipo de inversión están abiertos a todos aquellos ejecutivos que planteen cual es el mejor camino para ella y desde luego el más rentable, podemos considerar que no solamente los instrumentos para invertir se encuentran limitados a instituciones financieras, operaciones de venta, etc., sino indiscutiblemente debemos aceptar que el mejoramiento del equipo de la planta al igual que los medios de transporte que influyen en el traslado ya sea de materias primas o del producto terminado a los centros de venta, pueden ofrecernos un rendimiento favorable ya que el costo referente al mantenimiento de estos seria mayor y con frecuencia, al contrario de tener un equipo de mejor calidad y con tecnología más avanzada y moderna para la consecución de los objetivos. Al considerar dichos planes no podemos llevar a cabo operaciones de inversión si no podemos predecir el futuro, aunque sabemos los constante cambios que pudiesen haber en el transcurso del tiempo, por ello debemos auxiliarnos de un método con el cual podamos plantear toda la realidad financiera de la empresa, así como de su importancia dentro de un mercado propio y establecido para poder manejar todo un periodo de operaciones encaminadas a la obtención de utilidades, con ello podemos dar lugar a desarrollar un presupuesto el cual puede abarcar periodos variables ya sea de seis meses, un año, dos años, etc., y el cual puede indicar el tipo de inversión más adecuada al negocio.

Un presupuesto no es otra cosa que un plan por escrito expresado en términos de unidades, dinero, o ambos. Es un modelo que representa el efecto de varios niveles de actividad sobre los costos, ingresos y flujos de efectivo. Debido a los grandes problemas de coordinación y control del desempeño, las grandes compañías es probable que tengan presupuestos más detallados y elaborados que las pequeñas. Muchas compañías han creado

modelos financieros empresariales que capacitan a la administración a hacer planes de gran alcance, ensayando los resultados de varias estrategias y actividades.

Mediante la elaboración de presupuestos se planea el equilibrio del riesgo y el rendimiento para maximizar el valor de la inversión de los propietarios. Sus estimaciones de los flujos de efectivo y de las utilidades están basadas en el pronóstico de las ventas. Los planes para las ventas deben ser atenuados por lo adecuado que son respecto a los recursos en efectivo y de su conveniencia desde el punto de vista de utilidades. Es imposible calcular los flujos de efectivo y las utilidades sin una estimación de ventas, pero para llegar a una estimación final de éstas debemos probar el efecto de las ventas planeadas sobre los flujos de efectivo y las utilidades. Ahora podemos decir que los presupuestos son planes administrativos que incluyen todas las operaciones y resultados esperadas de un periodo futuro. A sí, la formulación del presupuesto es una especie de proceso contable en el futuro, y el presupuesto propiamente dicho es un estado contable futuro que más tarde se comparará con lo ocurrido realmente, a fin de satisfacer una necesidad de control. Frecuentemente se espera que la administración, además de presupuestar los ingresos, los gastos y utilidades, elabore presupuestos más específicos en relación a proyectos particulares. A diferencia de los presupuestos de gastos de operación y utilidades, que son periódicas, los presupuestos por proyectos son esporádicas, con periodos irregulares y tienen en cuenta las variaciones por el dinamismo del entorno, no recurrentes.

PRESUPUESTO POR PROYECTO: El presupuesto por proyecto consiste en enfocar la solución de los problemas en forma sistemática. Consta de siete etapas, a saber: estudio de la factibilidad, proyecto preliminar, proyecto detallado, producción, distribución, consumo y retiro del proyecto. La importancia del presupuesto por proyecto se concentro en la primera etapa, o sea, al estudio de factibilidad, que comprende los siguientes pasos: análisis de la necesidad, identificación, concepto, análisis físico y análisis económico financiero. Este último paso es especialmente valioso cuando el proyecto de que se trata tiene repercusiones a largo plazo. El

planeamiento de proyectos, por referirse en general a la adquisición de activos de larga vida, se conoce como presupuesto de inversiones, presupuesto por proyecto o, más comúnmente, proyectos de inversión, en razón del nombre genérico que se da al desembolso requerido para adquirir un bien de capital.

Es probable que la mejor y más concluyente respuesta a la pregunta de qué tan largo debe ser el periodo que deba cubrir un presupuesto sea " lo necesario ". Es decir, el presupuesto debe cubrir un periodo lo bastante largo para hacer una planeación efectiva. Ahora bien, en la planeación de los préstamos y financiamientos a corto plazo, compras, pagos de mano de obra, etc., por lo general se modela en el presupuesto de un año. Hacer estimaciones por un periodo mayor a un año involucra mayores riesgos de error en los cálculos. También hay desventajas en tener un periodo de presupuesto que sea demasiado corto. corremos el peligro de no tomar en cuenta sucesos de importancia que se encuentran más allá del periodo cubierto por el presupuesto. Toma mucho menos esfuerzo preparar un presupuesto para un año y revisarlo cada tres meses que preparar presupuestos nuevos y por separado cada trimestre, los periodos del presupuesto demasiado cortos pueden conducir al mismo grado de error que los presupuestos que cubren periodos más grandes.

4.3 PLANEACION DE UN PROYECTO DE RECUPERACION DE EFECTIVO POR COSTOS DE DISTRIBUCION.

Dentro de la administración financiera, el presupuesto financiero es el que se refiere al control, costos y productividad del efectivo, del capital propio y ajeno, o sea la administración de recursos invertidos y obtenidos tanto de fuentes internas como externas, comprendiendo básicamente a los presupuestos de efectivo, inversiones, compras, programa de pagos, proyectos capitalizables, no capitalizables.

La principal característica del presupuesto de efectivo es que, por su naturaleza, es el elemento coordinador de los demás dentro de un sistema integral; por tanto, casi como requisito indispensable para su preparación, es necesario que el resto de presupuestos estén terminados y aprobados. Con su aplicación logran preverse las necesidades o sobrantes de efectivo, las inversiones que se efectuarán, los compromisos financieros en que se incurrirá, así como el grado de liquidez y lo adecuado de la estructura financiera de la entidad.

OBJETIVO:

El objetivo del flujo de efectivo es el de resumir las operaciones financieras durante un periodo, mostrando las fuentes y las aplicaciones del capital neto de trabajo. Un estado del flujo o corriente del efectivo, complementando los otros estados financieros y también conocido como estado de variaciones en la caja, se puede preparar para dar a conocer la corriente de efectivo por un periodo, esto es, mostrar las causas o razones para los aumentos y las disminuciones en el efectivo. Es decir, el estado de flujo de efectivo muestra el movimiento del efectivo que sale y que ingresa al negocio, por medio de una lista de las fuentes de ingresos de efectivo y los usos (desembolsos) del mismo. Este difiere de un estado de pérdidas y ganancias en que resume las operaciones del negocio que abarcan ingresos y egresos de caja, las fuentes y los usos del efectivo son la materia del estado del flujo del efectivo; las ventas o ingresos realizados y el costo incurrido durante el periodo contable son

las materias del estado de pérdidas y ganancias. El estado del flujo del efectivo también suministra una base para estimar las futuras necesidades de efectivo y sus probables fuentes.

La utilidad neta del año no representa el importe del aumento neto en la caja debido a que varias partidas que aparecen en el estado de pérdidas y ganancias o en el estado de flujo del efectivo no se incluyen en el otro. Consideremos como ejemplo, la acumulación de los ingresos y de los gastos y el reconocimiento de las cuentas por cobrar incobrables estimados, no representan operaciones en que intervenga el efectivo. Las operaciones de efectivo relativas al producto de la venta de bonos a largo plazo, de acciones de capital, de activo no circulante y la adquisición de activo no circulante, el retiro de la deuda no circulante o de acciones de capital se muestran en el estado de flujo de efectivo, pero no aparecen en el estado de pérdidas y ganancias. A diferencia de la depreciación, las acumulaciones y los partidos diferidos de periodos precedentes son partidas que no pertenecen al efectivo. Además, el efectivo fluye debido a muchas partidas, aparte de las ganancias normales.

FUENTES Y USOS DEL EFECTIVO

-- El efectivo puede aumentarse (recibirse) como resultado de ciertas operaciones como por ejemplo:

Actividades normales recurrentes, operaciones primordiales:

Venta al contado del producto o material de desperdicio

Cobranzas:

A cuenta de saldos abiertos.

En pago de documentos.

Efectivo recibido de intereses y dividendos sobre inversiones y otras partidas de ingresos.

Reembolsos de sobrepagos del impuesto federal sobre la renta, liquidación de sentencias favorables de juicios, y otras ganancias extraordinarias resultantes en recursos de efectivo.

Venta o disposición de activo:

- Activo no circulante
- Inversiones temporales

Operaciones de financiamiento:

- Descuento de documentos por cobrar.
- Emisión de documentos por pagar a cambio de préstamos.
- Obligaciones a largo plazo.
- Venta de acciones de capital.
- Endoso de cuentas por cobrar.
- El efectivo puede disminuir (desembolsarse) como resultado de operaciones

como son:

Actividades normales recurrentes, operaciones primordiales:

- pago de:
 - Nóminas y otros gastos de operación
 - Compras de mercancía al contado.
 - Intereses.
 - Cuentas por pagar.
 - Documentos por pagar.
 - Impuestos federales sobre la renta.
 - Dividendos en efectivo.

Compra de activo:

- Compra de activo no circulante.
- Pago de reparaciones extraordinarias a la planta y bienes del activo fijo.
- Compra de inversiones temporales.

Operaciones financieras:

- Pago de vencimientos a largo plazo.
- Retiro de acciones de capital.

--- Operaciones que no son en efectivo.

Al preparar el estado de flujo de efectivo es necesario eliminar el efecto de ajustes originales y de los asientos de diario de traspaso que no involucran una fuente o el uso de efectivo.

1. Reconocimiento de la depreciación, y la amortización.
2. Registro de los cargos por cuentas por cobrar incobrables.
3. Eliminación de cuentas por cobrar sin valor.
4. Aplicaciones de las utilidades no distribuidas.
5. Revaluación del activo no circulante.
6. Eliminación o reducción del valor en libros del activo no circulante.

También es necesario eliminar el efecto de los asientos de ajuste originales que se refieren a ingresos acumulados y diferidos y a los gastos, invirtiendo los mismos para mostrar las cuentas de ingresos y gastos sobre una base del efectivo.

Los ajustes para las transacciones que no son en efectivo no se registran en libros; se muestran por separado o se les trata de alguna otra manera con el fin de preparar el estado del flujo del efectivo.

Factores y limitaciones a considerar en su preparación.

En forma generica:

Disponibilidad y confiabilidad de la información fuente

Grado de especialización del personal responsable del mismo, periodicidad requerido y anticipación con que debe formularse, en relación a la época en que se aplicará.

En cuanto a las entradas de efectivo:

Fuentes y canales de financiamiento

Dispersión geográfica de la cartera y, conjuntamente con esto, tiempos de envío y recepción de valores y correspondencia.

Influencia del factor cliente para hacer sus pagos, como situación limitante en la exactitud del presupuesto.

En relación a los pagos:

Fijación de políticas de compras y pagos

Determinación de su flexibilidad y plazos de financiamiento

En cuanto a los elementos que conforman el flujo de efectivo, se tienen básicamente a los cuatro siguientes: saldo inicial y final, entradas y salidas de efectivo; el acomodo de los mismos depende directamente de factores tales como su disponibilidad, exigibilidad, importancia relativa.

Las normas que deben observarse en la formulación del presupuesto de efectivo son:

Definición de responsabilidades, políticas y procedimientos:

1.- Designar al ejecutivo financiero de la entidad como responsable directo de la formulación, actualización, control y funcionamiento de este presupuesto.

2.- Definir clara y objetivamente las políticas financieras.

3.- Establecer acuerdos con clientes, deudores, proveedores y acreedores, en relación a las políticas de cobros y pagos, respectivamente.

4.- Determinar el perfil del cliente que se desea tener.

5.- Fijar la imagen que se desea reflejar ante los acreedores.

6.- Definir la periodicidad mínima requerida para este tipo de presupuesto, en las circunstancias específicas de la entidad.

7.- Determinar el grado de flexibilidad deseado y los límites máximo y mínimo.

8.- Formular gráficas del flujo de entradas y salidas de efectivo. Determinación de recursos, tiempos y movimientos;

9.- Determinar los recursos internos y externos para llevar al cabo la cobranza, así como verificar la efectividad de los mismos, tanto en situaciones normales como en caso de cobros difíciles.

10.- Definir el plazo medio real de cobro.

11.- Selección de las fuentes de financiamiento.

12.- Ponderar el conflicto liquidez-utilidad.

13.- Fijar el saldo de efectivo ideal o necesario al final de cada periodo.

14.- Determinar el nivel de endeudamiento de la entidad, acorde con la capacidad generadora de efectivo.

partiendo de proyecciones como el presupuesto anual, el flujo de efectivo debe llegar casi necesariamente al detalle semanal. Podría decirse que una semana antes del inicio del mes en cuestión debe hacerse una primera revisión de las cifras anuales y, determinar con precisión las transacciones que se efectuarán en ese periodo; pero simultáneamente a esto, debe detallarse minuciosamente el flujo de la primera semana del mes, con información precisa acerca de qué cobros se harán y con qué otras entradas de efectivo definidas y probables puede contarse, así como qué pagos deben hacerse necesariamente y cuáles pueden formularse en forma opcional. Este proceso debe aplicarse recurrentemente cada semana para mantener una situación y estructura financiera sana.

CASO PRACTICO

La Empresa Cervecera El Gran reto, s.a., por espectativas a mejorar los proyectos de inversión en todas las áreas que intervienen en proceso productivo y de distribución del producto, por medio de la gerencia general se solicita al L.C. José Israel Elizondo Comacho como encargado del departamento de Contabilidad de Costos un estudio con respecto a lo importancia de invertir en determinados rubros que integran a los costos de distribución, analizando los diferentes gastos que intervienen y que por consiguiente puedan ser susceptibles de poder contribuir a incrementar la utilidad en la empresa. Para ello requerimos un reparte detallado de dicho trabajo para someterlo a diversos criterios y poder determinar de que manera se podrá apoyar a dicho proyecto.

En atención a su memorándum de fecha (x), le proporciono el resultado del estudio efectuada al renglón de costas de distribución, en el cual describimos detalladamente la clasificación de los diferentes gastos que intervienen, y como forman parte de los diferentes áreas administrativas como parte fundamental del costo del producto, también se proporciona el análisis de las variaciones determinadas por áreas y por productos, tomando como referencia de comparación el presupuesto expuesto con fecha (x), de igual manera se detallan los movimientos contables respectivos y el estado de Pérdidas y Ganancias analizado por producto.

Atentamente,

L.C. JOSE ISRAEL ELIZONDO CAMACHO

La Empresa cervecera El Gran Reto, S.A. realiza el estudio respecto a datos obtenidos del período del 1 al 31 de Enero 1996 para determinar la relevancia que tiene el renglón de costos de distribución como área en la obtención de utilidades, para ello se establecen datos presupuestados para compararlos contra reales y poder determinar las variaciones correspondientes.

CIFRAS MENSUALES PRESUPUESTADAS								CEDULA No. 1	
	UNIDADES	PRECIO	VENTAS	GASTO DE REPARTO	GASTO DE VENTA	GASTO DE ADMON.	GRAN TOTAL		
"A"	4,545,238	30.10	136,811,672.00	9%	12,313,050.48	8%	10,944,933.76	8%	34,202,918.00
"B"	4,042,698	21.15	85,507,295.00	9%	7,695,656.55	7%	5,985,510.65	7%	19,666,677.85
"C"	2,021,449	21.15	42,753,648.00	8%	3,420,291.84	7%	2,992,755.36	9%	10,260,875.52
"D"	6,718,430	14.00	94,058,025.00	9%	8,465,222.25	9%	8,465,222.25	7%	23,514,506.25
"E"	3,091,091	22.13	68,405,836.00	10%	6,840,583.60	5%	3,420,291.80	9%	16,417,400.64
TOTAL		(1)	427,536,476.00		38,734,804.72		31,808,713.62		33,518,859.72

CIFRAS MENSUALES REALES							
	UNIDADES	PRECIO	VENTAS	GASTO DE REPARTO	GASTO DE VENTA	GASTO DE ADMON.	GRAN TOTAL
"A"	4,120,771	28.67	118,966,672.00	9,930,685.00	7,755,497.00	4,274,052.00	21,960,234.00
"B"	4,121,828	18.04	74,354,170.00	8,331,678.00	5,722,186.00	3,546,282.00	17,500,146.00
"C"	2,060,814	18.04	37,177,085.00	4,665,839.00	5,861,093.00	5,023,141.00	15,550,073.00
"D"	6,296,350	12.99	81,789,586.00	8,284,846.00	8,894,404.00	4,750,910.00	21,910,160.00
"E"	2,747,498	21.65	59,483,336.00	7,465,343.00	5,377,749.00	6,637,026.00	20,480,118.00
TOTAL			371,770,849.00	38,658,391.00	34,610,929.00	24,231,411.00	97,500,731.00

CIFRAS APLICADAS EN BASE A PRESUPUESTOS									
			VENTAS	GASTO DE REPARTO	GASTO DE VENTA	GASTO DE ADMON.	GRAN TOTAL		
"A"			118,966,672.00	9%	10,707,000.48	8%	9,517,333.76	8%	29,741,668.00
"B"			74,354,170.00	9%	6,891,875.30	7%	5,204,791.90	7%	17,101,459.10
"C"			37,177,085.00	8%	2,974,186.80	7%	2,602,395.95	9%	8,922,500.40
"D"			81,789,586.00	9%	7,361,062.74	9%	7,361,062.74	7%	20,447,396.50
"E"			59,483,336.00	10%	5,948,333.60	5%	2,974,166.80	9%	14,276,000.64
TOTAL			371,770,849.00		33,682,439.92		27,659,751.15		29,146,834.57

Análisis de variaciones respecto a las cifras globales de los centros de costos (gastos de reparto, gastos de venta y gastos de administración) cédula No. 1 como partes integrantes del renglón de Costo de distribución.

GASTOS DE REPARTO

1.- Observando el comportamiento de las cifras en el renglón de costas de distribución tenemos que la proporción de ventas reales es menor en un 15 % a la presupuestada, mientras que los gastos de reparto, ventas y administración guardan una proporción similar a la presupuestada, esto nos indica que debemos estudiar de que manera se invirtió en los diferentes rubros que forman parte de los centros de costos para determinar cuales son los errores que influyen para la disminución de las ventas y poder aplicar medidas correctivas e implantar nuevos proyectos de inversión para alcanzar el objetivo de ventas.

2.- La aparente similitud de resultados globales de los gastos de reparto entre reales y presupuestados, no tendrían gran relevancia, pero si hacemos un análisis de las diferentes cuentas que componen este rubro encontramos que los gastos en sueldos, rayas y tiempo extra no alcanzaron el resultado esperado a lo presupuestado siendo que las condiciones inflacionarias no fueron estables, en cambio los impuestos y cuotas al I.M.S.S. se incrementaron, dando énfasis a que el patrón absorbería un porcentaje mayor en cuotas para que no se viera afectado el poder adquisitivo de su personal y de esta manera el trabajador tenga la confianza de poder mantener su nivel de trabajo.

3.- El incremento en los gastos de conservación de vehículos se refiere al hecho de mantener en buenas condiciones de servicio a los vehículos esto con la finalidad de abarcar mayores zonas de distribución del producto al igual que nos proporcione una mayor eficiencia en cuanto al tiempo de entrega del producto en las diferentes zonas.

4.- El rubro de campañas especiales se elevó considerablemente debido a eventos promocionales con los cuales se estimo un incremento de ventas en las distintas zonas de mercado, sin embargo el resultado fue contrario a lo esperado esto es resultado por efectos de la inflación en donde el mercado tuvo una contracción económica y por tanto el exceso de inversión en este renglón debe evitarse al grado de medir efectos inflacionarios para decidir en que periodos es factible lanzar una campaña de publicidad adecuada para apoyar la producción en las diferentes épocas del año.

GASTOS DE VENTA

5.- Respecto a los gastos de viaje observamos que lo real se eleva en un 17 % en comparación con lo presupuestado por lo cual la política que se debe de tomar es realizar programas y objetivos a seguir en cada una de las actividades que se desarrollen en cada viaje en donde se debe reducir el número de personal que asista a este programa de ventas.

6.- En conservación de equipo se proporciono el mantenimiento al equipo de computo al igual que se mejoro la distribución de (RED) esto con el fin de proporcionar una mejor paquetería a los sistemas ya integrados al equipo y poder controlar las operaciones de venta con los clientes en las distintas zonas, el incremento en este rubro fue del 57% real a lo presupuestado, por lo cual se sugiere que la inversión en sistemas de computo sea moderada ya que esta no justifica directamente un posible aumento en las utilidades pero si demuestra un error (por costo) como resultado de un mercado económico en constante fluctuación inflacionaria.

7.- El renglón de cuentas incobrables es un rubro al cual se debe poner atención siendo que representa el 91 % del importe total de este en comparación con el costo de

reporto que es del 9 % , debemos cuidar la tendencia a la alza en este renglón o de lo contrario tendremos una inversión estática la cual podríamos utilizar en otro concepto de mayor importancia, por tanto se recomienda establecer una política de cobro más eficaz para poder disminuir el saldo y mantenerlo en un nivel aceptable.

GASTOS DE ADMINISTRACION

8.- Encontramos que en el rubro de no deducibles representa el 75 % del total global del renglón como real, su incremento no justifica un posible aumento en la utilidad por lo cual se recomienda que aquellos gastos que puedan ser superfluos como son los de representación se controlen para evitar un círculo vicioso que se pudiera presentar.

El resultado obtenido del análisis de las variaciones en base a los datos de los gastos reales y presupuestados me da una clara visión respecto a la tendencia de aumento que tienen los costos de distribución y la importancia de estos en un análisis particular de los diferentes rubros que la integran es de considerar que una inadecuada aplicación de inversiones en los diferentes rubros puede establecer la diferencia entre un producto que es o no costeable y a su vez la impropiedad finalidad de algunas decisiones tomadas como posibles medidas para incrementar las utilidades, es de ahí que se desprende su importancia hoy en día ya que las empresas deben de establecer bases de control con políticas de inversión internas muy rígidas para poder delimitar las secciones en las cuales se debe de invertir e impulsar parte de las utilidades como resultado, ahora bien es marcada el aspecto en el que apesar de que las cifras de ventas reales son inferiores a las presupuestadas nos da la pauta para considerar que los gastos de reparto, gastos de venta y gastos de administración no están en función del nivel de ventas si no que estos gastos deben ser controlados de una manera específica para evitar desfalcos financieros.

**CONCENTRACION DE GASTOS FIJOS Y VARIABLES
PRESUPUESTADOS**

CORVENSA LA ESPANOLA, S.A. DISTRIBUCION DE GASTOS (CANTIDAD DE COSTOS)	COSTO DE REPARTO		GASTO DE VENTA		GASTO DE ADMINISTRACION		TOTAL DE GASTOS	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
Asueltos	3,864,321.00	0.00					3,864,321.00	0.00
Tiempo extra personal de confianza	3,868,348.00	385,678.00					3,868,348.00	385,678.00
Reyes	3,868,348.00	784,423.00					3,868,348.00	784,423.00
Vacaciones personal de confianza	1,104,518.00	0.00					1,104,518.00	0.00
Vacaciones personal de confianza	882,443.00	0.00					882,443.00	0.00
Gratificaciones personal de confianza	2,478,323.00	0.00					2,478,323.00	0.00
Gratificaciones personal de confianza	1,832,144.00	0.00					1,832,144.00	0.00
Salarios de rutina		100,387.00						100,387.00
Previdencia social	840,085.00		28,848.00		112,740.00		868,873.00	
Gastos de viaje		21,383.00		1,412,898.00		301,178.00		1,736,159.00
Pasajes		1,818.00		888.00		271,377.00		273,195.00
Seguros de vida	383,449.00			1,878,348.00		406,128.00		2,667,965.00
Seguros de daños	776,184.00		838,090.00		287,211.00		1,899,485.00	
Puertos	408.00						408.00	
Uniformes al personal	248,745.00						248,745.00	
Fondo de ahorro personal de confianza	580,782.00						580,782.00	
Indemnidad	945,812.00	818,284.00	2,261,730.00		784,978.00		3,992,794.00	818,284.00
Cuentas ahorro I.M.S.S.	1,118,112.00	802,880.00	2,234,848.00		1,802,875.00		4,964,435.00	802,880.00
Cuentas ahorro I.M.S.S.	737,388.00	812,428.00	2,792,422.00		2,088,229.00		6,328,137.00	812,428.00
1 % Cuotas	344,023.00	118,474.00	741,881.00		834,282.00		1,920,660.00	118,474.00
Impuestos y derechos	337,181.00		434,818.00		307,270.00		1,079,269.00	
Impuesto predial		340,484.00	832,848.00		471,732.00		1,645,064.00	340,484.00
Fondo de desarrollo y servicios funerarios	1,000.00						1,000.00	
Gastos y suscripciones	74,149.00		1,600,000.00		884,878.00		2,419,027.00	
Suscripciones y cursos de capacitación						1,608,885.00		1,608,885.00
Papeletería y artículos de escritorio		180,418.00		149,818.00		843,803.80		1,174,049.80
Correos, telégrafos y radiotelegrafos		136,248.72		167,721.00		832,348.00		1,136,317.72
Equipamiento telefónico	1,371,340.00		8,704.00		1,142,313.00		2,519,357.00	
Placas y tarjetas		1,010,812.00				1,000.80		1,011,812.80
Arrendamientos	881,473.00		1,967,864.00		47,863.00		2,897,199.00	
Costos de renta	128,775.00		12,891.00		894,844.00		1,046,510.00	
Conservación de equipo		784,731.00		1,300,748.00		872,881.00		3,058,360.00
Conservación de vehículos		432,988.00		524,125.00		618,485.00		1,575,608.00
Conservación de edificios	421,882.00	348,410.00		364,837.00		778,284.00		1,432,811.00
Energía eléctrica					489,030.72		489,030.72	
Combustibles y lubricantes		864,438.00		23,164.00		10,868.80		1,008,670.80
Pólizas indemnidad y/o servicios de seguridad	442,348.00				842,248.00		1,284,596.00	
Operación de fideicomiso		487,868.00					487,868.00	
Campañas electorales	1,832,421.00	864,982.00					2,697,403.00	
Sustancias para venta de productos		478,888.00					478,888.00	
Indemnidad no masiva		877,808.80					877,808.80	
Cine		116,127.00		785,308.00		2,314,244.00		3,195,679.00
No sustanciables		178,827.00		134,848.00		898,804.00		1,152,479.00
Diversos				8,844.00			8,844.00	
Comisiones sobre ventas	102,827.00		2,767,536.00				2,870,363.00	
Derechos de agua	269,841.00			18,081.00		845,862.00		1,133,784.00
Cuentas incobrables								
Consumos en restaurantes			2,337,482.00		7,964,770.00		10,302,252.00	
Honorarios profesionales								
Honorarios a amos								
Diversos					1,892,318.00		1,892,318.00	
Repares y sistemas eléctricos				442,277.82			442,277.82	
Equipo de protección		21,284.00			34,182.00		55,466.00	
Atenuación				26,862.00			26,862.00	
Consumo Internet de correo				227,678.00			227,678.00	
GRAN TOTAL	78,323,381.00	12,612,871.72	74,782,892.00	7,428,870.82	20,481,885.72	13,068,804.00	70,167,121.72	23,852,248.54

(2)

(2)

VOLUMEN DE VENTAS ESTIMADO	437,836,478.20	(1)
PRESUPUESTO DE COSTO DE DISTRIBUCION	104,962,378.28	(2)
COEFICIENTE POR PESO VENDIDO	104,962,378.28	0.2434
	427,874,100.92	

Este valor debe ser por cada peso de ventas totales
1.2434 no sirve de distribución.

CONCENTRACION DE GASTOS FJOS Y VARIABLES
REALES

CENVICERA LA EXPANSION, S.A. DISTRIBUCION DE GASTOS (CENTROS DE COSTOS)	COSTO DE				COSTO DE		COSTO DE		COSTO DE	
	REPARTO		VENTA		ADMINISTRACION		TOTAL DE		GASTOS	
	FJOS	VARIABLES	FJOS	VARIABLES	FJOS	VARIABLES	FJOS	VARIABLES	FJOS	VARIABLES
Sueldos	3,842,331.00								3,842,331.00	0.00
Tiempo extra personal de confianza		177,878.00							0.00	177,878.00
Reyes	2,668,872.00	1,737,438.00							2,668,872.00	1,737,438.00
Tiempo extra personal sindicalizado		662,498.00							0.00	662,498.00
Vacaciones personal de confianza	887,388.00								887,388.00	0.00
Vacaciones personal sindicalizado	488,321.00								488,321.00	0.00
Gratuificaciones personal de confianza	1,968,448.00								1,968,448.00	0.00
Gratuificaciones personal sindicalizado	838,874.00								838,874.00	0.00
Utilidad de reserva		114,287.00							0.00	114,287.00
Provisiones sueldo	484,801.00		38,948.00						717,789.00	0.00
Gastos de viaje		22,362.00		1,702,988.00	212,340.00			201,128.00	0.00	1,927,477.00
Puestos		2,818.00		889.00				258,277.00	0.00	271,861.00
Seguros de vida	423,443.00			1,260,178.00	808,128.00			1,058,888.00	1,260,178.00	0.00
Seguros de enfermedades	871,184.00				387,211.00			2,000,488.00	0.00	2,871,672.00
Financas	408.00		1,738,080.00					408.00	0.00	1,738,488.00
Utilidades al personal	88,748.00							88,748.00	0.00	88,748.00
Fondo de ahorro personal sindicalizado	880,783.00							880,783.00	0.00	880,783.00
Intereses	824,814.00	812,287.00	2,487,720.00		868,828.00			3,941,182.00	812,287.00	0.00
Costo ahorro I.M.S.S.	984,832.00	868,842.00	2,424,848.00		801,872.00			3,880,862.00	868,842.00	0.00
Costo personal I.M.S.S.	1,137,248.00	2,012,428.00	2,812,422.00		2,008,288.00			1,241,087.00	2,012,428.00	0.00
1 % Cuotas	220,023.00	118,474.00	841,881.00		178,263.00			1,241,087.00	118,474.00	0.00
Impuestos y derechos	827,181.00		874,818.00		207,220.00			1,384,920.00	0.00	2,212,101.00
Impuestos profusa	8,000.00	340,484.00	838,848.00		171,222.00			1,107,878.00	340,484.00	0.00
Fondo de dotaciones y servicios funerarios								8,000.00	0.00	8,000.00
Costos y subsidios	28,148.00		1,890,008.00		388,878.00			2,402,032.00	0.00	2,430,180.00
Suministros y otros de capacitación		180,216.00		248,818.00				408,000.00	0.00	591,034.00
Repuestos y unidades de recambio		38,248.00		77,731.00				782,268.00	0.00	1,248,898.00
Carros, taxis y transporte			8,704.00		1,142,372.00			402,248.00	0.00	874,216.00
Depreciación inventario	1,371,248.00							0.00	2,819,267.00	0.00
Flotas y accesorios		1,822,812.00						785.00	0.00	1,823,707.00
Arrendamientos	880,864.00		1,809,744.00		37,200.00			2,405,808.00	0.00	4,239,756.00
Gastos de mano	128,778.00		32,181.00		838,844.00			788,810.00	0.00	1,067,619.00
Compraventa de equis		484,731.00		2,200,748.00				372,881.00	0.00	3,158,071.00
Compraventa de vehículos		882,888.00		228,481.00				328,848.00	0.00	1,434,217.00
Compraventa de edificios		820,243.00		12,088.00				82,284.00	0.00	914,708.00
Equipos electrónicos	422,832.00				289,010.00			882,882.00	0.00	1,311,714.00
Equipos electrónicos y herramientas		1,014,877.00		148,084.00			7,884.00	0.00	1,170,865.00	0.00
Poliza Industrial y/o servicios de seguridad	842,248.00				442,248.00			688,492.00	0.00	1,530,740.00
Omnibus de mano		887,848.00						0.00	887,848.00	0.00
Compras especiales		2,084,982.00						0.00	2,084,982.00	0.00
Exclusivos para venta de productos	2,288,874.00							2,288,874.00	0.00	4,577,756.00
PUBLICIDAD		1,878,898.00						0.00	1,878,898.00	0.00
Costo		377,808.00						0.00	377,808.00	0.00
No deducibles				788,208.00			2,314,248.00	0.00	277,808.00	0.00
Otrosos		178,827.00		1,124,808.00			971,804.00	0.00	2,274,439.00	0.00
Comisiones sobre ventas				8,844.00				0.00	8,844.00	0.00
Derechos de agua	102,827.00							102,827.00	0.00	205,654.00
Cuentas de servicios	248,841.00		2,772,231.00					3,042,772.00	0.00	3,291,616.00
Consumo en restaurantes				18,081.00			842,892.00	0.00	860,973.00	0.00
Honorarios profesionales			2,817,487.00		7,888,770.00		278,200.00	18,882,217.00	0.00	29,058,467.00
Honorarios al comercio					302,000.00			302,000.00	0.00	604,000.00
Derechos				442,222.00				282,218.00	0.00	724,440.00
Registros y subvenciones								0.00	442,222.00	0.00
Equipos de protección			1,384.00		28,182.00			28,528.00	0.00	29,912.00
Amortización				10,872.00				0.00	10,872.00	0.00
Consumo interno de servicios				219,878.00				482,482.00	0.00	702,360.00
								0.00	0.00	0.00
GRAN TOTAL	22,700,110.00	16,829,281.00	28,848,878.00	8,784,284.00	18,438,472.00	7,782,882.00	68,834,107.00	22,916,824.00		

VOLUMEN DE VENTAS REAL	371,770,848.00
COSTO DE DISTRIBUCION REAL	87,800,731.00
COEFICIENTE POR PESO VENDIDO	0.236

Este cuadro muestra los gastos por cada peso de venta teniendo en cuenta el 1.823 de gastos de distribución.

Determinación de los movimientos contables en base a los diferentes centros de costos (reparto, venta, gastos de administración) que conforman el renglón de costos de distribución como parte del proceso de producción.

ASIENTOS CONTABLES

----- 1 -----

Costo de distribución Gastos de reparto

PRODUCTO "A"	10,707,000.48	\$ 33,682,438.92
PRODUCTO "B"	6,691,875.30	
PRODUCTO "C"	2,974,166.80	
PRODUCTO "D"	7,361,062.74	
PRODUCTO "E"	5,948,333.60	
TOTAL	33,682,438.92	

Costo de distribución Gastos de venta

PRODUCTO "A"	9,517,333.76	\$ 27,659,751.15
PRODUCTO "B"	5,204,791.90	
PRODUCTO "C"	2,602,395.95	
PRODUCTO "D"	7,361,062.74	
PRODUCTO "E"	2,974,166.80	
TOTAL	27,659,751.15	

Costo de distribución Gastos de administración

PRODUCTO "A"	9,517,333.76	\$ 29,146,834.57
PRODUCTO "B"	5,204,791.90	
PRODUCTO "C"	3,345,937.65	
PRODUCTO "D"	5,725,271.02	
PRODUCTO "E"	5,353,500.24	
TOTAL	29,146,834.57	

Gastos de reparto aplicados	33,682,438.92
Gastos de venta aplicados	27,659,751.15
Gastos de administración aplicados	29,146,834.57

**COSTO DE DISTRIBUCION APLICADOS SOBRE VENTAS REALES
CONTRA PRESUPUESTADO**

----- 2 -----

Gastos reales de reparto	38,058,391.00
Gastos reales de venta	34,610,929.00
Gastos reales de administracion	24,231,411.00

Varias cuentas	97,500,731.00
----------------	---------------

REGISTRO DE GASTOS REALES DEL PERIODO

----- 3 -----

Gastos de reparto aplicados	33,682,438.92
Gastos de venta aplicados	27,659,751.15
Gastos de administracion aplicados	29,146,834.57

Gastos de reparto reales	33,682,438.92
Gastos de venta reales	27,659,751.15
Gastos de administracion reales	29,146,834.57

**TRASPASO DE LAS CUENTAS DE GASTOS APLICADOS
A LAS CUENTAS DE GASTOS REALES**

----- 4 -----

Variaciones en gastos de reparto	4,975,952.08
Variaciones en gastos de venta	6,951,177.85
Variaciones en gastos de administración	4,915,423.57

Variación gastos de reparto	4,975,952.08
Variación gastos de venta	6,951,177.85
Variación gastos de administración	4,915,423.57

**REGISTRO DE LAS VARIACIONES ENTRE GASTOS DE DISTRIBUCION
REALES Y APLICADOS**

----- 5 -----

Perdidas y Ganancias	11,927,129.93
Variacion en gastos de administración	4,915,423.57

Variación en gastos de reparto	4,975,952.08
Variación en gastos de venta	6,951,177.85
Variación en gastos de administración	4,915,423.57

TRASPASO DE VARIACIONES A LA CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

REGISTRO DE ASIENTOS CONTABLES EN T'S DE MAYOR

COSTO DE DISTRIBUCION GASTOS DE REPARTO	
1)	33,682,438.92

COSTO DE DISTRIBUCION GASTOS DE VENTA	
1)	27,659,751.15

COSTO DE DISTRIBUCION GASTOS DE ADMINISTRACION	
1)	29,146,834.57

GASTOS DE REPARTO APLICADOS	
3)	33,682,438.92
	33,682,438.92 (1)

GASTOS DE VENTA APLICADOS	
3)	27,659,751.15
	27,659,751.15 (1)

GASTOS DE ADMINISTRACION APLICADOS	
3)	29,146,834.57
	29,146,834.57 (1)

GASTOS DE REPARTO REALES	
2)	38,658,391.00
	33,682,438.92 (3)
	4,975,952.08 (4)
	<u>38,658,391.00</u>
	<u>38,658,391.00</u>

GASTOS DE VENTA REALES	
2)	34,610,929.00
	27,659,751.15 (3)
	6,951,177.85 (4)
	<u>34,610,929.00</u>
	<u>34,610,929.00</u>

GASTOS DE ADMINISTRACION REALES	
2)	24,231,411.00
	29,146,834.57 (3)
	4,915,423.57 (4)
	<u>29,146,834.57</u>
	<u>29,146,834.57</u>

VARIAS CUENTAS	
	87,600,731.00 (1)

PERDIDAS Y GANANCIAS	
6)	4,975,952.08
6)	8,951,177.85
	<u>11,927,129.93</u>
	<u>7,011,706.38</u>

VARIACION GASTOS DE REPARTO	
	4,975,952.08 (5)
	4,975,052.08 (6)

VARIACION GASTOS DE VENTA	
4)	6,951,177.85
	6,951,177.85 (5)

VARIACION GASTOS DE ADMINISTRACION	
6)	4,915,423.57
	4,915,423.57 (4)

Comparativo de variaciones reales contra aplicadas para determinar su efecto por tipo de producto.

VARIACIONES

EN GASTOS DE REPARTO

	REALES	APLICADOS	VARIACION	
PRODUCTO "A"	9,930,685.00	10,707,000.48	(776,315.48)	(1)
PRODUCTO "B"	8,331,678.00	6,691,875.30	1,639,802.70	(2)
PRODUCTO "C"	4,665,839.00	2,974,166.80	1,691,672.20	(3)
PRODUCTO "D"	8,264,846.00	7,361,062.74	903,783.26	(4)
PRODUCTO "E"	7,465,343.00	5,948,333.60	1,517,009.40	(5)
TOTAL	38,658,391.00	33,682,438.92	4,975,952.08	

EN GASTOS DE VENTA

	REALES	APLICADOS	VARIACION	
PRODUCTO "A"	7,755,497.00	9,517,333.76	(1,761,836.76)	(6)
PRODUCTO "B"	5,722,186.00	5,204,791.90	517,394.10	(7)
PRODUCTO "C"	5,861,093.00	2,602,395.95	3,258,697.05	(8)
PRODUCTO "D"	8,694,404.00	7,361,062.74	1,533,341.26	(9)
PRODUCTO "E"	6,377,749.00	2,974,166.80	3,403,582.20	(10)
TOTAL	34,610,929.00	27,659,751.15	6,951,177.85	

EN GASTOS DE ADMINISTRACION

	REALES	APLICADOS	VARIACION	
PRODUCTO "A"	4,274,052.00	9,517,333.76	(5,243,281.76)	(11)
PRODUCTO "B"	3,546,282.00	5,204,791.90	(1,658,509.90)	(12)
PRODUCTO "C"	5,023,141.00	3,345,937.65	1,677,203.35	(13)
PRODUCTO "D"	4,750,910.00	5,725,271.02	(974,361.02)	(14)
PRODUCTO "E"	6,637,026.00	5,353,500.24	1,283,525.76	(15)
TOTAL	24,231,411.00	29,146,634.57	(4,915,423.57)	

ANALISIS DE VARIACIONES

(Los movimientos se reflejan en la cedula No. 4)

EN GASTOS DE REPARTO**PRODUCTO A**

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	12,313,050.48		
Cantidad real	<u>9,930,685.00</u>		
Insuficiencia	2,382,365.48		(2,382,365.48)

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	4,545,238.00		
Unidades vendidas	<u>4,120,771.00</u>		
Dif. en vta.	424,467.00	(l. a \$ 2.709c/u)	1,149,881.84

Compensacion por diferencia

vr. de 4,120,771 u. a \$ 28.87 (real)	\$ 118,966,672.00		
vr. de 4,120,771 u. a \$ 30.10 (presup.)	<u>\$ 124,035,207.10</u>		
total de variación	\$ (5,068,535.10)	al 9%	(456,168.16)

\$ 2.709 representan el estándar unitario o sea el 9% sobre \$ 30.10
 de venta (776,315.48) (1)

PRODUCTO B

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	7,695,656.55		
Cantidad real	<u>8,331,678.00</u>		
Exceso	(636,021.45)		636,021.45

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	4,042,898.00		
Unidades vendidas	<u>4,121,628.00</u>		
Dif. en vta.	(78,730.00)	U. a \$ 1.903c/u	(149,862.43)

Compensacion por diferencia

vr. de 4,121,628 u. a \$ 18.04 (real)	74,354,169.12		
vr. de 4,121,628 u. a \$ 21.15 (presup.)	<u>87,172,432.20</u>		
total de variación	(12,818,263.08)	al 9%	(1,153,643.68)

\$ 1.903 representan el estándar unitario o sea el 9% sobre \$ 21.15
 de venta 1,639,602.70 (2)

PRODUCTO C

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	3,420,291.84	
Cantidad real	<u>4,665,839.00</u>	
Exceso	(1,245,547.16)	1,245,547.16

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	2,021,449.00	
Unidades vendidas	<u>2,060,814.00</u>	
Dif. en vta.	(39,365.00) U. a \$ 1.892c/u	(68,605.48)

Compensación por diferencia

vr. de 2,060,814 u. a \$ 18.04 (real)	37,177,084.56	
vr. de 2,060,814 u. a \$ 21.15 (presup.)	<u>43,586,216.10</u>	
total de variación	(6,409,131.54)	al 8% (512,730.52)

\$ 1.692 representan el estándar unitario o sea el 8% sobre \$ 21.15 de venta 1,691,672.20 (3)

PRODUCTO D

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	8,485,222.25	
Cantidad real	<u>8,284,846.00</u>	
Insuficiencia	200,376.25	(200,378.25)

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	6,718,430.00	
Unidades vendidas	<u>6,298,350.00</u>	
Dif. en vta.	422,080.00 U. a \$ 1.260c/u	531,621.29

Compensación por diferencia

vr. de 6,298,350 u. a \$ 12.95 (real)	81,789,588.50	
vr. de 6,298,350 u. a \$ 14.00 (presup.)	<u>88,146,900.00</u>	
total de variación	(6,359,313.50)	al 9% (572,338.22)

\$ 1.260 representan el estándar unitario o sea el 9% sobre \$ 14.00 de venta 903,783.26 (4)

PRODUCTO E			
En presupuesto:			
Cantidad presupuesta	6,840,583.60		
Cantidad real	<u>7,465,343.00</u>		
Insuficiencia	(624,759.40)		024,759.40
En eficiencia operativa:			
Unidades presupuestas a vender	3,091,091.00		
Unidades vendidas	<u>2,747,498.00</u>		
Dif. en vta.	343,593.00	U. a \$ 2.213c/u	760,370.10
Compensacion por diferencia			
vr. de 2,747,498 u. a \$ 21.65 (real)	59,483,331.70		
vr. de 2,747,498 u. a \$ 22.13 (presup.)	<u>60,802,130.74</u>		
total de variación	(1,318,799.04)	al 10%	(131,879.90)
\$ 2.213 representan el estándar unitario o sea el 10% sobre \$ 22.13 de venta			<u>1,617,009.40</u> (5)

**EN GASTOS DE VENTA
PRODUCTO A**

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	10,944,933.76		
Cantidad real	<u>7,755,497.00</u>		
Insuficiencia		<u>3,189,436.76</u>	(3,189,436.76)

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	4,545,238.00		
Unidades vendidas	<u>4,120,771.00</u>		
Dif. en vta.		<u>424,467.00</u>	U. a \$ 2.408c/u 1,022,116.14

Compensacion por diferencia

vr. de 4,120,771 u. a \$ 28.87 (real)	\$ 118,968,658.77		
vr. de 4,120,771 u. a \$ 30.10 (presup.)	<u>\$ 124,035,207.10</u>		
total de variación		<u>\$ (5,068,548.33)</u>	al 8% (406,483.87)

\$ 2.408 representan el estándar unitario o sea el 8% sobre \$ 30.10 de venta (1,761,836.76) (6)

PRODUCTO B

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	5,985,510.65		
Cantidad real	<u>5,722,186.00</u>		
Insuficiencia		<u>283,324.65</u>	(283,324.65)

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	4,042,898.00		
Unidades vendidas	<u>4,121,628.00</u>		
Dif. en vta.		<u>(78,730.00)</u>	U. a \$ 1.480c/u (116,559.67)

Compensacion por diferencia

vr. de 4,121,628 u. a \$ 18.04 (real)	74,354,169.12		
vr. de 4,121,628 u. a \$ 21.15 (presup.)	<u>87,172,432.20</u>		
total de variación		<u>(12,818,263.08)</u>	al 7% (897,278.42)

\$ 1.480 representan el estándar unitario o sea el 7% sobre \$ 21.15 de venta 517,394.10 (7)

PRODUCTO C

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	2,992,756.36	
Cantidad real	<u>5,861,093.00</u>	
Exceso	(2,868,337.64)	2,868,337.64

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	2,021,449.00	
Unidades vendidas	<u>2,060,814.00</u>	
Dif. en vta.	(39,365.00)	U. a \$ 1.480c/u (58,279.80)

Compensacion por diferencia

vr. de 2,060,814 u. a \$ 18.04 (real)	37,177,084.56	
vr. de 2,060,814 u. a \$ 21.15 (presup.)	<u>43,586,216.10</u>	
total de variación	(6,409,131.54)	al 7% (448,639.21)

\$ 1.480 representan el estándar unitario o sea el 7% sobre \$ 21.15 de venta 3,258,697.06 (8)

PRODUCTO D

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	8,465,222.25	
Cantidad real	<u>8,894,404.00</u>	
Exceso	(429,181.75)	429,181.75

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	6,718,430.00	
Unidades vendidas	<u>8,296,350.00</u>	
Dif. en vta.	422,080.00	U. a \$ 1.260c/u 531,821.29

Compensacion por diferencia

vr. de 8,296,350 u. a \$ 12.99 (real)	81,789,588.50	
vr. de 8,296,350 u. a \$ 14.00 (presup.)	<u>88,148,900.00</u>	
total de variación	(6,359,313.50)	al 9% (572,338.22)

\$ 1.260 representan el estándar unitario o sea el 9% sobre \$ 14.00 de venta 1,533,341.26 (9)

PRODUCTO E

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	3,420,291.80	
Cantidad real	<u>6,377,749.00</u>	
Insuficiencia	(2,957,457.20)	2,957,457.20

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	3,091,091.00	
Unidades vendidas	<u>2,747,498.00</u>	
Dif. en vta.	343,593.00	U. a \$ 1.106c/u 380,185.04

Compensacion por diferencia

vr. de 2,747,498 u. a \$ 21.65 (real)	59,483,331.70	
vr. de 2,747,498 u. a \$ 22.13 (presup.)	<u>60,802,130.74</u>	
total de variación	(1,318,799.04)	al 5% (65,939.95)

¢ 1.106 representan el estándar unitario o sea el 5% sobre ¢ 22.13 de venta

3,403,682.20 (10)

EN GASTOS DE ADMINISTRACION

PRODUCTO A

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	10,944,933.76		
Cantidad real	<u>4,274,052.00</u>		
Insuficiencia			(6,670,881.76)

En eficiencia operativa:

		2.4080	
Unidades presupuestas a vender	4,545,238.00		
Unidades vendidas	<u>4,120,771.00</u>		
Dif. en vta.		U. a \$ 2.408c/u	1,022,116.14

Compensacion por diferencia

vr. de 4,120,771 u. a \$ 28.87 (real)	\$ 118,966,658.77		
vr. de 4,120,771 u. a \$ 30.10 (presup.)	<u>\$ 124,036,207.10</u>		
total de variación		al 8%	(405,483.87)

\$ 2.408 representan el estándar unitario o sea el 8% sobre \$ 30.10 de venta (5,243,281.76) (11)

PRODUCTO B

En presupuesto:

Cantidad presupuesta	5,985,510.65		
Cantidad real	<u>3,546,282.00</u>		
Insuficiencia			(2,439,228.65)

En eficiencia operativa:

Unidades presupuestas a vender	4,042,898.00		
Unidades vendidas	<u>4,121,628.00</u>		
Dif. en vta.		U. a \$ 1.480c/u	(116,559.67)

Compensacion por diferencia

vr. de 4,121,628 u. a \$ 18.04 (real)	74,354,169.12		
vr. de 4,121,628 u. a \$ 21.15 (presup.)	<u>87,172,432.20</u>		
total de variación		al 7%	(897,278.42)

\$ 1.480 representan el estándar unitario o sea el 7% sobre \$ 21.15 de venta (1,658,509.90) (12)

PRODUCTO C			
En presupuesto:			
Cantidad presupuesta	3,847,828.32		
Cantidad real	<u>5,023,141.00</u>		
Exceso	(1,175,312.68)		1,175,312.68
En eficiencia operativa:		1.90350	
Unidades presupuestas a vender	2,021,449.00		
Unidades vendidas	<u>2,060,814.00</u>		
Dif. en vta.	(39,365.00)	U. a \$ 1.903c/u	(74,931.17)
Compensacion por diferencia			
vr. de 2,060,814 u. a \$ 18.04 (real)	37,177,084.56		
vr. de 2,060,814 u. a \$ 21.15 (presup.)	<u>43,586,216.10</u>		
total de variación	(6,409,131.54)	al 9%	(576,821.84)
\$ 1.903 representan el estándar unitario o sea el 9% sobre \$ 21.15 de venta			<u>1,677,203.35</u> (13)

PRODUCTO D			
En presupuesto:			
Cantidad presupuesta	8,584,061.75		
Cantidad real	<u>4,750,910.00</u>		
insuficiencia	1,833,151.75		(1,833,151.75)
En eficiencia operativa:		0.9800	
Unidades presupuestas a vender	6,718,430.00		
Unidades vendidas	<u>6,296,350.00</u>		
Dif. en vta.	422,080.00	U. a \$ 0.98c/u	413,638.79
Compensacion por diferencia			
vr. de 6,296,350 u. a \$ 12.99 (real)	81,789,586.50		
vr. de 6,296,350 u. a \$ 14.00 (presup.)	<u>88,148,900.00</u>		
total de variación	(6,359,313.50)	al 7%	(445,151.95)
\$ 0.98 representan el estándar unitario o sea el 7% sobre \$ 14.00 de venta			<u>(974,361.02)</u> (14)

PRODUCTO E			
En presupuesto:			
Cantidad presupuesta	6,156,525.24		
Cantidad real	<u>6,637,026.00</u>		
exceso	(480,500.76)		480,500.76
En eficiencia operativa:			
Unidades presupuestas a vender	3,091,091.00		
Unidades vendidas	<u>2,747,498.00</u>		
Dif. en vta.	343,593.00	U. a \$ 1.991c/u	684,333.09
Compensacion por diferencia			
vr. de 2,747,498 u. a \$ 21.65 (real)	59,483,331.70		
vr. de 2,747,498 u. a \$ 22.13 (presup.)	<u>60,802,130.74</u>		
total de variación	(1,318,799.04)	al 9%	(118,691.91)
			<hr/>
\$ 1.991 representan el estándar unitario o sea el 8% sobre \$ 22.13 de venta			<u>1,283,525.76</u> (15)

LA EMPRESA CERVECERA X S.A.
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS
ANALIZADO POR PRODUCTO

		Totales	Producto "A"	Producto "B"	Producto "C"	Producto "D"	Producto "E"
Ventas	(*)	371,770,849.00	118,966,672.00	74,354,170.00	37,177,085.00	81,789,586.00	59,483,336.00
Costo de venta	(**)	236,659,031.00	74,365,781.00	53,436,898.00	19,456,752.00	53,948,321.00	35,451,279.00
Utilidad bruta		135,111,818.00	44,600,891.00	20,917,272.00	17,720,333.00	27,841,265.00	24,032,057.00
Costo de distribución estándar	(***)						
Reparto		33,682,438.92	10,707,000.48	6,691,875.30	2,974,166.80	7,361,062.74	5,948,333.60
Oficina de ventas		27,659,751.15	9,517,333.76	5,204,791.80	2,652,395.95	7,361,062.74	2,974,166.80
Oficina de administración		29,146,834.57	9,517,333.76	5,204,791.90	3,345,937.65	5,725,271.02	5,353,500.24
Sumas:		90,489,024.64	29,741,668.00	17,101,459.10	6,922,500.40	20,447,396.50	14,276,000.64
Utilidad de operación		44,622,793.36	14,859,223.00	3,815,812.90	8,797,832.60	7,393,868.50	9,756,056.36
Menos:							
Variaciones al costo estándar de distribución	(****)						
En gastos de reparto		4,975,952.08	(776,315.48)	1,639,802.70	1,691,672.20	903,789.26	1,517,003.40
En gastos oficina de ventas		6,951,177.85	(1,761,836.76)	517,394.10	3,259,897.05	1,633,341.26	3,403,582.20
En gastos oficina de administración		(4,915,423.57)	(5,243,281.76)	(1,658,509.90)	1,677,203.35	(674,361.02)	1,283,525.76
Sumas:		7,011,706.36	(7,781,434.00)	458,686.90	6,627,572.60	1,452,769.50	5,204,117.36
Utilidad neta		37,611,087.00	22,640,657.00	3,317,126.00	2,170,260.00	5,931,105.00	3,551,939.00

(*) Ventas reales por producto y centro de costos CEDULA No. 1

(**) Costo de venta por producto y centro de costo CEDULA No. 5

(***) Ventas aplicadas por producto y centro de costo CEDULA No. 1

(****) Determinación de variaciones por producto y centro de costo CEDULA No. 4

CONCLUSION

Dentro de este análisis expongo la importancia que hay respecto a un estudio minucioso dentro de las diversas áreas que componen a una empresa tanto productiva como administrativa de donde la obtención de datos precisos, verídicos y confiables podrán ayudarnos para poder prever deficiencias en el proceso de desarrollo de una empresa; no obstante deberemos recalcar que todo avance económico dentro de un mercado de competencia hace necesario dirigir nuestra atención a mejorar técnicas, políticas, tecnología y llevar nuestra imaginación más allá de lo simple y elemental.

Gran parte de los negocios en la actualidad al parecer no les es importante el considerar que el cliente desea tener en sus manos un mejor producto, en calidad, precio y tiempo, ya que están tan encasillados en la idea de pensar que el cliente busca lo económico y no la calidad de un producto; esta manera de razonamiento deberá de cambiar en el ámbito industrial ya que hoy en día el consumidor ya no es el mismo personaje desconocedor de las ventajas y desventajas de un producto y se hace aún más consciente en pensar y razonar que la calidad representa el precio y que el precio representa la calidad de un producto, pero no podemos dejar de escapar el que esta idea se interprete de una forma equivocada en el sentido de considerar el que si un producto es en su precio elevado por consiguiente debe de ser de buena calidad, ya que no podemos ser crédulos al considerar a muchos industriales honestos, más sin embargo, debemos de realizar pruebas con ciertos productos para identificar su calidad y después valorarlo en precio como consumidor y de esta manera elegir el más adecuado.

Es necesario invertir sin tener que sacrificar la calidad, un precio que sea competitivo o el tiempo de entrega al consumidor, de esta manera tratamos de hacer referencia al hecho de pensar que los posibles planes de inversión no solamente se efectúan de manera externa sino que es indispensable buscar nuevas formas de minimizar costos en todas aquellas fases

del proceso de producción y distribución del producto, ¿Porqué esto? ya que mediante este enfoque esta visto que se puede invertir desde el punto de vista interno es decir mejorando equipo y eliminando gastos superfluos, por ejemplo desde el punto de vista de la distribución del producto ya que su tendencia de los costos de distribución es de aumento en donde encontramos diversos conceptos de gastos que la integran, es evidente que en toda industria existen gastos que normalmente son innecesarios pero que sin embargo forman parte del costo de un producto; ahora bien, si el estudio y análisis de una área en específico nos arrojará datos que determine como resultado la parte que incrementa los utilidades, también podríamos identificar las áreas que reducen esta misma y que por consiguiente dicho análisis nos encaminaría a proyectar nuestras inversiones hacia las faces importantes de la producción o distribución del producto y de esta forma podemos percatarnos si dicho proyecto nos permite mantener o aumentar las precios de venta de manera proporcional para ser competitivo dentro de el mercado o también nos puede dar la pauta para poder determinar si la producción y distribución de un artículo es o no rentable para la empresa, y así conferir una mayor atención en cuanto a inversión se refiere o definitivamente se elimina este del mercado.

De ésta manera observamos que hoy infinidad de maneras de invertir sin tener que sacrificar los objetivos elementales para la venta de un producto y así poderlo hacer competitivo o rentable; ahora bien estos estudios y análisis no serian posibles si no hacemos uso del conocimiento referente a la contabilidad de costos siendo esta una rama muy importante en el ámbito contable, pudiendo decir de manera global que los costos son una rama de la contabilidad general que analiza y descompone en sus elementos (materia prima, mano de obra y gastos de fabricación) a los costos de extracción, transformación y distribución; esta definición de costos nos abre las puertas para un sin fin de análisis y estudios respecto a cualquier face o sección del proceso productivo o de distribución ya que su importancia crece dia con dia por las diversas necesidades que requieren las industrias en

la actualidad, por ello es la inquietud de analizar cual es la repercusión que tienen hoy en día el constante crecimiento de los costos de distribución en una empresa cervecera como parte importante en la determinación de utilidades para que de esta manera se pueda establecer un control más estricto en cuanto a ellos y podemos de una manera más segura decidir de que manera podríamos implementar nuevas reglas, políticas, objetivos y presupuesto planes de inversión para poder incrementar la utilidad por la venta de un producto determinado o en definitiva eliminarlo del mercado por su costo elevado y poca demanda.

El crecimiento constante de la industria cervecera a marcado una gran necesidad de mejorar el control de las operaciones productivas y distributivas de su producto, por lo cual ha comenzado a desarrollar técnicas y procedimientos más eficientes que puedan canalizar la información de cada centro de costos, y de esta manera poder determinar y aislar las secciones en las que se pueden aplicar inversiones para mejorar las utilidades y controlar los gastos .

Basandome en las necesidades de una empresa cervecera en mi opinión expongo que: en el constante desarrollo de esta industria la necesidad de distribuir su producto requiere métodos, políticas y procedimientos más específicos y por lo tanto considero que los costos de distribución es una sección muy importante para poder proyectar inversiones adecuadas y distribuir el producto con mayor eficiencia, en menor tiempo y mejor precio, dentro de ello debemos determinar las variaciones entre los costos reales y presupuestados los cuales se verán afectados por el volumen de ventas de un período y por tanto se debero hacer con periodicidad para poder aplicar medidas correctivas, en caso de que las desviaciones sean desfavorables.

Si el análisis para plantear un proyecto de inversión por medio de los costos de distribución nos ayuda a obtener una visión más específica de la derivación de utilidades, al igual que esto se complementa con los resultados de otras áreas entonces podremos tomar el

criterio de estudiar todas las áreas que conforman a una industria y de esta manera obtener información aún más confiable y específica para la toma de decisiones y mejorar las inversiones que benefician la venta del producto tal como lo representa dicho caso práctico.

1.- El crecimiento constante de la industria cervecera a marcado una gran necesidad de mejorar el control de las operaciones productivas y distributivas de su producto, por lo cual ha comenzado a desarrollar técnicas y procedimientos más eficientes que puedan canalizar la información de cada centro de costos y de esta manera poder determinar y las secciones en las que se puedan aplicar inversiones para mejorar las utilidades y controlar los gastos.

2.- Observando las necesidades de una empresa cervecera en mi opinión expongo que: en el constante desarrollo de esta industria la necesidad de distribuir su producto requiere métodos, políticas, y procedimientos más específicos y por lo tanto considero que los costos de distribución es una sección muy importante para poder proyectar inversiones adecuadas y distribuir el producto con mayor eficiencia, en menor tiempo, y un mejor precio, dentro de ello debemos determinar las variaciones entre los costos reales y presupuestados los cuales se verán afectados por el volumen de ventas de un periodo y por tanto se deberá hacer con periodicidad para poder aplicar medidas correctivas en caso de que las desviaciones sean desfavorables.

3.- Este análisis para determinar un proyecto de inversión por medio de los costos de distribución nos ayuda a obtener una visión más específica de la derivación de las utilidades y saber de que manera se conforma esto por otras áreas y en que proporción, y de ahí que se desprenda el criterio de estudiar todas las áreas que componen a una industria y de esta manera obtener información aún más confiable y específica para la toma de decisiones y mejorar las inversiones que benefician la venta del producto.

BIBLIOGRAFIA

- ... Principios de contabilidad generalmente aceptados
Instituto Mexicano de Contadores Publicos, a.c. Edicion 1994

- ... Costos II (Predeterminados)
Cristóbal del Río González Ed. ECASA U.N.A.M.

- ... Costos III (Variable, de distribución, administración y toma de decisiones)
Cristóbal del Río González Ed. ECASA U.N.A.M.

- ... Contabilidad de Costos II
Jaime A. Acosta Altamirano México, D.F.

- ... Contabilidad de Costos IV
Jaime A. Acosta Altamirano México, D.F.

- ... Contabilidad de Costos
Ernesto Reyes Pérez 2 do. curso Ed. LIMUSA

- ... Equilibrio Financiera de las Empresas
Enrique Zamorano Instituto Mexicano de Contadores Publicos, a.c.

- ... Contabilidad de Sociedades
Manuel Reza Garcia Ed. ECASA

- ... Inversiones (Práctica, metodología, estrategia y filosofía)
Martín Marmolejo González Instituto Mexicano de Ejecutivo de Finanzas, a.c.

- ... Planeación financiera y presupuestos
R.W. Johnson R.W. Melicher Ed. CECOSA

- ... Planeación y control de costos
Du filly Roberto Ed. Michel Ed. Trillas