

Gasolineras: Tratamiento Contable y Gestión de Costos.

Dra. Ana Laura Rivas P.

The image features a green rectangular overlay containing the COFIDE logo. The logo consists of the word "COFIDE" in a large, white, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to its upper right. Below "COFIDE" is the text "CAPACITACIÓN EMPRESARIAL" in a smaller, white, sans-serif font. The background of the entire slide is a photograph of a man in a grey blazer standing in a meeting room, gesturing with his right hand. In the foreground, there is a wooden desk with two laptops displaying charts and data, and some papers.

COFIDE[®]
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

Módulo III

Tratamiento Contable y Gestión de Costos en Gasolineras.

1.- Marco contable

Postulados básicos

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

2.- Tratamiento contable de los ingresos y gastos

- Ingresos
- Gastos
- Cotos
 - Clasificación de los Costos
- Normas de reconocimiento
- Normas de valuación
- Normas de presentación
- Normas de revelación



Módulo III

Tratamiento Contable y Gestión de Costos en Gasolineras.

3.- Gestión de los Inventarios

- Administración de Inventarios
- Valuación de Inventarios
- Métodos y fórmulas para control y valuación de Inventarios
 - Reconocimiento inicial – (Métodos de Valuación de Inventario) -Costo de adquisición.
 - Reconocimiento posterior (Fórmulas de asignación del Costo) – Costo Promedio

4.- Control de Inventarios

- Inventario Teórico
- Inventario Físico
- Sistema de control volumétrico

5.-Sistema de costos de los combustibles.

- Introducción a los sistemas de costos (Campo de Aplicación, Fecha de cálculo, Método de Costeo)
- Sistema de costos Histórico, Estándar, Absorbente
- Centros de Costos
- Planificación de Recursos Empresariales (Enterprise Resource Planning -ERP)
- Direccionamiento de Costos Fijos y Costos Variables
- Fuentes de información para un sistema de costos

Módulo III

Tratamiento Contable y Gestión de Costos en Gasolineras.

6.- Control Interno para el manejo de combustibles.

- Control Interno
- Los costos en la teoría del valor
- El costo de la Calidad
- Análisis de Costo – volumen –utilidad
 - Margen de contribución
 - Punto de Equilibrio
- Variables que impactan el costo unitario

7.- Conciliación entre entradas y salidas de combustibles.

- Gestión de la operación (entradas – salidas) para uso de la información en la toma de decisiones.
- Control y registro de las operaciones

8.- Conclusiones.

- Balanced Scorecard (BSC)
- Perspectivas del BSC
- KPI's

TEMA 1

Marco Contable

Estado de Resultados Integral Por línea de producto

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

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

Relación de la Contabilidad de **Costos** :

Contabilidad **Financiera** y Contabilidad **Administrativa**



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

Contabilidad de Costos

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

- Los costos de **adquisición, producción, venta, distribución, administración, financiamiento**.
- Satisface los objetivos del costeo para la contabilidad tanto financiera como administrativa.
- Cooperar a **fortalecer** los **mecanismos de coordinación y apoyo** entre todas las áreas (**compras, producción, capital humano, finanzas, ventas, distribución**), para el logro de los objetivos.
- **Determinar costos unitarios** – establecer estrategias – ventaja competitiva.



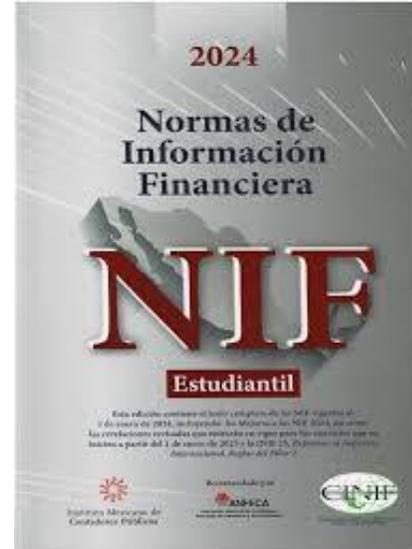
Contabilidad de Costos

- **Generar informes** para medir correctamente la utilidad, proporcionando el **costo de ventas correcto**.
- **Valuar los inventarios** (materia prima, producción en proceso, artículos terminados) para el estudio de situaciones financieras.
- Contribuir a **mejorar los resultados operativos y financieros** , propiciando el ingreso a procesos de mejora continua.
- Proporcionar información a la administración para ayudar en la planeación , control y toma de decisiones.
- Ofrecer información para la toma de decisiones.
- **Generar** información para **determinar resultados por línea de negocio , productos, centros de costos**.
- **Ayudar a la administración** en el proceso del **mejoramiento continuo**, eliminando las actividades o procesos que no generan valor.
- Revisar las actividades que se desarrollan en la empresa , identificando las que realmente **generan valor al proceso productivo** y las que **no agregan valor**.

1.-Marco Contable

NIF- A-1

- Son los **fundamentos** en los cuales **debe basarse** el **reconocimiento contable** de las transacciones y otros **eventos** que **afectan económicamente** a la entidad y dan la pauta para explicar “**en qué momento**” y “**cómo**” deben reconocerse estos.
- Los **postulados básicos** vinculan al **sistema de información contable** con el **entorno** en el que opera la **entidad**.
- Son la **esencia** misma de las **normas particulares** y deben aplicarse a todos los **estados financieros**.



Postulados Básicos NIF- A

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



Sustancia Económica NIF- A-1

- **Sustancia económica.- captación de la esencia económica de las transacciones y otros eventos que afectan a la entidad.**

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

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



Entidad Económica

NIF- A-1

- **Entidad económica.- Identifica y delimita la unidad por la que obligatoriamente deben presentarse estados financieros.**

La entidad económica es identificable cuando su **personalidad** es **independiente** de la de sus propietarios o patrocinadores, así como de otras entidades y, además:

- a) Tiene un **conjunto de recursos**, con estructura y operación propios, encaminados al cumplimiento de fines específicos; y
- b) se asocian con un **único centro** de control que toma decisiones sobre actividades relevantes con respecto al logro de fines específicos



Negocio en Marcha

NIF- A-1

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

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

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



Devengación Contable

NIF- A-1

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

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



Asociación de costos y gastos con ingresos

NIF- A-1

- **Asociación de costos y gastos con ingresos.** Una entidad **debe asociar**, en el **mismo periodo contable**, los **costos y gastos** con los **ingresos** que les son relativos, cuando se encuentren devengados, **independientemente** de la fecha en que se realicen.



Valuación NIF- A-1

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

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



Dualidad económica

NIF- A-1

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

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



Consistencia

NIF- A-1

- **Consistencia.** Las operaciones similares, se deben registrar bajo los mismos criterios. La entidad debe seguir un mismo tratamiento contable en transacciones u otros eventos similares, el cual debe permanecer a través del tiempo, en tanto no cambie la sustancia económica de dichas transacciones y eventos.

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



TEMA 2

Tratamiento contable de los Ingresos y gastos

2.-Tratamiento contable de los Ingresos y gastos

- **VENTAS O INGRESOS NETOS (NIF B-3):**

Este rubro se integra principalmente por los **ingresos** que **genera una entidad** por la venta de inventarios, la prestación de servicios o por cualquier otro concepto que se derive de sus actividades de operación y que representan la principal fuente de ingresos para la entidad.



Tratamiento contable de los Ingresos y gastos

- **COSTOS Y GASTOS**

- Incluye los costos y gastos relativos a las actividades de operación de una entidad y que se identifican con las ventas o ingresos, netos. (NIF B-3)
- Se refiere a que el costo y el gasto **deben** reconocerse **contablemente** en el **periodo** en el que puedan asociarse con el ingreso relativo.
- El costo y el gasto representan el esfuerzo económico efectuado por la administración para alcanzar sus logros y generar ingresos.



COSTO

- **COSTO**
- Es el valor de los **recursos** que se **entregan** o prometen entregar a **cambio** de un **bien** o un **servicio** adquirido por la entidad, con la intención de generar ingresos.
- Cuando los costos tienen un **potencial** para generar ingresos en el **futuro**, representan un **activo**.



Costo de Compra

- El **costo de compra** de los artículos en **inventarios** debe **incluir el precio de compra erogado en la adquisición, los derechos de importación y otros impuestos** (diferentes a aquéllos que posteriormente la entidad recupera de las autoridades impositivas), **los costos de transporte, almacenaje, manejo, seguros** y todos los otros **costos y gastos** directamente atribuibles a la adquisición de artículos **terminados, materiales y servicios**.

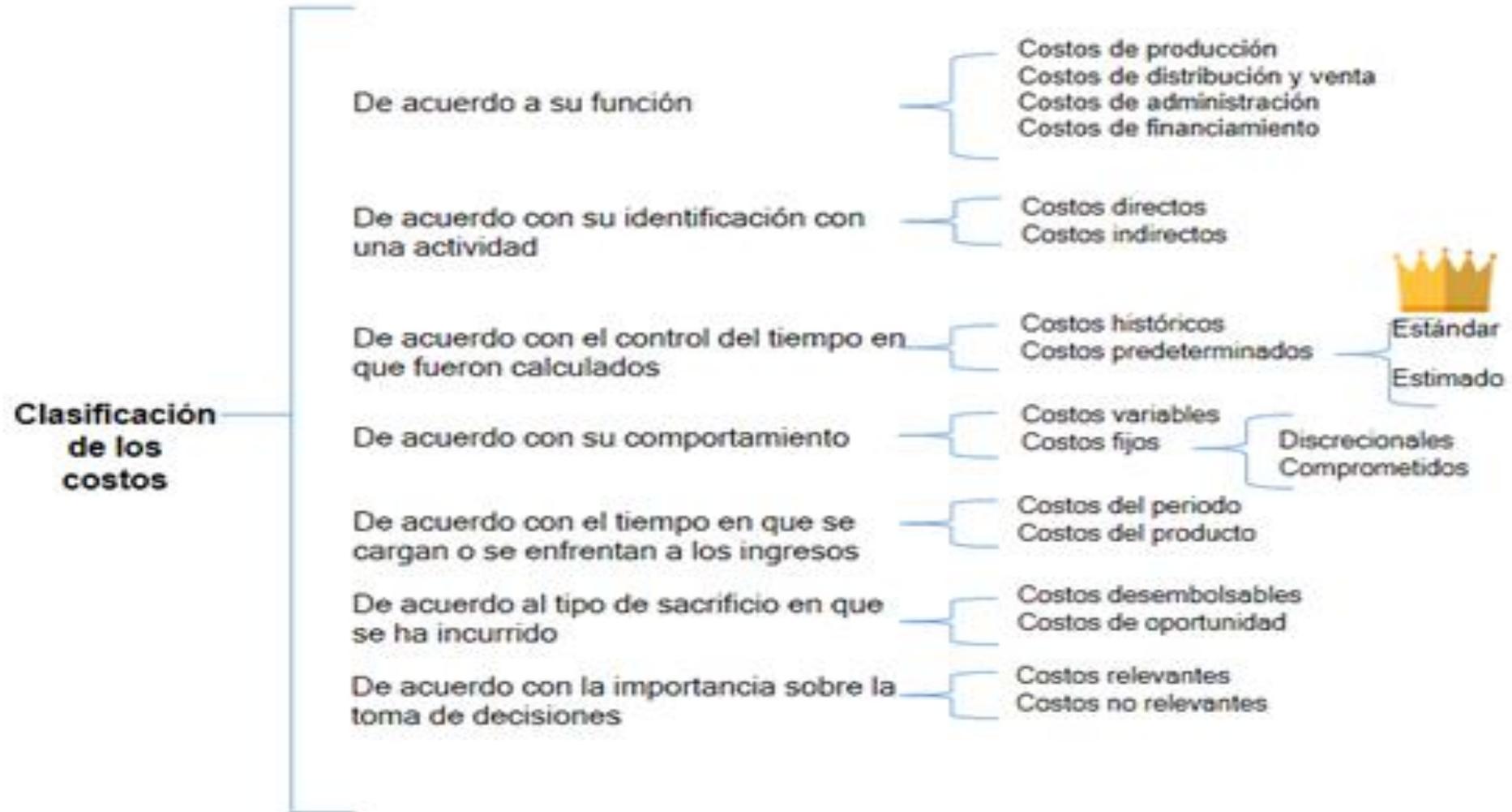


Costo de Producción

- El costo de producción (de **fabricación** o de **transformación**) representa el **importe** de los distintos **elementos del costo** que se originan para dejar **un artículo disponible** para su **venta** o para ser **usado** en un **posterior proceso de fabricación**.
- El costo de producción **incluye** los **costos relacionados directamente** con las **unidades producidas**, tales **como materia prima y/o materiales directos** y **mano de obra directa**, también comprende los **gastos indirectos de producción, fijos y variables**, que se incurren para producir los artículos terminados.



Clasificación de los Costos



Reconocimiento y valuación de los elementos de los Estados Financieros

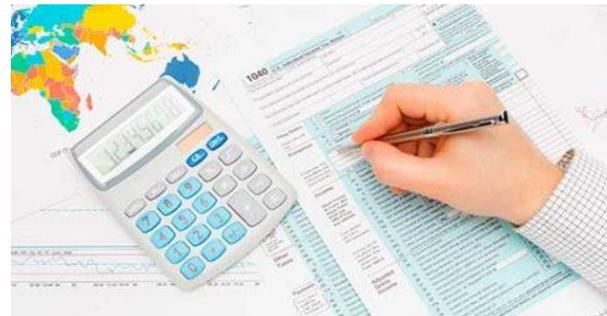
El reconocimiento contable es el proceso que consiste en **valuar, presentar y revelar**, esto es incorporar de **manera formal** en el sistema de información contable, los **efectos** de las **transacciones, transformaciones** internas que realiza una entidad y otros eventos, que la han **afectado económicamente**,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

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

Normas de reconocimiento

Es el proceso de **capturar**, para su **inclusión** en el estado de **situación financiera** o en el **estado de resultado integral**, una **partida devengada** que cumple la definición de uno de los elementos de los estados financieros (activo, pasivo, capital contable, ingreso, costos o gastos).

La relevancia y la representación fiel del elemento en algunos de los estados financieros (solo o como parte de otras partidas) tanto conceptual como **numéricamente**; por tanto, debe cuantificarse en términos monetarios e incluirse en uno o más totales del estado financiero correspondiente.



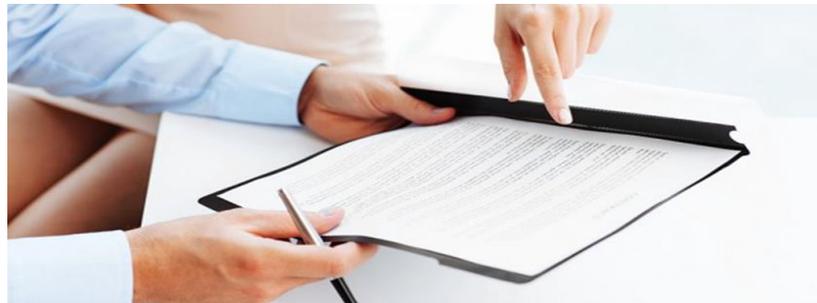
Normas de valuación

- Es el proceso de **cuantificar, en términos monetarios**, los activos, pasivos, capital contable, ingresos, costos y gastos de una entidad.
- Las transacciones y otros eventos que afectaron económicamente a la entidad deben **cuantificarse en términos monetarios**, atendiendo a la base de valuación que mejor represente su sustancia económica.



Normas de Presentación y revelación

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



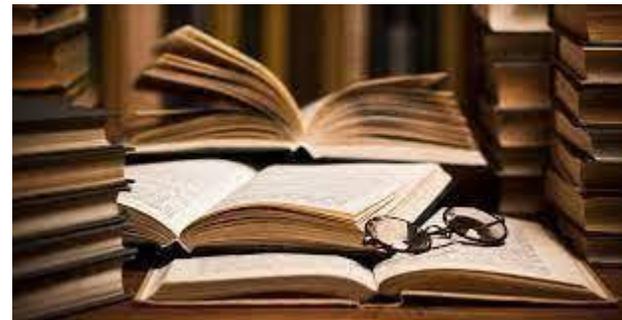
Normas de Presentación y revelación

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



Normas de supletoriedad

- Existe **supletoriedad** cuando la **ausencia de NIF** es cubierta por otro conjunto de **normas formalmente establecido**.
- Ante la **ausencia** de una NIF particular y de **criterios de reconocimiento, valuación, presentación y revelación** en el Marco Conceptual aplicables a una transacción u otro evento, una entidad debe **aplicar** como **supletorias** las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).
- Sólo en caso de que las NIIF no den solución al reconocimiento contable, se podrá optar por una norma supletoria que pertenezca a cualquier otro esquema normativo, siempre que esa norma cumpla con todos los requisitos para una norma supletoria señalados en esta NIF y, en el caso de existir varios marcos normativos que puedan ser supletorios, debe aplicarse el juicio profesional para seleccionar el más apropiado con base en un criterio prudencial.
- Como ejemplo de lo anterior, puede mencionarse la normativa emitida por el Consejo de Normas de Contabilidad Financiera de Estados Unidos de América (Financial Accounting Standards Board, FASB), en su Codificación de Normas Contables (Accounting Standards Codification, ASC).



TEMA 3

Gestión de Inventarios

3.- Gestión de Inventarios

- Los inventarios son las **mercancías, artículos y derechos** pertenecientes a una persona, empresa... **para comercializar**, permitiendo la compra y venta o la fabricación antes de su venta ,en un periodo determinado.
- Los inventarios comprenden artículos adquiridos y que se mantienen para ser vendidos.(NIF- C - 4)
- Los inventarios **deben valuarse** a su **costo**.
- El costo de los inventarios debe **comprender** todos los **costos de compra y producción** en que se haya incurrido para darles su ubicación y condición actuales.



- En una empresa industrial son los **bienes** de una empresa **destinados** a la **producción de artículos** para su **posterior venta**, tales como **materias primas**, **producción en proceso**, **artículos terminados** ,y otros materiales que se utilicen en el empaque o las refacciones...
- En nuestro caso son los:
- Combustibles
- Productos automotrices.- Aceites, Aditivos, Anticongelantes, limpia parabrisas, bandas.



Objetivo - NIF C-4

- Establecer las **normas de valuación, presentación y revelación** para el reconocimiento **inicial y posterior** de los **inventarios** en el **estado de posición financiera** de una entidad económica.
- **Reconocimiento contable** de los **inventarios** : **importe** de costo que debe **reconocerse** como un **activo** y **diferirse** como tal hasta el momento en que **se vendan**.



Administración de Inventarios

- La **administración** de los inventarios es de gran importancia a fin de proporcionar el **mejor servicio** a los clientes y optimizar los costos.
- **Procedimientos y técnicas** que tienen por objeto, **establecer, mantener** las **cantidades** más **rentables, convenientes** de los **inventarios** (Materia Prima, Producción en Proceso. Artículos Terminados), **minimizando** los **costos**, para lograr contribuir al **logro** de los **objetivos** de la empresa.
- Es importante **evitar** tener **pedidos atrasados** o **falta de artículos** en bodega, ya que tendríamos como **consecuencia** que el **cliente** se vaya a la **competencia** ---- por ello, la **administración de los inventarios** nos **lleva** a proporcionar **oportunamente** el bien o servicio deseado (calidad específica, cantidades apropiadas) por el cliente.



Administración de Inventarios

- El **costo de mantener los inventarios** es afectado directamente por la **experiencia, habilidad** con que se **controlen y administren** los diversos niveles de inventarios. (costo de capital invertido, equipo de almacenaje, costo del espacio de las bodegas, seguros , renta etc.)
- El **costo del inventario comprado o manufacturado** necesita ser **determinado**.
- Este **costo es retenido** en las **cuentas de inventario** de la empresa **hasta** que el producto es **vendido**.
- La administración de inventarios es un punto determinante en el manejo estratégico de toda organización .



Tareas de la administración de Inventarios

- Precisar el **método** de registro
- **Rotación** de los inventarios
- **Controles** de Inventarios (cantidades a ordenar, producir...)
- Asegurar la **disponibilidad de inventarios** en el momento justo... (JIT)
- Nivel de **Inventario de seguridad** – Reservas optimas para la operación.
- **Espacio** necesario para la recepción del producto en el momento programado.

La gasolina **siempre** debe estar **abastecida**, con un buen nivel de inventarios, ya que una estación de servicio es lo que **ofrece, el combustible...** y de no estar abastecida totalmente en sus inventarios, podría perder al cliente y eso **repercute en los ingresos -- utilidad.**



Valuación de Inventarios

- Los métodos de valoración o métodos de **valuación de inventarios** son técnicas utilizadas con el objetivo de seleccionar y aplicar una base específica para **valuar** los **inventarios** en términos monetarios.
- Es la **valuación** y **registro** de los bienes (**inventarios**) pertenecientes a una empresa, a los que le ha invertido parte del capital de la misma, y que **están** a **disposición** para la **producción/venta** de bienes y servicios, cuya inversión solo se puede recuperar cuando son vendidos en su estado original o cuando se encuentran integrados a un producto terminado o semiterminado.



Métodos y fórmulas para control y valuación de Inventarios.

Reconocimiento Inicial- (Métodos de Valuación de Inventarios)

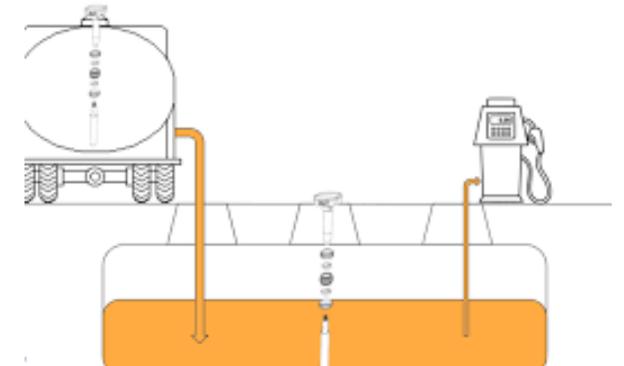
Son un conjunto de procedimientos que se utilizan para valorar los inventarios.

La **determinación del costo de los inventarios** debe hacerse sobre la base de alguno de los siguientes **métodos de valuación**:

1. Costo de adquisición.

2. Costo estándar.

3. Detallista



Adquisición

- Es el **importe pagado de efectivo o equivalentes** por un activo o servicio al momento de su **adquisición**.



Detallista

- El método de **valuación de inventarios** que se **utiliza** principalmente en **empresas con grandes volúmenes de productos con márgenes de utilidad bruta similares y alta rotación**, como **supermercados o tiendas departamentales**.
- En lugar de llevar un control detallado del costo de cada artículo, este método **valúa el inventario a precios de venta** y luego **deduce un margen de utilidad** para obtener el **costo**.



Standard

- El costo estándar **se determina anticipadamente** y en esta determinación se toman en consideración los **niveles** normales de utilización de **materia prima**, materiales, **mano de obra** y **gastos de fabricación** y la eficiencia y la utilización de la capacidad de producción instalada.
- Las cuotas de costo estándar se revisan periódicamente, y deben ajustarse a la luz de las circunstancias actuales.



Reconocimiento posterior (Fórmulas de asignación del Costo)

Establece **tres** formulas de asignación del costo:

1- Costos promedio

2. Primeras entradas primeras salidas (PEPS)

3. Costos identificados

$$\text{Costo Promedio} = \frac{\text{Saldo}}{\text{Existencia}}$$



Costos Promedio

- De acuerdo con la fórmula de costos promedio, el costo de cada artículo debe determinarse mediante el **promedio** del **costo** de **artículos** similares al inicio de un periodo, **adicionando** el costo de artículos similares comprados o producidos durante éste.
- El promedio puede calcularse **periódicamente** o a medida en que **entren** nuevos **artículos** al **inventario**, ya sea **adquiridos** o **producidos**.



Costos Promedio

- Este método requiere calcular el **costo promedio unitario** de los artículos en el **inventario** inicial más los **compras** hechas en el **periodo** contable.
- En base a este **costo promedio** unitario se determina tanto el **costo de ventas** (producción) como el **inventario final** del periodo.
- El **costo unitario promedio** se determina **dividiendo** el **valor total** entre el **total de unidades**.
- Las **salidas de almacén** se **valúan** a **este costo hasta** que se **efectúe** una **nueva compra**, y en **ese momento se realiza** un **nuevo cálculo** del **costo unitario promedio**.
- El **nuevo costo** resulta de dividir el **saldo monetario** entre las **unidades en existencia**, por lo cual las **salidas** que se realicen después de esta nueva compra se valúan a este **nuevo costo**.



Planteamiento de ejemplo:

El 01 de Julio se reciben 200 litros a un costo unitario de 15.-

El 04 de Julio se reciben 200 litros a un costo unitario de 15.50

El 06 de Julio se reciben 200 litros a un costo unitario de 15.80-

El 12 de Julio se venden 190 litros

El 18 de Julio se venden 230 litros

El 20 de Julio se reciben 225 litros a un costo unitario de 15.60-

El 28 de Julio se venden 210 litros

Costos Promedio

Mar- Vella S.A.de C.V.

Auxiliar de Inventarios

COSTOS PROMEDIO

Material : MAGNA

Unidad: Litros

Existencias Máximas:

Periodo:

Clave: 1001-003

Nombre del Proveedor:

Existencias Mínimas:

FECHA	DESCRIPCIÓN	UNIDADES			COSTO		IMPORTE		
		ENTRADA	SALIDA	EXISTENCIA	UNITARIO	PROMEDIO	DEBE	HABER	SALDO
01/07/2025	ENTRADA	200		200	15.00	15.00	3,000.00		3,000.00
04/07/2025	ENTRADA	200		400	15.50	15.25	3,100.00		6,100.00
06/07/2025	ENTRADA	200		600	15.80	15.43	3,160.00		9,260.00
12/07/2025	SALIDA		190	410		15.43	-	2,932.33	6,327.67
18/07/2025	SALIDA		230	180		15.43	-	3,549.67	2,778.00
20/07/2025	ENTRADA	225		405	15.60	15.53	3,510.00		6,288.00
28/07/2025	SALIDA		210	195		15.53	-	3,260.44	3,027.56

El inventario final queda valuado:

195 unidades a 15.53 por unidad = 3,027.56 pesos

Primeras entradas – primeras salidas (PEPS)

- La fórmula “**PEPS**” se basa en la suposición de que **los primeros artículos en entrar al almacén o a la producción son los primeros en salir**; por lo que las **existencias al finalizar cada ejercicio quedan reconocidas a los últimos precios de adquisición o de producción**.
- Mientras que **en resultados los costos de venta son los que corresponden al inventario inicial y a las primeras compras o costos de producción del ejercicio**.



Primeras entradas – primeras salidas (PEPS)

- El **manejo físico** de los artículos **no necesariamente** tiene que coincidir con la **forma** en que se **asigna** su **costo** y para lograr una correcta asignación bajo la fórmula **PEPS** deben establecerse y **controlarse** capas del inventario según las **fechas de adquisición** o **producción** de éste.
- Se basa en el supuesto de que los primeros materiales en entrar al almacén son los primeros en salir de él , por lo tanto los materiales de adquisición más antiguos son los primeros en utilizarse.



Primeras entradas – primeras salidas (PEPS)

Mar- Vella S.A.de C.V.

Auxiliar de Inventarios

Primeras entradas, primeras salidas (PEPS)

Material : MAGNA

Unidad: Litros

Existencias Máximas:

Periodo:

Clave: 1001-003

Nombre del Proveedor:

Existencias Mínimas:

FECHA	DESCRIPCIÓN	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS	
		UNIDADES	COSTOS		UNIDADES	COSTO		UNIDADES	IMPORTE
			UNITARIO	TOTAL		UNITARIO	TOTAL		
01/07/2025	ENTRADA	200	15.00	3,000.00				200	3,000.00
04/07/2025	ENTRADA	200	15.50	3,100.00				400	6,100.00
06/07/2025	ENTRADA	200	15.80	3,160.00				600	9,260.00
12/07/2025	SALIDA				190	15.00	2,850.00	410	6,410.00
18/07/2025	SALIDA				10	15.00	150.00	400	6,260.00
18/07/2025	SALIDA				200	15.50	3,100.00	200	3,160.00
18/07/2025	SALIDA				20	15.80	316.00	180	2,844.00
20/07/2025	ENTRADA	225	15.60	3,510.00				405	6,354.00
28/07/2025	SALIDA				180	15.80	2,844.00	225	3,510.00
28/07/2025	SALIDA				30	15.60	468.00	195	3,042.00

El inventario final queda valuado a los últimos costos, las primeras compras se han ido agotando según la operación.

195 unidades a 15.60 por unidad = 3,042.- pesos

Identificado

- El costo de los inventarios de partidas que normalmente **no son intercambiables** entre sí y de **artículos o servicios producidos** y segregados para proyectos específicos **debe** asignarse utilizando la **identificación específica** de sus **costos individuales**.
- La identificación específica significa **asignar** los **costos** a partidas individuales del **inventario**.
- Este es el tratamiento **apropiado** para **partidas** que se segregan para un **proyecto específico**, sin tomar en cuenta si esas partidas fueron compradas o producidas por la entidad.
- Cada **artículo vendido** y cada **unidad** que queda en el inventario están **individualmente identificadas**.



Identificado

Inventario inicial de materiales:

	Unidades	CU	Total
Materia Prima "A"	8	380.00	3,040.00

Compra de materiales

1A.COMPRA DE "B"	5	220.00	1,100.00
2A. COMPRA DE "C"	7	250.00	1,750.00
3A COMPRA DE "D"	9	280.00	2,520.00
TOTAL	21		5,370.00

Venta de materiales

A PRECIO IDENTIFICADO DE II	4 unidades de "A" a 380.- c/u	1,520.00
APRECIO IDENTIFICADO 1A.COMPRA	3 unidades de "B" a 220.- c/u	660.00
APRECIO IDENTIFICADO 2A.COMPRA	5 unidades de "C" a 250.- c/u	1,250.00
APRECIO IDENTIFICADO 3A.COMPRA	6 unidades de "D" a 280.- c/u	1,680.00
		5,110.00

Existencias

Materia Prima "A"	4 unidades de "A" a 380.- c/u	1,520.00
Materia Prima "B"	2 unidades de "B" a 220.- c/u	440.00
Materia Prima "C"	2 unidades de "C" a 250.- c/u	500.00
Materia Prima "D"	3 unidades de "D" a 280.- c/u	840.00
	Total	3,300.00

Inventario Final , valuado a costo identificado

Identificado

Almacen de materiales	
3,040.00	5,110.00
1,100.00	
1,750.00	
2,520.00	
8,410.00	5,110.00
3,300.00	

BANCOS	29,000.00	
VENTA		25,000.00
IVA TRASLADADO		4,000.00
COSTO DE VENTAS	5,110.00	
ALMACEN		5,110.00

Registro de la venta a costo identificado

TEMA 4

Control de Inventarios

4.- Control de Inventarios

La gestión de los **inventarios** se refiere a todos los procesos que contribuyen al **abastecimiento** , **accesibilidad** y **almacenamiento** de sus productos. Teniendo como objetivo: **minimizar** los tiempos y costos relacionados con el manejo del mismo.

Es un mecanismo a través del cual, la organización **administra** de manera **eficiente** el **movimiento** y **almacenamiento** de mercancía, así como el flujo de información y recursos que resultan de ello para una correcta **toma de decisiones**.

El control se encarga de **medir** y **evaluar** el **desempeño**, la **productividad** en las organizaciones, **establecer** medidas **preventivas y/o correctivas** que permiten el logro de metas , permitiendo un análisis de las desviaciones, así como de sus causas, optimizando costos, tiempo, recursos.



Inventario teórico

Inventario físico

Inventario teórico ,se compone de:

- Las facturas de entrada, de los abastos que hace el proveedor a tu tanque
- Las bitácoras de despacho de combustible o reporte del sistema
- Registro de los totales de cada turno

Inventario Físico: Mide el nivel físico de los tanques

Manual: Vara de medición manual, permite medir la altura hasta donde llega la humedad del combustible y en eso se apoyan para medir el volumen (litros que tiene el tanque).

Mirilla: Manguera transparente, que refleja el nivel del líquido en el tanque.

Sistemas de sensores de medición: Sensor de Nivel (OCIO de PIUSI, DUT-E o un OLE de UK): Introduce una sonda en el tanque que determina el nivel en forma automática, obteniendo el volumen en litros.



Sistema de control Volumétrico

Sistema de Control Volumétrico : Conjunto de dispositivos electrónicos y mecánicos que miden las entradas y las salidas de combustibles en las estaciones de servicio al publico.

Unidad central de control – Servidor

Equipo de tele medición en tanques – Consolas

Dispensarios – Bombas

Impresoras emisoras de comprobantes – Terminales de tickets



Sistema de control Volumétrico

Las **mediciones** realizadas por los **controles volumétricos** tienen por fin la generación de archivos – en un formato y por un periodo determinado.

Reportes que arroja:

- EXI (Existencias): Información de los tanques y su contenido.
- ATQ (Alarma en Tanque): Tanques inhabilitados/rehabilitados en el periodo.
- REC (Recepción en Tanque): Recepción de Producto en los Tanques.
- VTA (Ventas en Dispensarios): Ventas y Jarreos emitidos por los dispensarios.
- ADI (Alarma en Dispensarios): Mangueras inhabilitadas/rehabilitadas de un dispensario.
- TQS (Tanques): Características de los tanques (Fondaje, capacidad operativa, etc.). Solo cuando exista incorporación, sustitución o baja de los equipos.
- DIS (Dispensarios): Características de los Dispensarios. Solo cuando exista incorporación, sustitución o baja de los equipos.

El inventario del Tanque = Inventario Inicial (saldo que tiene el tanque) + Entradas del Proveedor – Despachos de Combustible.

Sistema de control Volumétrico

Las estaciones cuentan con cilindros llamados **jarras** , que utilizan como medida de control para hacer un **auto jarreo** para verificación de los **litros**, y controlar los márgenes de error que da Profeco, y evitar que en las revisiones lleguen a parar alguna bomba.

Holograma de calibración

Un requerimiento principal de las estaciones de servicio es **conocer** en todo momento la **cantidad** de **inventario** existente en los tanques de almacenamiento de los combustibles que se comercializan.



TEMA 5

Sistema de Costos de los combustibles

5.- Sistema de Costos de los combustibles

- Los sistemas de costos son un conjunto de **procedimientos, técnicas, registros e informes estructurados** sobre la base de la teoría de la partida doble y otros principios técnicos que tienen como **objetivo** la **determinación** de los **costos unitarios** de **producción** y el **control** de las **operaciones fabriles** efectuadas.
- Apoya a los procesos de control, evaluación y toma de decisiones.



Introducción a los sistemas de costos

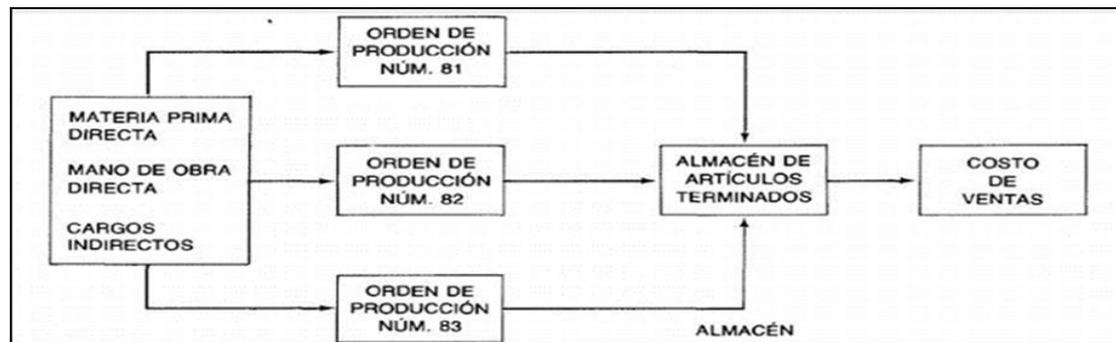
Pueden clasificarse:

- **El campo de aplicación:**
 - Por órdenes
 - Por procesos;
- **La fecha de cálculo:**
 - Costos **históricos**
 - Costos predeterminados: **Estándar**- Estimado
- **El método de costeo:**
 - **Absorbente**
 - Directo.



Costo por órdenes

- El sistema de **costos por órdenes** de fabricación, también conocido bajo el nombre de **costos por órdenes específicas de producción, lotes de trabajo, pedidos de los clientes**.
- Se **caracteriza** porque **cada** uno de los **costos incurridos** dentro del **proceso productivo** se puede **identificar directamente** con el **producto** y por lo tanto, **se le asigna a la orden que lo genera**.
- **Carácter interrumpido**
- **Lotificado**
- **Diversificado**
- Unidad realizada se efectúa **bajo solicitudes y especificaciones del cliente**



Costo por Procesos

- El sistema de **costos por procesos** es de mucho uso en el **sector industrial** y que es aplicable para aquellas entidades que presentan un proceso de **producción continua**. Los **costos de producción** se **acumulan** para un **periodo específico** por **departamento, proceso, centro de costos**.
- Producción se desarrolla en forma continua
- Producción ininterrumpida
- Afluencia constante de materiales a los centros de costos productivos
- Grandes volúmenes de producción de productos similares a través de una serie de etapas de producción llamados **procesos**.



Costos Históricos

- Son aquellos que se determinan con **posterioridad** a la conclusión del **periodo de costo**.
- Se acumulan y determinan los costos unitarios de producción, **hasta la conclusión de cada periodo** de costos.
- La ventaja es que acumula los costos en que se incurrió, es decir costos comprobables.



Costos Predeterminados

- Estos costos se determinan con **anterioridad** al periodo de costos o durante el **transcurso** del mismo.
- Permittedo contar con información más oportuna y anticipada de los costos de producción.
- Se puede tener un control entre los costos predeterminados y costos históricos.
- Se clasifican en :
 - Costos **estimados**
 - Costos **estándar**



Costos Estimados

Costos **predeterminados** cuyo cálculo es un tanto general, se basa en la **experiencia** que las empresas tienen de periodos anteriores , considerando **condiciones económicas y operativas** presentes y futuras.

Los **costos estimados** nos dicen cuánto **puede costar** un producto o la operación de un proceso durante cierto periodo de costos.

COSTOS ESTIMADOS



Costo Standar

- En la **elaboración** del **costo standar** se involucran **varias áreas** de la empresa como: diseño, ingeniería del producto, ventas, producción, compras, costos, etc...
- El área de costos se responsabiliza de calcular los costos estándar por unidad de producto terminado , elaborando **una hoja de costos** estándar por cada producto, considerando el estudio de cada uno de los elementos del costo.
- Los **costos standar** nos dicen cuánto **debe costar** un producto o la operación de un proceso durante cierto periodo de costos.



Costeo Absorbente

- Este sistema considera como **elementos del costo de producción** la **materia prima directa**, la **mano de obra directa** y los **cargos indirectos**, **sin importar** que dichos elementos tengan **características fijas** o **variables** en relación con el volumen de producción.



Costeo Directo

- En este sistema, **el costo de producción se integra** con todas aquellas **erogaciones de materia prima, mano de obra y cargos indirectos** que tengan un **comportamiento variable** en relación con los cambios en los volúmenes de producción.
- Los **costos fijos de producción** se consideran **costos del periodo**, se llevan al estado de resultados en el periodo en que se realizan.



Centros de Costos

- Son áreas de responsabilidad que acumulan costos, haciendo un seguimiento de los mismos.
- Esa unidad es responsable de un conjunto particular de actividades.



Centros de Costos

- **Centros de Costos Administrativos (CCA).** Áreas integradas con recursos humanos, materiales y financieros cuya función se relaciona con la **dirección y manejo** de las **operaciones generales** de la empresa. **Ejemplo:** Dirección general, subdirección de planeación, finanzas, administración.
- **Centros de Costos de Servicios (CCS):** Áreas integradas con recursos humanos , materiales y financieros cuya función consiste en suministrar **apoyo a los centros de costos** administrativos, productivos, de ventas y propios, para que estos puedan desarrollar sus actividades de manera eficiente. **Ejemplo:** Almacén de materias primas, área de mantenimiento , comedor de la empresa , servicios médicos etc.
- **Centro de Costos Productivos (CCP):** Áreas integradas con recursos humanos , materiales y financieros cuya función consiste , en llevar a cabo la transformación física y/o química de las materias primas , es decir, contribuyen directamente a la producción de artículos terminados . **Ejemplo:** Planta de proceso 1, planta de proceso 2, departamento de corte, pintura, etiquetado, ensamble, embalaje etc.
- **Centro de Costo de Ventas (CCV):** Áreas integradas con recursos humanos , materiales y financieros cuya función consiste en promover y comercializar los productos terminados. **Ejemplo:** Subdirección de ventas, gerencia de ventas –nacionales, internacionales.

Ventajas de los Centros de Costos

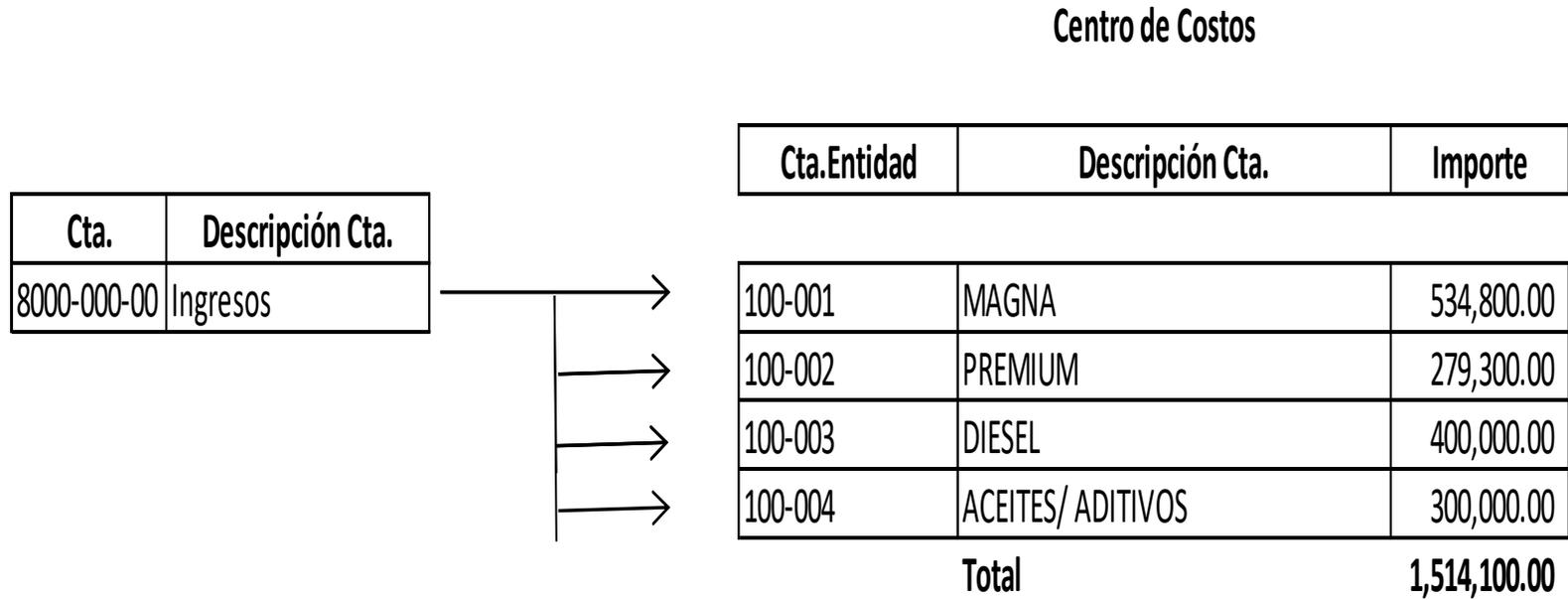
- Es una herramienta utilizada para **gestionar** e **identificar** los costos de la empresa, para la toma de decisiones al día – proporcionan informes.
- Los centros de costos dan la facultan de **conocer** y **analizar** los costos de los inventarios.
- Los centros de costos dan la facultan de **conocer**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

Centros de Costos

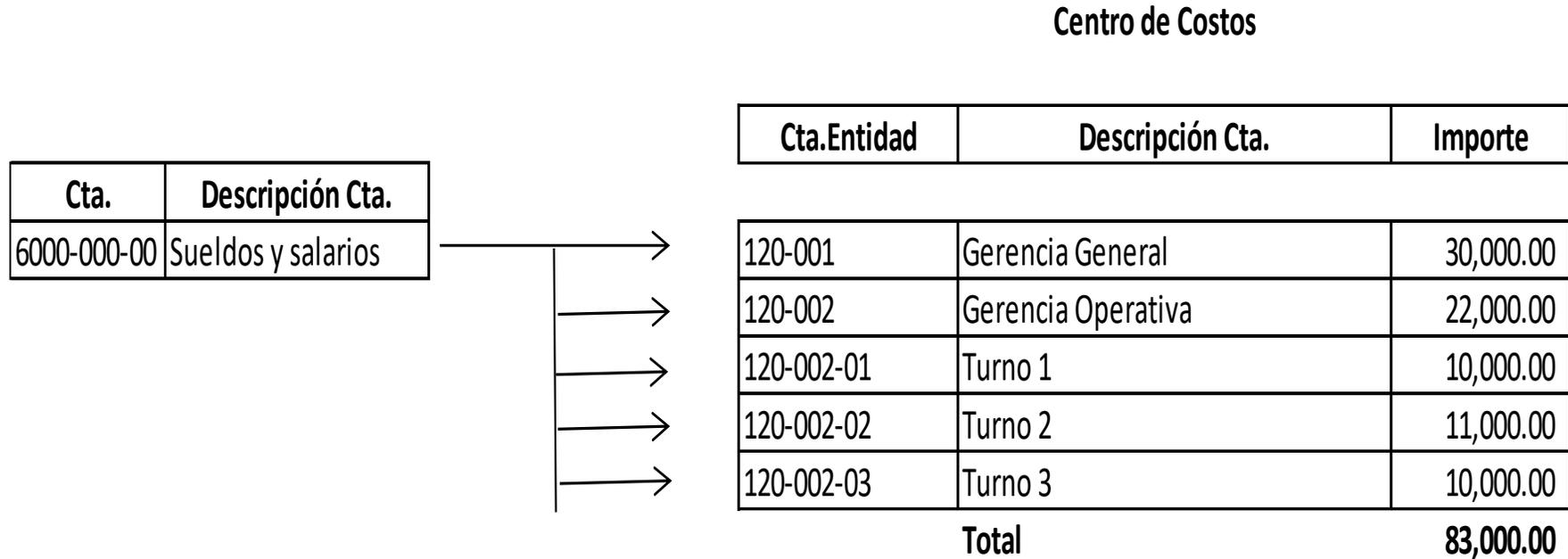
- **Producto Vendido (Medidor eléctrico).**- gasolina, diesel, productos automotrices.
- **Dispensador.**- turno, manguera, despachador.
- **Niveles de inventarios.**- exceso , óptimo , pedido requerido, escaso.
- **Vehículos atendidos.**- por hora, producto , volumen.



Centros de Costos



Centros de Costos



Centros de Costos

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

Centro de Costos

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

Planificación de Recursos Empresariales (Enterprise Resource Planning ERP)

- Sistemas de planeación de recursos empresariales (**Enterprise Resource Planning**).
- Automatizan tareas de la empresa (operativas o productivas)
- Facilita e integra la información entre las funciones de manufactura, logística, finanzas y recursos humanos de una empresa.
- Son un tipo de software que permite a las empresas controlar la información que se genera en cada departamento y en cada nivel de la misma.
- Gestiona la información en tiempo real.



ERP

- **Registrar y realizar** operaciones como: ordenes de compras, recepciones, ingresos y pagos a proveedores, control del inventario, emitir información financiera.
- **Eficiencia** en los procesos de negocios, **reduciendo** tiempos, **estandarizando** y optimizando procesos y recursos, incluyendo cada uno de las actividades que se realizan dentro de la organización.



Direccionamiento de Costos Fijos y Costos Variables de los Centros de Costos

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

Dentro de los costos fijos, existen dos categorías:

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

Fuentes de información para un sistema de costos.

- **Análisis del mercado** que atiende
- Características **Operativas**
- Centros de **Costos**
- Costos **Fijos** y Costos **Variables**
- Información de las Actividades en **términos volumétricos, monetarias** (centros de costos , producto, turno)
- Movimientos de **entrada o cargas**, por centros de costos.
- **Balance volumétrico** por centro de costos y por producto.



TEMA 6

Control interno para el manejo de combustibles

6.- Control interno para el manejo de combustibles

- Control Interno
- Los costos en la teoría del valor.
- El costo de la Calidad
- Análisis de Costo -Volumen-Utilidad
 - Margen de Contribución
 - Punto de Equilibrio
- Variables que impactan el costo unitario



Dependerá de cada **estación** de servicio posicionarse en su mercado como la Estación de Servicio que ofrezca los mejores servicios , logrando tener **una ventaja competitiva** (diferenciación).

Control interno

El **control interno** es un proceso mediante el cual una organización establece **principios, métodos y procedimientos** que coordinados entre sí **buscan** proteger los **recursos** de la entidad, además de **prevenir y detectar fraudes y errores** dentro de los diferentes procesos desarrollados en la empresa, en torno al **cumplimiento** de los **objetivos** planteados para determinado tiempo.



Control interno NIA 400

- El control interno permite **observar** la **eficiencia** y **eficacia** de las operaciones y la confiabilidad de los registros, por lo que es un aspecto relevante en la gestión empresarial.
- Todas las **políticas** y **procedimientos** adoptados por la administración de una entidad para ayudar a **logar el objetivo** de la administración de **asegurar**, tanto como sea **factible**, la conducción **ordenada** y **eficiente** de su negocio, incluyendo **adhesión** a las **políticas** de administración, la **salvaguarda** de **activos**, la **prevención** y **detección** de **fraude** y **error**, la **precisión** e **integralidad** de los **registros contables**, y la **oportuna preparación** de **información financiera** confiable.



Objetivos del control interno

- **Proteger** los **recursos** de la organización, buscando su **adecuada administración** ante posibles riesgos que los afecten.
- **Garantizar** la **eficacia** y la **eficiencia** en todas las operaciones promoviendo y **facilitando** la correcta ejecución de las funciones y actividades definidas para el logro de la misión de la organización.
- **Vigilar** que todas **las actividades y recursos** de la organización estén dirigidos al cumplimiento de los objetivos de la entidad.
- Garantizar la correcta **evaluación y seguimiento** de la **gestión organizacional**.
- Asegurar la **oportunidad y confiabilidad** de la **información** y de sus **registros**.
- Definir y aplicar **medidas** para **prevenir los riesgos**, así como también **detectar y corregir errores** que se presenten en la organización y que puedan afectar el logro de sus objetivos.
- Garantizar que el **sistema de control interno** disponga de sus propios **mecanismos de verificación y evaluación**.
- Velar por que la entidad **disponga** de **procesos de planeación y mecanismos** adecuados para el **diseño y desarrollo organizacional**, de acuerdo con su naturaleza y características.

Los costos y la función de control

- Es la medición, control y corrección del desempeño de las actividades empresariales, para evaluar el **grado de cumplimiento** de las actividades con respecto a los objetivos establecidos.
- Esto se logra a través de **hacer una comparación** de lo **real** contra lo **presupuestado**, para poder **identificar desviaciones** y poder tomar las medidas preventivas y/o correctivas necesarias.
- Es importante que para el desarrollo del proceso de control la empresa tenga definida su **estructura organizacional**, con el propósito de facilitar el **establecimiento y descripción de objetivos, funciones por áreas y niveles de responsabilidad**.
- Al gestionar todas y cada una de las actividades y planes de acción son de gran importancia los: **controles, procesos, indicadores de medición** y seguimiento de las decisiones (**medidas preventivas y/o correctivas**).
- La **eficiencia** de un sistema de **control de gestión** se verá **reflejado** en el **cumplimiento** de las **metas** establecidas por la empresa.

Proceso de Control

- Este proceso debe llevarse a cabo por medio de puntos de control estratégicos, la observación y medición de las operaciones.
- Para ello se utilizan:
- Establecimiento de estándares / indicadores de medición
- Evaluación de los resultados
- Toma de decisiones, (medidas preventivas y/o correctivas)



Ejemplo: control interno – Asesores de Servicio

Despachador de combustible se convirtiera en un “Asesor de Servicio”:

- ¿Cómo será su pago?
- ¿Desea que se limpie su parabrisas?
- ¿A qué nivel quiere que revise las llantas?
- ¿Desea que revise los niveles de aceite y agua?



Los costos en la teoría del valor

- El **valor** es la **suma** de los **beneficios** recibidos por el cliente menos los costos erogados por él al adquirir y usar el producto o servicio.
- La empresa **busca** y está en mejoramiento continuo en búsqueda de la **originalidad, perfeccionamiento y diferenciación** de sus productos o servicios siempre **buscando el beneficio del cliente**, logrando la **preferencia, satisfacción y confianza, lealtad** del mismo, **llevando a la empresa a mayores niveles de utilidad**, es decir, crear **valor** para la **empresa**.
- La **evaluación** acerca de las **características** y los **beneficios** del **producto o servicio** corresponde a los **clientes**, lo cual recibe el nombre de **creación de valor**.



Atributos de valor:

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



El costo de la Calidad

- El **costo de calidad** se identifica como los recursos invertidos en la:
- Identificación
- Reparación
- Medidas de control de sus costos por actividad
- Control de fallas internas /externas
- Solución de las fallas en la maquinaria y/o procesos de trabajo realizado en la manufactura de artículos.



El costo de la Calidad

- Para poder identificar, controlar y resolver las fallas los costos de calidad se pueden identificar en :
- **Costos de Prevención:** Se relacionan con los aspectos de **planeación de actividades** que permitan a la empresa adelantarse a la posible falla como: El diseño de productos, de equipos y procesos , **mantenimiento preventivo** , evaluación de materiales y proveedores, **reclutamiento de personal adecuado**, programas de capacitación permanente.
- **Costos de Inspección:** Se refieren a la inversión para implementar **controles de verificación** y auditoría; para **identificar** los puntos de **fallas** como: los procesos de producción, consumo de materiales, manufactura de los productos terminados, **manejo de los equipos** y de los **inventarios**.



El costo de la Calidad

- **Costos de Fallas Internas:** Fundamentalmente tiene que ver con un **incorrecto desarrollo** de las actividades realizadas en la planta de la empresa, como: elaboración de **plan de mantenimiento de la planta y de los equipos**, reprocesos por defecto en el producto, desperdicios y mermas por fallas en la maquinaria, **falta de capacitación del personal**.
- **Costos de Fallas Externas:** Se refiere a costos incurridos para cubrir **eventos extraordinarios** a la operación cotidiana de la empresa como: reparaciones con garantía, **reclamaciones** por parte de los **clientes** por concepto de fallas en la entrega, servicio o baja calidad del producto adquirido.



Análisis costo – volumen – utilidad

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



CONTRIBUCIÓN MARGINAL

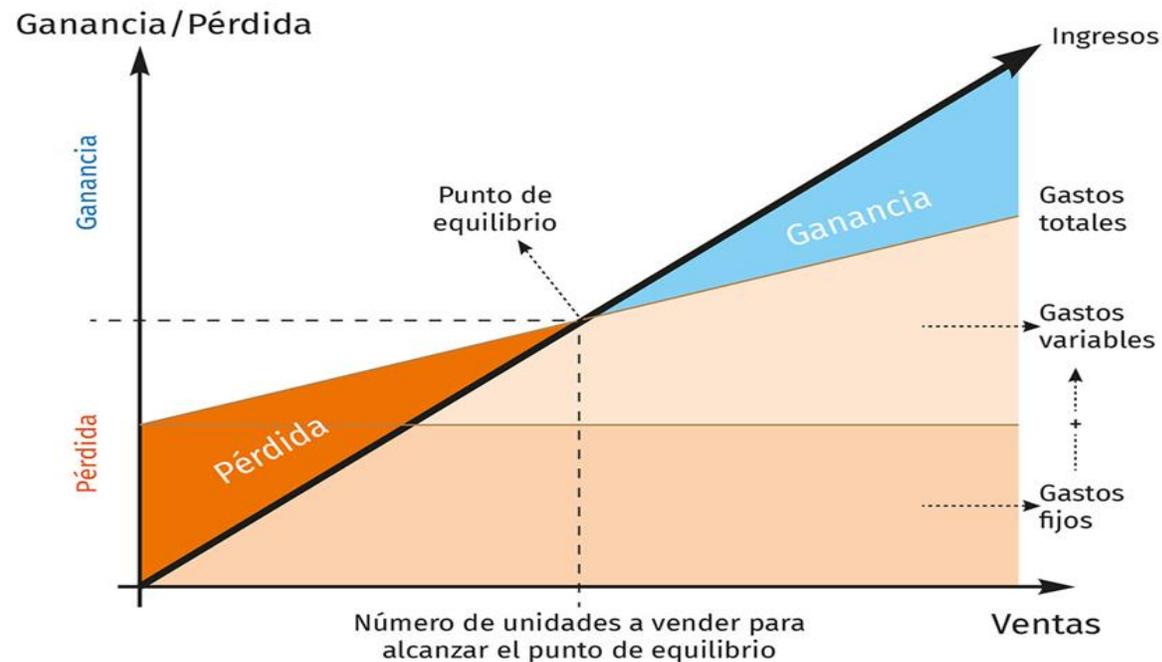
Se entiende como **excedente** de ventas de una empresa para lograr cubrir sus **costos fijos** y aún así generar utilidad.

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

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

Punto de equilibrio

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



Punto de equilibrio

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

Donde:

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

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

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

Contribución Marginal Punto de equilibrio

EJERCICIO: Se pide obtengas con la siguiente información:

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

Datos:

Precio de Venta..... 20.-
Costos Variable Unitario 12.-
Costos Fijos 200,000.-

Contribución Marginal Punto de equilibrio

EJERCICIO: Se pide obtengas con la siguiente información:

a) Contribución marginal

MCU		MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	
PV	20.00	VENTAS	500,000.00
CVU	<u>12.00</u>	COSTOS VARIABLES	<u>300,000.00</u>
MCU	8.00	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	200,000.00
		COSTOS FIJOS	<u>200,000.00</u>
		UTILIDAD/PÉRDIDA (OPERATIVA)	-

Contribución Marginal Punto de equilibrio

EJERCICIO: Se pide obtengas con la siguiente información:

- a) Punto de Equilibrio en unidades
- b) Punto de Equilibrio en ventas

P.E. UNIDADES	
CF	<u>200,000.00</u>
MCU	8.00
PE UNIDADES	25,000 UNIDADES

P.E. EN IMPORTE DE VENTAS.	
COSTOS FIJOS	<u>200,000.00</u>
RMC	0.4
PE. UNIDADES	500,000.00

Razón de Margen de Contribución

RMC =	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	200,000.00
	VENTAS	500,000.00
RMC =	40%	

RMC =	MCU	8.00
	PV	20.00
RMC =	40%	

Variables que impactan el costo unitario

- Oferta y demanda
- Costos Fijos y Costos Variables
- Impuestos
- Costo Importación



TEMA 7

Conciliación entre entradas y salidas de combustibles

7.- Gestión de la operación (entradas – salidas) para uso de la información en la toma de decisiones.

Es el proceso que permite confrontar conciliar los **valores económicos registrados** de una **cuenta vs** los movimientos o valores **reales**. Con la **finalidad** de **garantizar** la integridad de la información contable, de las diferentes partidas.

Es de suma importancia conciliar el **balance volumétrico** por **centro de costos** y por **producto** (las entradas deben ser igual a las salidas).

El conciliar las operaciones nos permite gestionar: **clasificación, acumulación, control, asignación, determinación, direccionamiento, medición** de los **inventarios, costos** generados en actividades y procesos de bienes o servicios.

- **Conciliación** de la **lectura del despacho** de combustible a través de los **dispensarios**.
- **Registro** de volumen de combustible despachado (Medidor mecánico vs Medidor electrónico).
Logrando contabilizar:
- **Volúmenes** vendidos en un dispensario
- **Volúmenes** vendidos en un periodo de tiempo.... asociando estas cantidades de **venta** al **costo** del combustible para **totalizar** la **venta** en un **despacho, dispensario** o la **venta final** dentro de un **periodo de tiempo**.



Control y registro de las Operaciones

El conciliar los cortes de los dispensarios permite llevar un control y registro de las operaciones de los mismos y emitir reportes como:

- **Volumen de despacho** : cantidad de litros vendidos por dispensario, manguera o posición de carga, producto.
- **Venta total**: Cantidad total de venta por producto
- **Datos de folio por medidor**: lecturas del folio al inicio y al final del turno
- **Datos del dispensario**: número, manguera o posición de carga y tipo de combustible.
- **Periodo de cotejo**: hora de inicio y de cierre de inventario de despacho.



TURNOS E.S.											
NO.	DISPENSARIO	MANGUERA	POSICION	TIPO	LECTURA INICIO	LECTURA FIN	VOLUMEN	PRECIO	VENTA	OTROS	TOTAL
1	101	1	1	Gasolina	1000	1050	50	15.00	750.00		750.00
2	102	2	2	Gasolina	2000	2050	50	15.00	750.00		750.00
3	103	3	3	Gasolina	3000	3050	50	15.00	750.00		750.00
4	104	4	4	Gasolina	4000	4050	50	15.00	750.00		750.00
5	105	5	5	Gasolina	5000	5050	50	15.00	750.00		750.00
6	106	6	6	Gasolina	6000	6050	50	15.00	750.00		750.00
7	107	7	7	Gasolina	7000	7050	50	15.00	750.00		750.00
8	108	8	8	Gasolina	8000	8050	50	15.00	750.00		750.00
9	109	9	9	Gasolina	9000	9050	50	15.00	750.00		750.00
10	110	10	10	Gasolina	10000	10050	50	15.00	750.00		750.00
11	111	11	11	Gasolina	11000	11050	50	15.00	750.00		750.00
12	112	12	12	Gasolina	12000	12050	50	15.00	750.00		750.00
13	113	13	13	Gasolina	13000	13050	50	15.00	750.00		750.00
14	114	14	14	Gasolina	14000	14050	50	15.00	750.00		750.00
15	115	15	15	Gasolina	15000	15050	50	15.00	750.00		750.00
16	116	16	16	Gasolina	16000	16050	50	15.00	750.00		750.00
17	117	17	17	Gasolina	17000	17050	50	15.00	750.00		750.00
18	118	18	18	Gasolina	18000	18050	50	15.00	750.00		750.00
19	119	19	19	Gasolina	19000	19050	50	15.00	750.00		750.00
20	120	20	20	Gasolina	20000	20050	50	15.00	750.00		750.00
21	121	21	21	Gasolina	21000	21050	50	15.00	750.00		750.00
22	122	22	22	Gasolina	22000	22050	50	15.00	750.00		750.00
23	123	23	23	Gasolina	23000	23050	50	15.00	750.00		750.00
24	124	24	24	Gasolina	24000	24050	50	15.00	750.00		750.00
25	125	25	25	Gasolina	25000	25050	50	15.00	750.00		750.00
26	126	26	26	Gasolina	26000	26050	50	15.00	750.00		750.00
27	127	27	27	Gasolina	27000	27050	50	15.00	750.00		750.00
28	128	28	28	Gasolina	28000	28050	50	15.00	750.00		750.00
29	129	29	29	Gasolina	29000	29050	50	15.00	750.00		750.00
30	130	30	30	Gasolina	30000	30050	50	15.00	750.00		750.00
31	131	31	31	Gasolina	31000	31050	50	15.00	750.00		750.00
32	132	32	32	Gasolina	32000	32050	50	15.00	750.00		750.00
33	133	33	33	Gasolina	33000	33050	50	15.00	750.00		750.00
34	134	34	34	Gasolina	34000	34050	50	15.00	750.00		750.00
35	135	35	35	Gasolina	35000	35050	50	15.00	750.00		750.00
36	136	36	36	Gasolina	36000	36050	50	15.00	750.00		750.00
37	137	37	37	Gasolina	37000	37050	50	15.00	750.00		750.00
38	138	38	38	Gasolina	38000	38050	50	15.00	750.00		750.00
39	139	39	39	Gasolina	39000	39050	50	15.00	750.00		750.00
40	140	40	40	Gasolina	40000	40050	50	15.00	750.00		750.00
41	141	41	41	Gasolina	41000	41050	50	15.00	750.00		750.00
42	142	42	42	Gasolina	42000	42050	50	15.00	750.00		750.00
43	143	43	43	Gasolina	43000	43050	50	15.00	750.00		750.00
44	144	44	44	Gasolina	44000	44050	50	15.00	750.00		750.00
45	145	45	45	Gasolina	45000	45050	50	15.00	750.00		750.00
46	146	46	46	Gasolina	46000	46050	50	15.00	750.00		750.00
47	147	47	47	Gasolina	47000	47050	50	15.00	750.00		750.00
48	148	48	48	Gasolina	48000	48050	50	15.00	750.00		750.00
49	149	49	49	Gasolina	49000	49050	50	15.00	750.00		750.00
50	150	50	50	Gasolina	50000	50050	50	15.00	750.00		750.00

TEMA 8

Conclusiones BALANCED SCORECARD KPI's

8.- Conclusiones

BALANCED SCORECARD

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



Principales Características

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



PERSPECTIVAS DEL BSC

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



Perspectivas del BSC



Medidas de desempeño NO financieras

- **No financieras:** Se usan para evaluar las operaciones, pero que **no** se expresan en **unidades monetarias**.

Ejemplo: # de bombas que se dio mantenimiento, desempeño del tiempo de limpieza en la estación, puntualidad ...etc.



Beneficios del BSC

- 1. Visión integral:** Permite tener una **visión completa** de la **empresa**, considerando aspectos **financieros, clientes, procesos internos y aprendizaje y crecimiento**.
- 2. Alineación:** Ayuda a **alinear** todas las **áreas** de la **empresa** hacia los objetivos estratégicos definidos.
- 3. Medición de resultados:** Facilita la **medición de resultados** de manera **objetiva** y con **indicadores** claros.
- 4. Identificación de áreas de mejora:** Permite **identificar** áreas que **requieren atención** y **acciones correctivas**.

EJEMPLO DE BSC

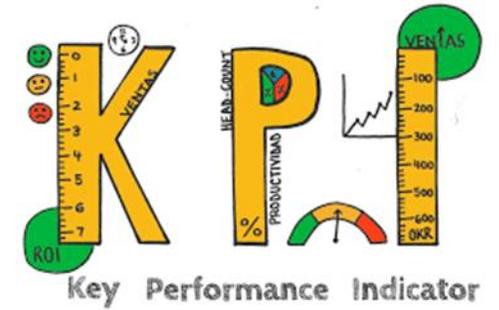
Incrementar los ingresos provenientes de clientes existentes.
Número de sugerencias de empleados implementadas.
Puntuaciones de satisfacción del cliente.
Porcentaje de unidades producidas sin defectos.
Porcentaje de empleados capacitados en procesos nuevos.
Participación de mercado en la industria.
Incrementar la utilidad de operación mediante la reducción de costos.

EJEMPLO DE BSC

EJEMPLO DE BSC			
Perspectiva	Medidas	Desempeño meta	Rendimiento Real
FINANCIERA	Incrementar los ingresos provenientes de clientes existentes.	10%	13%
	Incrementar la utilidad de operación mediante la reducción de costos.	120,000.00	100,000.00
CLIENTE	Participación de mercado en la industria.	8%	3%
	Puntuaciones de satisfacción del cliente.	80% otorgan la calificación	85% otorgan la calificación
PROCESOS DE NEGOCIOS INTERNOS	Porcentaje de unidades producidas sin defecto.	97%	98%
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Porcentaje de empleados capacitados en procesos nuevos.	85%	70%
	Número de sugerencias de empleados implementadas.	50	63

KPI (Key Performance Indicador o Indicador clave de desempeño)

- Un **KPI (key Performance Indicator)** es una medida cuantificable que los responsables de negocios siguen de cerca para **verificar** si las **estrategias implementadas** son efectivas.
- Estos **indicadores claves de desempeño (KPI's)** aplican a todos los equipos.
- La mayoría de las empresas suelen definir varios indicadores diferentes para evaluar el éxito.
- Cuando se hace un **seguimiento adecuado** a los **KPI**, estos **sirven** como **punto de referencia** para que los **líderes** puedan **evaluar** cómo se está **desempeñando** la empresa.
- Es importante **definir KPI's** antes de **implementar** una iniciativa para poder dar **seguimiento** al progreso del KPI de principio a fin.



- **KPI (Key Performance Indicador o Indicador clave de desempeño)**
 - Los **KPI's** le brindan a tu equipo una **forma cuantificable** de medir el progreso.
 - **Establecer objetivos** basados en **indicadores** te permite evaluar si tu estrategia es exitosa o no.
 - Un **KPI** o **indicador clave de desempeño** mide el rendimiento de una actividad o tarea con **relación** a los **objetivos estratégicos** definidos previamente.
 - Los **KPI's** están limitados en un tiempo.



• Funciones del uso de KPIs

- **Conectan el trabajo con los objetivos.**
- **Evalúa la eficacia de la estrategia.**
- **Ayuda a tomar decisiones estratégicas** con base a los datos.
- **Permite** identificar los **puntos débiles** de tu estrategia.
- Uno de los **beneficios** de los **KPIs** es que te **permiten conectar** el **trabajo** que hace tu **equipo** con los **objetivos estratégicos** que deseas **alcanzar**.
- Cuando tu equipo alinea el trabajo en torno a los objetivos del negocio, pueden **priorizar** más **fácilmente** las **tareas** que deben llevar a cabo.
- Si tu equipo está **implementando** una **nueva táctica** o **estrategia**, puedes usar los **KPI's** para evaluar el éxito.
- A medida que **implementes** tu **nueva estrategia**, podrás comparar los **nuevos indicadores** con tu punto de **referencia** y **analizar** si estás **progresando** o no.



- **MEDIDAS FINALES:** indican las **consecuencias que tuvo una estrategia** (**incremento** en las **ventas**, **reducción de costo**); sólo se **conocen hasta que los eventos han sucedido**.
- **MEDIDAS INTERMEDIAS:** indican el **progreso y avance** de las estrategias en áreas críticas (**tiempo del ciclo**).
- **MEDIDAS FINANCIERAS:** se establecen con el tiempo en las organizaciones, tratando en lo posible de **eleva**r la **remuneración a los accionistas**.
- **MEDIDAS NO FINANCIERAS:** como la **calidad** o la **satisfacción al cliente** han **impactado** de manera importante en los resultados financieros y se han convertido en temas de gran interés para los directivos.
- **MEDIDAS EXTERNAS:** **satisfacción del cliente**, etc.
- **MEDIDAS INTERNAS:** **productividad y calidad** para un buen desempeño de la organización.
- Los **factores clave del negocio** explican el **éxito** o **fracaso** de las organizaciones y pueden ser de dos tipos:
 1. **RIESGO**
 2. **ÉXITO**.

ÁREA	ASPECTO CLAVE A MEDIR
Producción	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Capacidad utilizada ▣ Productividad ▣ <i>Stoks</i> ▣ Costos de productos y procesos ▣ Calidad ▣ Tecnología
Comercial	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Satisfacción del cliente ▣ Estructura de la cartera de clientes ▣ Eficacia de los vendedores ▣ Calidad del producto y servicio ▣ Ingreso de nuevos productos ▣ Situación actual de los productos existentes ▣ Impactos de la publicidad, promoción y descuentos ▣ Precios
Compras y almacenes	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Cumplimiento de entregas por parte de los proveedores ▣ Proveedores que se pueden sustituir ▣ Dependencia con proveedores ▣ Descuentos ▣ Calidad ▣ Costos de compras ▣ Gestión de almacenes
Administración y finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Liquidez ▣ Solvencia ▣ Capacidad de endeudamiento ▣ Rentabilidad ▣ Gastos reales comparados con los presupuestados ▣ Costos financieros
Recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> ▣ Absentismo ▣ Habilidades ▣ Motivación ▣ Accidentes ▣ Productividad

• **ÁREA COMERCIAL:**

INDICADOR	OBJETIVO A MEDIR	FORMA DE MEDICIÓN
Venta por empleado	Venta por empleado	Ventas/n° de empleados
Fidelidad del cliente	Frecuencia del cliente	Cliente frecuente/ clientes totales
Devoluciones por ventas	Nivel de devoluciones	Devoluciones/Ventas
Capacidad de ventas por visita	Capacidad de conseguir pedidos	Pedidos conseguidos/visitas
Capacidad de venta por oferta	Capacidad respeto de las ofertas realizadas	Pedidos conseguir/ofertas
Tasa de gastos comerciales sobre ventas	Gastos comerciales respecto de las ventas	Gastos comerciales/Ventas totales
Eficiencia de la red de ventas	Ventas de vendedores	Ventas totales/n° vendedores

CONTROL DE CALIDAD

INDICADOR	OBJETIVO A MEDIR	FORMA DE MEDICIÓN
Rechazos de producción	Recursos que no cumplen con las especificaciones o calidad deseados.	No° productos rechazados/productos consumidos
Consumo de materiales	Variaciones entre consumos reales y previstos	Consumos reales/consumos previstos
Rechazos de compras	Rechazos a proveedores por mala calidad	Rechazos de compras/compras a proveedores
Quejas por clientes	No° de reclamaciones o quejas por ventas realizadas	No° de quejas/No° de ventas por cliente
Entregas tardías	Entregas a des-tiempo	No° pedidos entregados por retraso/total de pedidos entregados
Costo del servicio posventa	Efectos del costo por servicio posventa en las ventas	Costo de servicio posventa/ventas totales
Costo de calidad	Impacto del costo de la calidad en las ventas	Costo de obtener la calidad/ventas totales

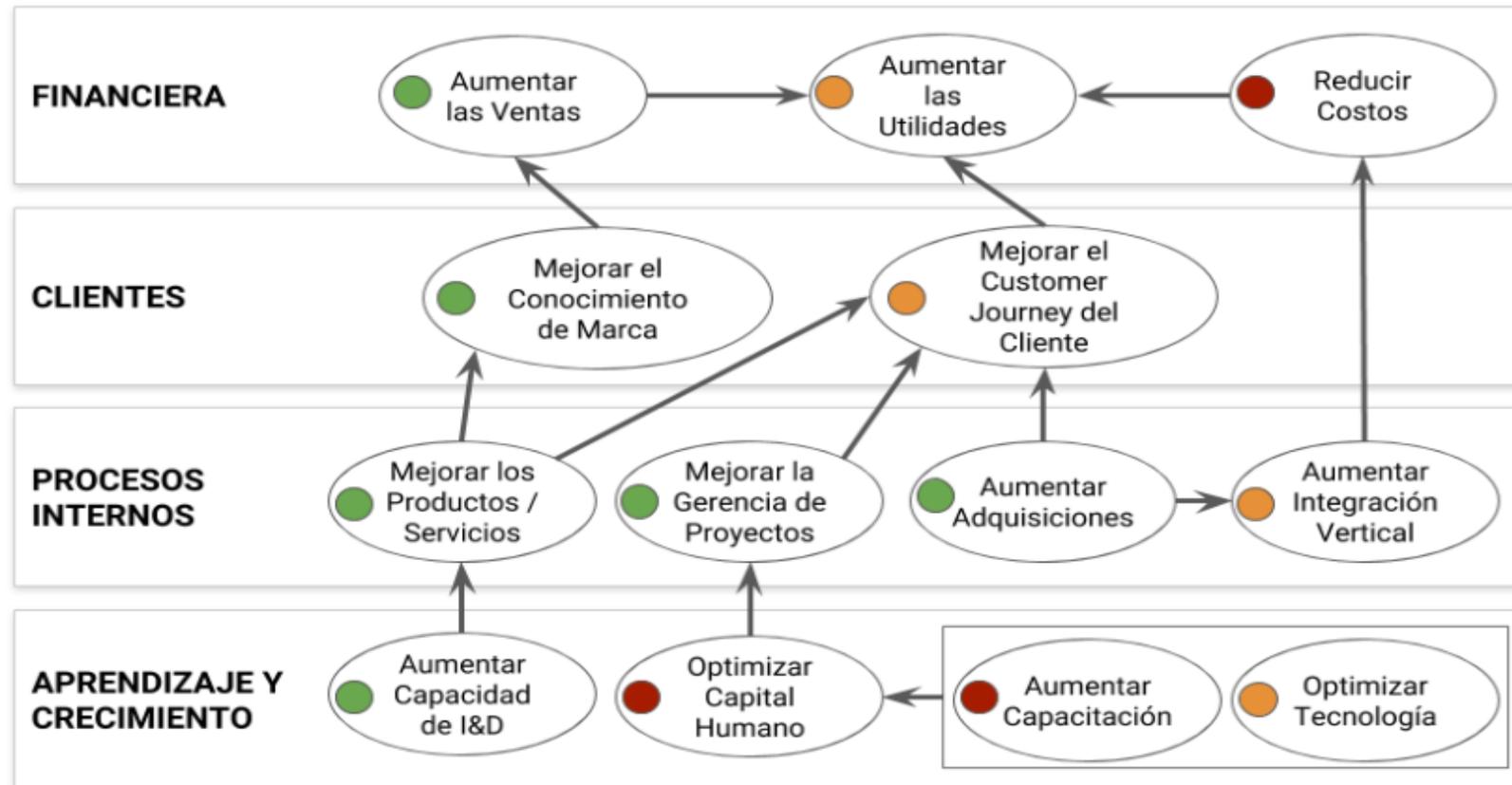
Para implementar un BSC, es importante seguir estos pasos.

1. **Definir los objetivos** estratégicos de la empresa: **objetivos, metas y acciones** que se deben llevar a cabo **para alcanzar el éxito**. Tenga en cuenta la **misión** y la **visión** de su organización a la hora de crear sus objetivos estratégicos.
2. **Identificar los indicadores** clave de desempeño para cada área: Identificar los **indicadores clave de rendimiento (KPIs)** que se utilizarán para medir el desempeño de la empresa en función de sus objetivos. Estos KPIs pueden incluir **indicadores financieros, de clientes, de procesos internos y de aprendizaje y crecimiento**.
3. Establecer **metas y acciones** concretas para cada **indicador**.
4. Realizar el **seguimiento periódico** de los **resultados** y **ajustar las acciones**

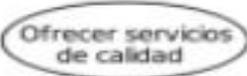
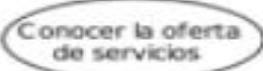
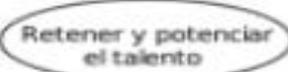
- Su estrategia **no** debe tener **más de 15 objetivos estratégicos**.
- Todos los **objetivos** deben **vincularse de manera lógica**.
- Sus objetivos **no** pueden **contradecirse**, por ejemplo, no tendría sentido que un objetivo sea:
- “Desarrollar **relaciones cercanas** con el cliente” y otro sea “Migrar el servicio de soporte a una plataforma de **asistencia remota**”.
- Cada objetivo debe tener al menos un **verbo** y un **sustantivo**.
- **EJEMPLO:**
- **BIEN:** Mejorar la recaudación de fondos
MAL: Recaudación de fondos
- Asegúrese de **no incluir** proyectos como objetivos estratégicos
BIEN: Mejorar la comunicación con los donantes
MAL: Implementar un ERP

VERBO	SUSTANTIVO	ADJETIVOS
DESARROLLAR	DONACIONES	ANUALES
INCREMENTAR	RECAUDACIÓN DE FONDOS	EN EVENTOS
IMPULSA	VENTAS	EN LA WEB

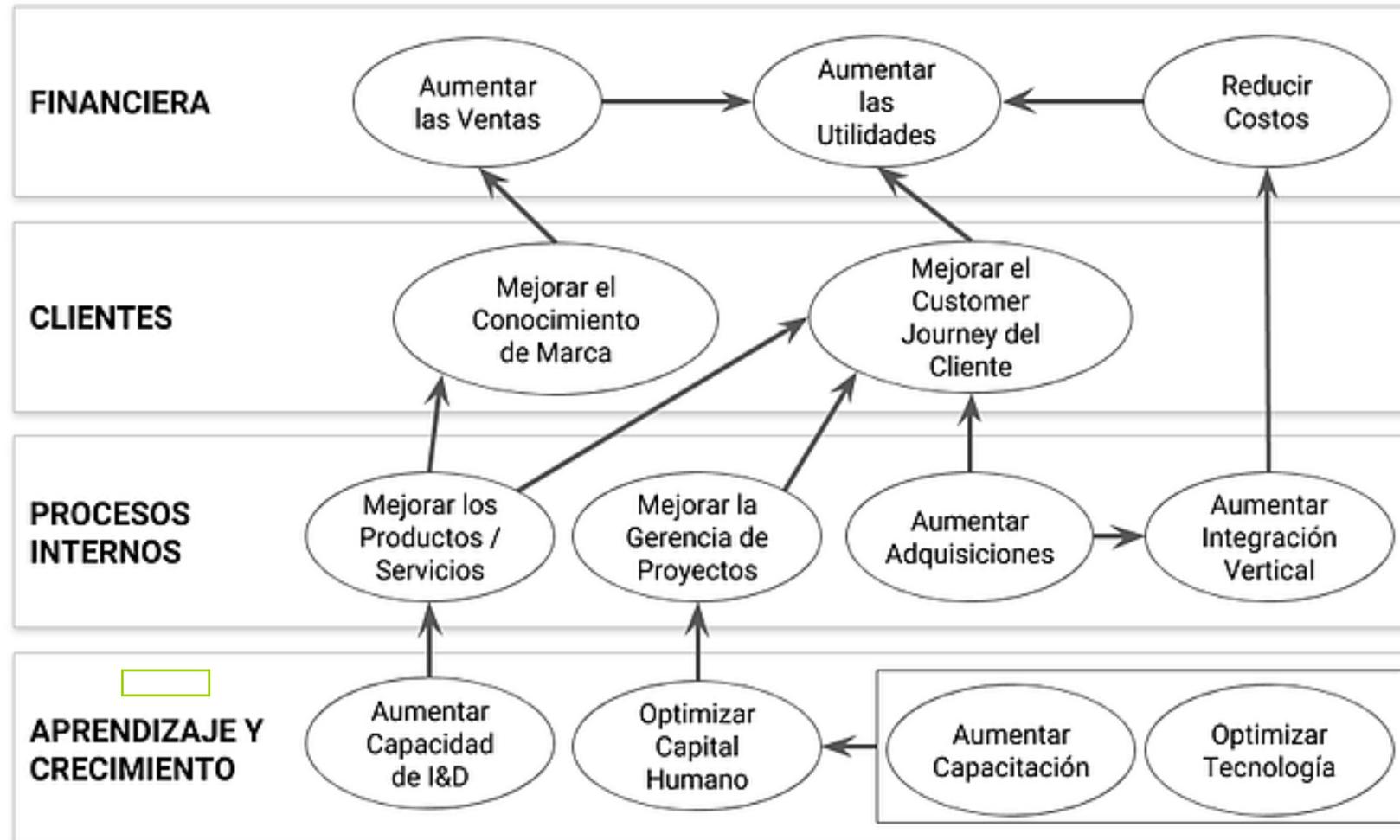
EJEMPLO DE BSC – KPI's



EJEMPLO DE BSC – KPI's

	Objetivos	Métricas	Meta	Actual (Mensual / Trimestral / Anual)
Financiera		<ul style="list-style-type: none"> - Coste por solicitud de soporte. - ROI y otras métricas relacionadas con la gestión de inversiones. 	<p>€</p> <p>%</p>	-
Cliente	 	<ul style="list-style-type: none"> - Ratio de quejas de clientes. - Valoración de los usuarios. - Tiempo medio para completar las solicitudes de soporte. - Consultas atendidas por vías de bajo coste. 	<p>%</p> <p>Encuestas</p> <p>Tiempo</p> <p>num, %</p>	-
Procesos	 	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos con mejoras sustanciales. - Nuevos servicios desarrollados. - Fallos en los servicios. - Ratio correcto/error en servicios por empleado. 	<p>num</p> <p>num</p> <p>num, %</p> <p>%</p>	-
Capacidades y recursos	  	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de los empleados para atender a clientes sin necesitar ayuda de terceros. - Horas de formación sobre servicios internos. - Horas de formación sobre nuevas tecnologías. - Rotación de empleados. - Volumen de documentación y conocimiento generado. 	<p>%</p> <p>Tiempo</p> <p>Tiempo</p> <p>num</p> <p>num</p>	-

EJEMPLO DE BSC – KPI's



**POR SU
ATENCIÓN
¡GRACIAS!**

COFIDE®
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

CONTÁCTANOS



PÁGINA WEB

www.cofide.mx



TELÉFONO

01 (55) 46 30 46 46



DIRECCIÓN

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

SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES



COFIDE



Cofide SC



Cofide SC



@cofide.mx