

UF0255: Análisis y control de la
desviación presupuestaria del producto editorial

Elaborado por: Enmanuela Cabello Vergara

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16557-06-6

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la unidad formativa

Bienvenido a la Unidad Formativa **UF0255: Análisis y control de la desviación presupuestaria del producto editorial**. Esta Unidad Formativa pertenece a los **Módulos Formativos MF0206_3: Gestión de la fabricación del producto gráfico**, que forma parte del Certificado de Profesionalidad **ARGN0109: Producción Editorial**, que pertenece a la familia de **Artes Gráficas**.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta unidad formativa es enseñar al alumno a valorar las desviaciones originadas en el proceso de fabricación del producto para proponer las medidas de corrección oportunas.

Para ello, en primer lugar se analizará la desviación de costes, el mercado del sector editorial, así como los métodos de costes.

Objetivos del módulo formativo

Al finalizar este módulo formativo aprenderás a:

- Analizar la desviación presupuestaria producida en un producto editorial respecto del presupuesto inicial, estableciendo las causas de la desviación para su posterior propuesta de mejora.
- Efectuar el control presupuestario y cálculo de las desviaciones en procesos de fabricación de productos editoriales.

Área: artes gráficas

Índice

UD1. Desviación de costes	9
1.1. Presupuesto inicial	11
1.2. Desviaciones de	15
1.2.1. Costes fijos.....	19
1.2.2. Variables.....	23
1.2.3. Materia prima.....	23
1.2.4. Cantidad.....	25
1.3. Escandallos	27
1.4. Imputación de las desviaciones de	33
1.4.1. Clientes	36
1.4.2. Incidencias	37
1.4.3. Errores.....	41
1.5. Sistemas de control	42
1.5.1. Archivos de errores	46
1.5.2. Archivo de incidencias.....	50
1.5.3. Normas a clientes	52
UD2. Mercado del sector editorial	61
2.1. Segmentos/sector	63
2.2. Tipos de clientes editoriales.....	71
2.3. Tipos de mercados editoriales.....	85
2.4. Localización del mercado	91

2.5.	Hecho diferencial	92
2.6.	Producto estrella.....	94
2.7.	Cuota de mercado.....	98
2.8.	Competencia.....	106
UD3. Métodos de Costes		115
3.1.	Control Presupuestario	117
3.2.	Desviación entre Presupuesto y Coste.....	129
3.3.	Rentabilidad del Producto	131
3.4.	Ratios de Rentabilidad	139
3.5.	Clasificación de Proveedores.....	144
3.6.	Histórico	149
Glosario		161
Soluciones		163

UD1

Desviación de costes

- 1.1. Presupuesto inicial
- 1.2. Desviaciones de
 - 1.2.1. Costes fijos
 - 1.2.2. Variables
 - 1.2.3. Materia prima
 - 1.2.4. Cantidad
- 1.3. Escandallos
- 1.4. Imputación de las desviaciones de
 - 1.4.1. Clientes
 - 1.4.2. Incidencias
 - 1.4.3. Errores
- 1.5. Sistemas de control
 - 1.5.1. Archivos de errores
 - 1.5.2. Archivo de incidencias
 - 1.5.3. Normas a clientes

1.1. Presupuesto inicial

En este primer apartado, veremos cómo se crea, se gestiona y se organiza un presupuesto desde el primer minuto que se procede a realizar una acción de carácter monetario en nuestra empresa u organización. A través de un sencillo esquema, veremos en qué consiste la concepción del determinado presupuesto:



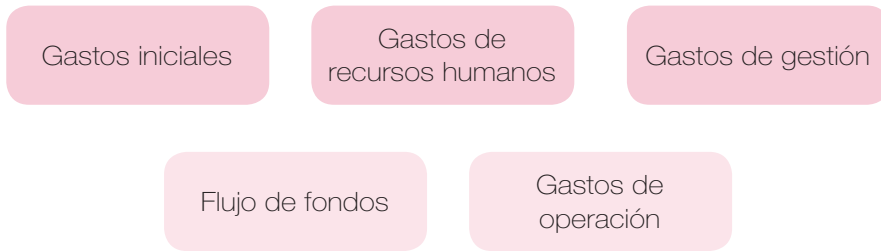
Presupuesto: elaboración de una serie de cálculos con respecto a las ganancias y pérdidas de una determinada actividad, ya sea relacionada con una empresa u organización.

Podemos decir que el presupuesto funciona como un balance inicial de lo que se ha hecho o se deja de hacer. Suele hacerse:

- De forma anual
- De forma trimestral
- De forma semestral

Lo más común es que se haga de forma anual, ya que supone un balance total, aunque en función del sector o el lugar donde se esté haciendo se opta por la opción que mejor se amolde a unos determinados parámetros o características.

Una vez visto en qué consiste un presupuesto, pasaremos a desarrollar las claves más importantes que debemos tener en cuenta a la hora de generar y organizar un presupuesto inicial. Estos factores son:



Vistos los principales elementos que son necesarios para generar un presupuesto desde el principio, pasaremos a verlos detenidamente para ver qué conlleva cada uno de ellos:

– **Gastos iniciales**

- Una vez que ponemos en marcha una idea y decidimos emprender, debemos tener en cuenta el mercado existente y proceder a analizarlo.
- Debemos invertir una cantidad cuantiosa en futuras investigaciones, donde gracias a esos datos podamos conocer a la competencia y estudiar el mercado que rodea a nuestro sector.
- Estos gastos también conllevan gastos de transporte, promoción y publicidad.

– **Gastos de recursos humanos**

- Gastos que se van a realizar para estructurar la empresa de una forma u otra (limitada, anónima, cooperativa, etc.)
- Normativa legal que permita la apertura del negocio o empresa en cuestión.
- Gastos administrativos traducidos en agentes externos que nos ofrezcan sus servicios, como son abogados, economistas o asesores.

– **Gastos de gestión**

- En esta fase, es necesario conocer cuantas personas van a integrar la idea de negocio y que tarea van a realizar.
- No se debe incurrir en el error de intentar sobrepasarse con el reparto de tareas.
- Aunque sea un proyecto inicial, se debe invertir en capital humano.
- Aquí se engloban también los gastos que hacen referencia al inventario de la empresa u organización, como mobiliario o nuevas tecnologías.

– **Gastos de operación**

- Gastos fijos.
- Gastos variables.
- Gastos fijos: aquellos relacionados con el apartado anterior, es decir, con los gastos de recursos humanos.
- Gastos variables: dependen de las ventas que se realicen.

– **Flujo de fondos**

- Balance en el que se haga de forma aproximada un porcentaje de los ingresos que se han conseguido y los que se esperaban, comprendidos en un espacio de tiempo concreto.

A la hora de realizar un buen presupuesto, debemos tener en cuenta una serie de parámetros, los cuales son:

1. Debemos fijar unas determinadas características para determinar nuestro presupuesto.

Estas son:

- **Determinar precios**
 - › Según nuestras características como empresas, debemos concretar mediante una plantilla cuanto se va a cobrar por hora.
 - › Hay que tener en cuenta los gastos posibles en cuanto a materiales y mano de obra.

- **Beneficios**
 - › Determinar el margen de beneficio.
 - › Determinar si este es posible en función de las estrategias comerciales usadas con el cliente.
- **Cuota de mercado**
 - › Conocer los precios de mercado de la competencia para poder estructurar los nuestros propios en función de lo que nos convenga.

Cuando se fijan precios, debemos evitar:

- Precio muy bajo: puede no representar todo el esfuerzo con respecto al producto, es decir, a nivel de imagen lo devalúa. Puede generar pérdida de beneficios y que no cubra los costes necesarios
- Precio muy alto: Aunque es beneficioso para cubrir costes, puede que esto lleve a la pérdida de clientes, con lo cual obtendremos menos beneficios

2. Determinar qué debe incluir un presupuesto:

Datos específicos de la empresa
Datos específicos del cliente
Precios
Conceptos de la empresa
Pago
Costes

3. Estructurar que otros elementos se pueden tener en cuenta:

Entrega
Almacenaje
Soporte técnico
Formato
Normativa legal

1.2. Desviaciones de

Analizaremos este concepto definiéndolo de la siguiente manera:

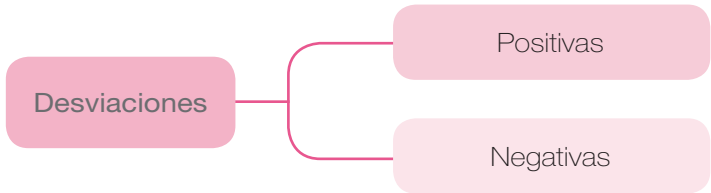


Desviación: es la diferencia que surge de la cantidad que se ha medido en el presupuesto, y la cantidad que finalmente aparece en el resultado final.

Algunas características que deben conocerse acerca de la desviación son:

- Antes de que una determinada empresa u organización se disponga a realizar una determinada acción, plantea un presupuesto en el que se estima los gastos que se van a generar a lo largo del año, así como el beneficio que se pretende conseguir
- La desviación tiene como opción darse en cualquier partida de gastos e ingresos
- Una vez puesto en marcha, la situación puede cambiar y se pueden producir diferencias, es decir, desviaciones, del presupuesto que se ha acordado y el importe real

Las desviaciones pueden ser:



Se puede producir:

- La empresa puede haber gastado una cantidad mayor o una cantidad menor de lo que se había presupuestado.
- Los beneficios que se consigan pueden ser mayores o menores que los que se estimaron en el presupuesto.

A la hora de analizar este entramado de acciones, debemos preguntarnos por qué se producen las desviaciones. Pueden producirse por varias razones, y en este apartado delimitamos tres causas diferentes:

Causa	Descripción
Cambio en el precio por unidad	Pueden existir diferencias entre el precio inicial de un producto o material y el precio que se le atribuye cuando se vende
Cambio en el uso por unidad previsto	El consumo real para generar una unidad de un producto puede ser diferente, es decir, mayor o menor, en cuanto a lo presupuestado

Causa

Acciones

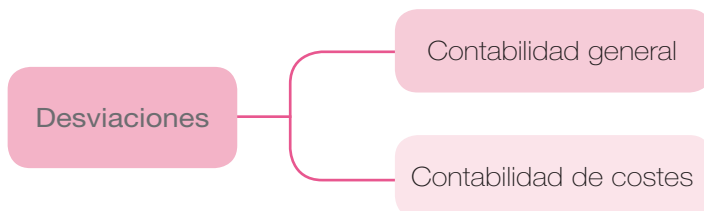
Descripción

La empresa u organización prevé generar una determinada cantidad, que luego puede ser mayor o menor de lo que se había presupuestado



Proceso de contabilidad con varias herramientas

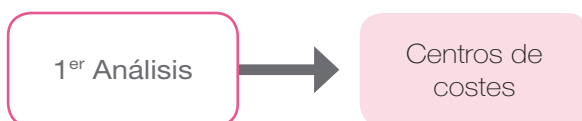
Las desviaciones pueden analizarse desde:





En caso de escoger la segunda opción, debido a la amplitud de este campo de la contabilidad obtendremos una información más detallada.

El primer análisis que se puede generar a partir de la contabilidad de costes es:

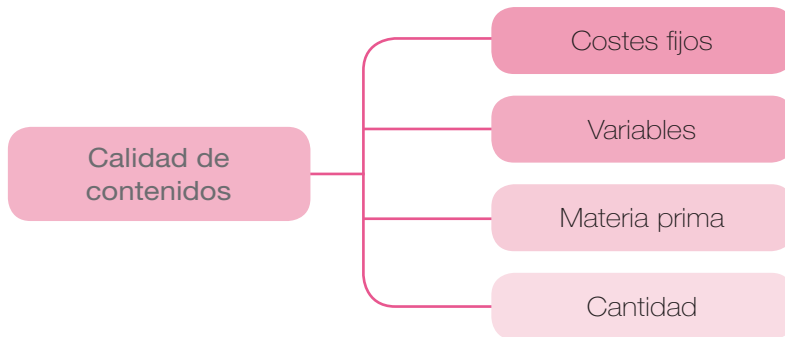


Este análisis permite concretar en qué centro se están produciendo las desviaciones y de forma más detallada, en que apartado dentro de la sección de modalidades y gastos.

Como hemos dicho anteriormente, la contabilidad nos permite ir desgranando cada apartado, para que podamos analizar también:



Cuando analizamos este tipo de contabilidad, vamos a encontrarnos con la diferenciación de una serie de apartados, los cuales son:



Como ya hemos visto, las desviaciones se pueden producir de todas las formas diferentes, las cuales hemos visto arriba; en todo caso, debemos tener en cuenta a la hora de analizar cada una de ellas dos elementos muy importantes:

- Precio
- Actividad

Se desarrollaría de la siguiente forma:

1. Precio: es la cantidad de un producto por unidad; puede variar en función de cómo se haya estructurado
2. Actividad: es la diferencia entre la cantidad de productos por unidad que se había previsto y la cantidad de productos por unidad que acaban como resultado final.

1.2.1. Costes fijos

Definimos la desviación de costes fijos como aquella que:



Costes fijos: conjunto de gastos incluidos dentro de los de carácter indirecto, y son aquellos que van surgiendo y que se contemplan dentro del periodo de acción de la empresa.

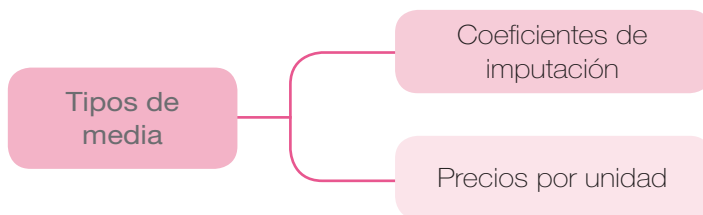
Debido a que las desviaciones de los costes fijos son costes de carácter indirecto, supone:

- Diferencias en el análisis de desviaciones
- Como van a ser tratados los costes estándar

Los costes indirectos, como son los costes fijos, conllevan una serie de características que explicaremos a continuación:

- Este tipo de costes no pueden afectar de forma directa al producto que se esté tratando
- Suponen una serie de costes, es decir, una serie de costes compuestos, que a su vez se componen de diferentes factores
- Cuando se realice la imputación debe hacerse de una determinada manera; esto es, debe hacerse mediante el método conocido como agregación de costes, según como esté organizada la empresa (departamentos, secciones, etc.)

Para calcular esta serie de costes, debemos proceder a realizar una serie de cálculos adiciones, que nos serán de mucha utilidad. Estos son:



A su vez, estos elementos se dividen en:

- Coeficientes de imputación
 - Estándar
 - Real

– Precios por unidad:

- Estándar
- Real

En el siguiente apartado, podremos conocer en qué consisten cada uno de ellos.

Estos elementos que hemos visto anteriormente podemos definirlos mediante este esquema:

Nombre	Características
Coeficientes de imputación	Son añadidos en función de la actividad generada por la unidad del producto durante la acción
	Podemos definirlos como el número de unidades de obra por cada unidad del determinado producto
Precios por unidad	Precio real y estimado de cada unidad de producto

En cuanto a la división de cada uno de estos, podemos ver en el de coeficiente de imputación:

Nombre	Características
Coeficientes de imputación	Estándar: es la diferencia entre el número de unidades de producto que se tiene previsto generar y la producción estimada
	Real: diferencia entre el número de obras reales y existente y la cantidad de producción real que se produce

En cuanto a la división de los valores con respecto al precio por unidad:

Nombre	Características
Precio por unidad	Estándar: es la diferencia entre el presupuesto que se tiene previsto para una sección y el porcentaje de obras previsto en cada sección
	Real: diferencia entre el coste verdadero que se estima en cada sección y el porcentaje real de unidades que se encuentran en cada sección

