
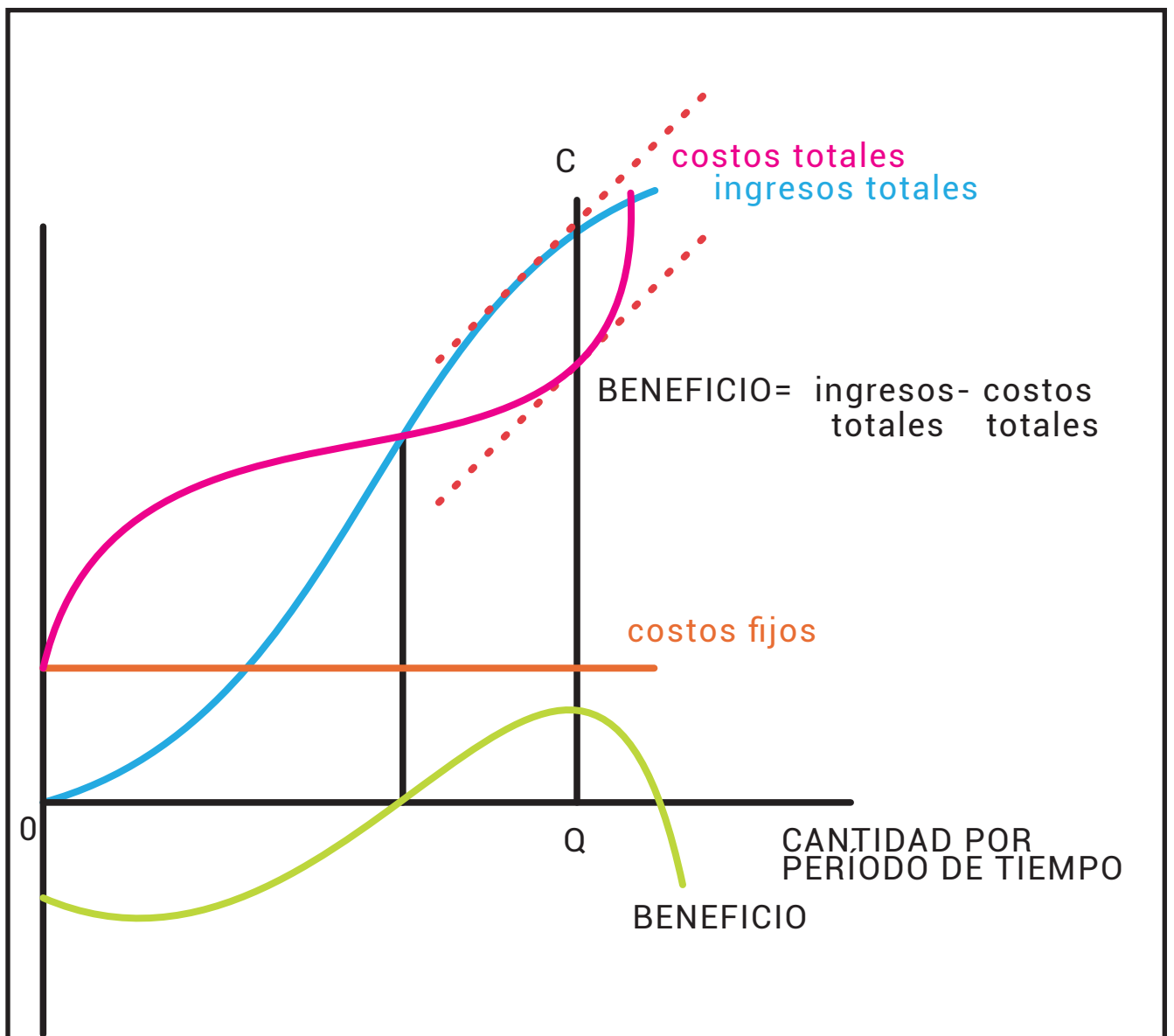


TOLERANCIAS GENERALES:	PROYECTÓ:		TMyP2 FAyD UNaM	01.01.01	
	DIBUJÓ:			xxx.SLDPRT	
	REVISÓ:				
	APROBÓ:				
	ESCALA:	DENOMINACIÓN: #		GRUPO:	
				N° de plano cliente: 01.01.01	
FORMATO: A4			N° de plano: 001	#	

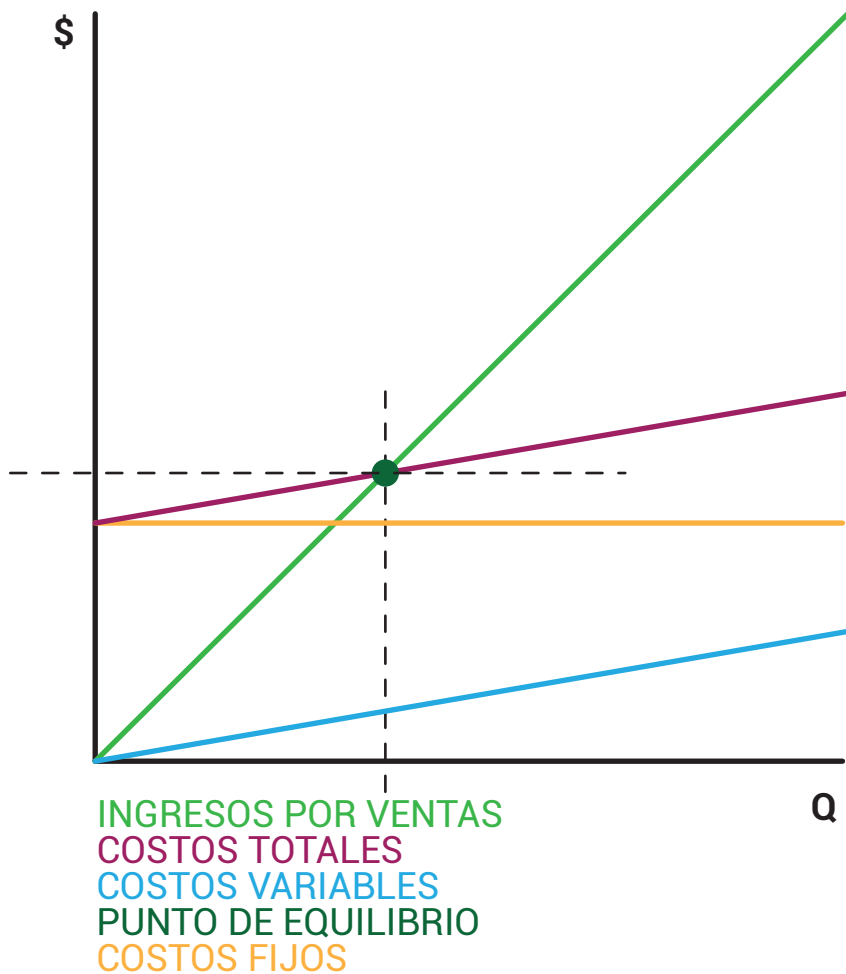


La decisión básica que debe tomar cualquier empresa responde a la pregunta ¿cuánto producimos? La respuesta a esta pregunta está relacionada con el precio al que puede vender la mercadería, que determina los ingresos de la empresa y con el costo de producción. El empresario que toma las decisiones de producción, de forma tal que dado el precio vigente en el mercado, y teniendo en cuenta sus costos de producción, el beneficio que obtenga, sea el máximo posible. (<http://www.econlink.com.ar/maximizacion-beneficios>)

TOLERANCIAS GENERALES:	PROYECTÓ:		TMyP2 FAYD UNaM	01.01.01	
	DIBUJÓ:			xxx.SLDPRT	
	REVISÓ:				
	APROBÓ:				
	ESCALA:	DENOMINACIÓN: #		GRUPO:	
				N° de plano cliente: 01.01.01	
	FORMATO: A4			N° de plano: 001	#

PRODUCCION AJUSTADA AL CONSUMO

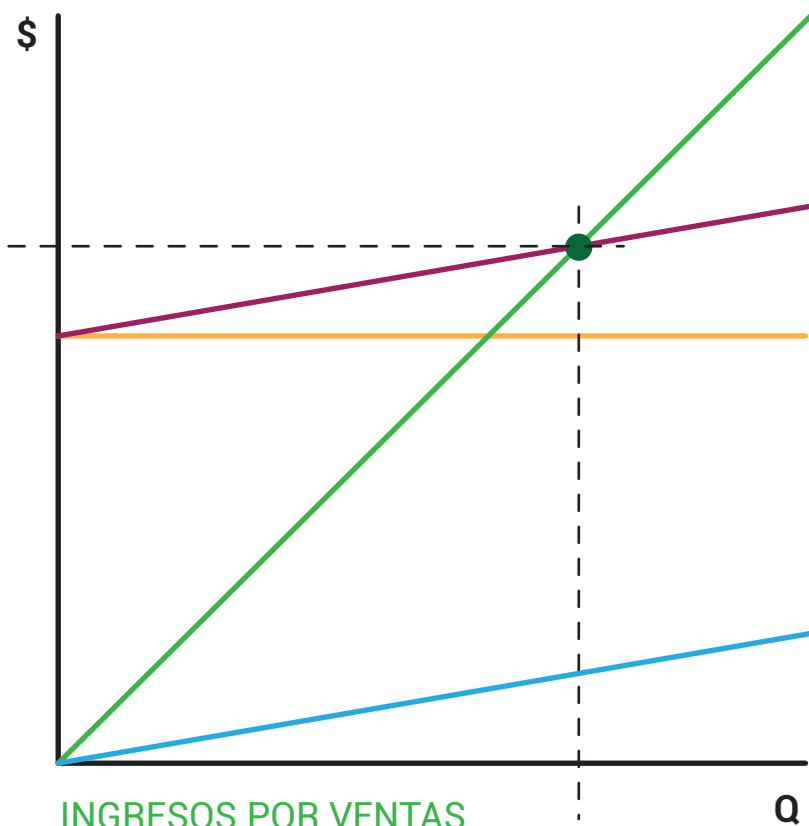
EMPRESAS DE PRODUCCIÓN MASIVA.
 DONDE LA ELABORACIÓN DE GRANDES
 CANTIDADES DE PRODUCTOS SE DA POR LA
 AUTOMATIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES/TAREAS.
 BAJA MANO DE OBRA, POCO ESPECIALIZADA.



TOLERANCIAS GENERALES:	PROYECTÓ:		TMyP2 FayD UNaM	01.01.01	
	DIBUJÓ:			xxx.SLDPRT	
	REVISÓ:				
	APROBÓ:				
	ESCALA:	DENOMINACIÓN: #		GRUPO:	
			N° de plano cliente: 01.01.01		
FORMATO: A4			N° de plano: 001	#	

CAPITAL INTENSIVO

EMPRESAS DE PRODUCCIÓN DE TECNOLOGÍA.
ALTA INVERSIÓN EN MEDIOS DE PRODUCCIÓN.

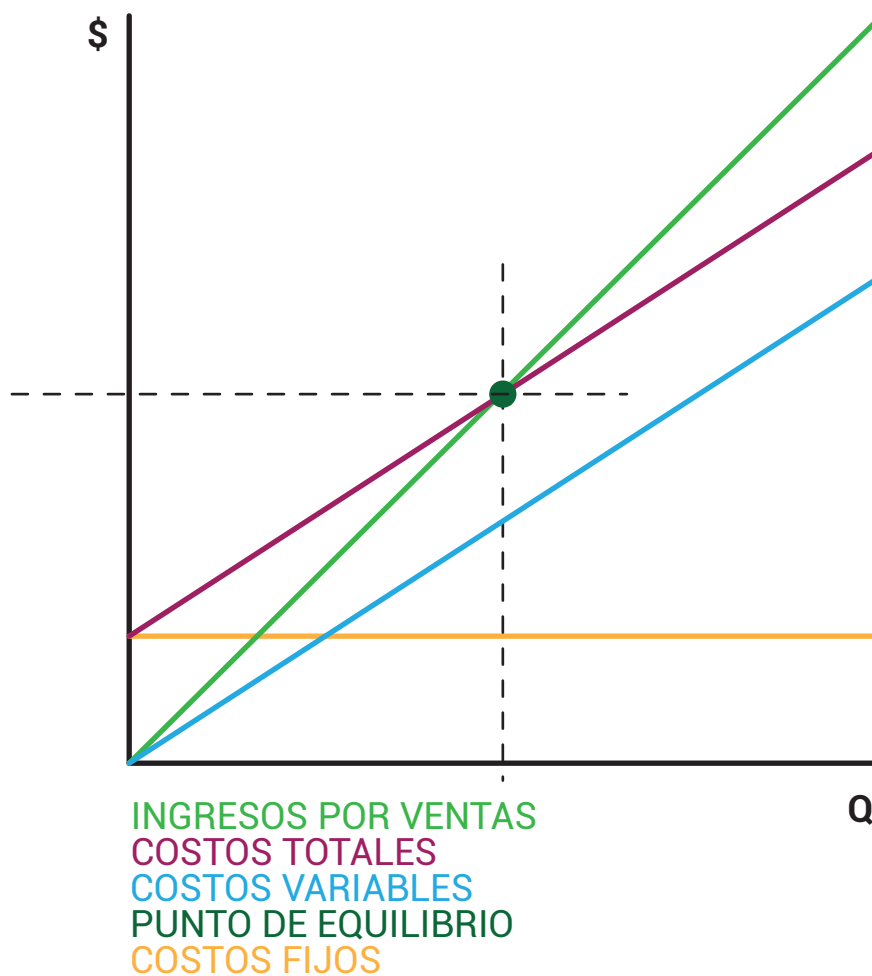


INGRESOS POR VENTAS
COSTOS TOTALES
COSTOS VARIABLES
PUNTO DE EQUILIBRIO
COSTOS FIJOS

TOLERANCIAS GENERALES:	PROYECTÓ:		TMyP2 FAYD UNaM	01.01.01	
	DIBUJÓ:			xxx.SLDPRT	
	REVISÓ:				
	APROBÓ:				
	ESCALA:	DENOMINACIÓN: #		GRUPO:	
			N° de plano cliente: 01.01.01		
FORMATO: A4			N° de plano: 001	#	

MANO DE OBRA INTENSIVA

EMPRESAS DONDE EL MODELO DE LA PRODUCCION ESTA AJUSTADO AL TRABAJO FÍSICO. PRODUCCIÓN DE UNICAS O POCAS CANTIDADES DE PRODUCTOS, DONDE EL FACTOR HUMANO ES PRIORITARIO. BAJOS COSTOS FIJOS LA E INVERSIÓN EN MEDIOS DE PRODUCCIÓN EN RELACIÓN A LA ALTA TASA DE MANO DE OBRA Y SU ESPECIALIZACIÓN.



TOLERANCIAS GENERALES:	PROYECTÓ:		TMyP2 FAYD UNaM	01.01.01	
	DIBUJÓ:			xxx.SLDPRT	
	REVISÓ:				
	APROBÓ:				
	ESCALA:	DENOMINACIÓN: #		GRUPO:	
			N° de plano cliente: 01.01.01		
FORMATO: A4			N° de plano: 001	#	

MODELO DE COSTOS

	ACTIVIDAD	INGRESO	SALIDA
0	DATOS/DENSIDAD POBLACIONAL DE LA ARGENTINA		
1	VENTAS	10 UNIDADES X \$18 C/U \$180	
2	COSTO VARIABLE		-\$100
2.1	MATERIA PRIMA		-\$57,5
2.2	MANO DE OBRA DIRECTA		-\$25
2.3	COMPONENTES COMPRADOS		-\$17,5
3	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	CONTRIBUYE CON LOS DEMAS GASTOS DE LA EMPRESA	\$80
4	COSTOS FIJOS	IMPUESTOS+COSTOS FIJOS+UTILIDADES	-\$50
4.1	DEPRECIACIONES		-\$5
4.2	ALQUILERES		-\$10
4.3	SUELDOS		-\$18
4.4	GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN		-\$8
4.5	GASTOS GENERALES		-\$9
5	UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMPUESTOS	\$30	
6	IMPUESTOS A LAS GANANCIAS (suponemos un 33,33%)		-\$10
7	UTILIDAD NETA	\$20	
8	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	$20 \times 100 / 180 = 11,11\%$	

DATOS TANGIBLES/DATOS INTANGIBLES>>>DISEÑO

PERCEPCIÓN DE CALIDAD, BELLEZA, ACTUALIDAD, SUBJETIVIDAD, GUSTO, EMPATÍA/APATÍA, COMPORTAMIENTO DEL PRODUCTO, RESULTADO/PRONOSTICO...

MATERIA PRIMA
SUB CONJUNTOS
COMPONENTES
REPUESTOS

MATERIALES DIRECTOS

+ MANO DE OBRA DIRECTA

COSTO PRIMO

+ COSTOS DIRECTOS DE
PRODUCCIÓN MANO
DE OBRA INDIRECTA

**COSTO DE
PRODUCCIÓN**

COSTO DE PRODUCCIÓN
COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN
COSTOS DE FINANCIACIÓN
COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

COSTOS DE VENTAS

+ UTILIDADES
IMPUESTOS

MARGEN

PRECIO DE VENTA

MODELO DE COSTOS

	ACTIVIDAD	INGRESO	SALIDA
0	DATOS		
1	VENTAS		
2	COSTO VARIABLE		
2.1	MATERIA PRIMA		
2.2	MANO DE OBRA DIRECTA		
2.3	COMPONENTES COMPRADOS		
3	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN		CONTRIBUYE CON LOS DEMAS GASTOS DE LA EMPRESA
4	COSTOS FIJOS		IMPUESTOS+COSTOS FIJOS+UTILIDADES
4.1	DEPRECIACIONES		
4.2	ALQUILERES		
4.3	SUELDOS		
4.4	GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN		
4.5	GASTOS GENERALES		
5	UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMPUESTOS		
6	IMPUESTOS		
7	UTILIDAD NETA		
8	RENTABILIDAD SOBRE VENTAS		

DATOS TANGIBLES/DATOS INTANGIBLES>>>DISEÑO

PERCEPCIÓN DE CALIDAD, BELLEZA, ACTUALIDAD, SUBJETIVIDAD, GUSTO, EMPATÍA/APATÍA, COMPORTAMIENTO DEL PRODUCTO, RESULTADO/PRONOSTICO...

