

COSTOS

Las organizaciones y los gerentes casi siempre están interesados en y preocupados por los costos. El control de los costos del pasado, presente y futuro es parte del trabajo de todos los gerentes de una empresa. En las compañías que tratan de tener utilidades, el control de los costos afecta directamente a las mismas. El conocimiento del costo de los productos es indispensable para la toma de decisiones en cuanto a la asignación de precios o a la mezcla de productos y servicios.

Los sistemas de contabilidad de costos pueden ser importantes fuentes de información para los gerentes de una empresa. Por esta razón, los gerentes entienden las fuerzas y debilidades de los sistemas de contabilidad de costos, y participan en la evaluación y evolución de la medición de costos y sistemas de administración. A diferencia de los sistemas de contabilidad que ayudan en la preparación de reportes financieros periódicamente, los sistemas y reportes de la contabilidad de costos no están sujetos a reglas y estándares tales como los principios de contabilidad generalmente aceptados. Como resultado, hay mucha variedad en los sistemas de contabilidad de costos de las diferentes compañías y algunas veces hasta en diferentes partes de una misma compañía u organización.

DEFINICION

El Costo o Coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.

USOS DE LA INFORMACION DE COSTOS

La información de costos es usada para dos propósitos en la mayoría de las organizaciones: 1) los sistemas de contabilidad de costos proveen información para evaluar el desempeño de una unidad organizacional o su gerente, y 2) también proveen los medios para estimar los costos de unidades de producto o servicio que la organización

pueda manufacturar o proveer a otros.

a) Medición del desempeño. Esta medición se puede hacer comparando los costos actuales con aquellos que eran esperados -costos estandar o costos presupuestados- al grado de saber cuales de ellos han sido controlados. Las desviaciones de lo esperado con lo actual -varianzas- pueden ser identificadas, evaluadas y discutidas por los gerentes.

b) Costo de los productos y servicios. En las compañías de manufactura, los costos de los productos deben ser medidos para determinar el costo de los artículos transferidos del trabajo en proceso al inventario de productos terminados. Para satisfacer las demandas de información, un sistema de costos debe medir todos los costos del proceso de manufactura y asignar una parte de esos costos a cada unidad de producto. Los costos de obtener, mantener y manejar la planta o edificio de manufactura deben ser agregados a los costos de material y labor productiva que cada unidad requiere. A los primeros se les llama costos indirectos y a los dos últimos se les llama costos directos.

c) Análisis de utilidades. La información de los costos es indispensable para analizar la utilidad de un producto o línea de productos. La información del costo de un producto permite a los gerentes evaluar el margen de contribución *-la diferencia entre el precio y el los costos variables-* y el margen bruto *-la diferencia entre el precio y el costo total del producto-*.

d) Mezcla de productos. En las compañías que ofrecen más de un producto o servicio, la información de costos es clave para manejar la mezcla de productos o servicios ofrecidos a los clientes. Con información de costo-utilidad, un gerente puede dirigir el esfuerzo de las ventas y la publicidad a los productos que generan mayor utilidad. Los productos que no genera utilidad pueden ser eliminados, tener una reasignación de precio, o atados con productos que tengan una mayor utilidad.

e) Asignación de precios. Independientemente de que los precios son determinados por las fuerzas de demanda del mercado, la diferenciación y publicidad de productos ofrecen a muchos gerentes algún tipo de idea para asignar los precios a los productos o servicios. Los costos de los productos y las tendencias comúnmente ofrecen señales a los gerentes de que los precios deben ser cambiados. Un ejemplo podría ser el cambio en el costo de un material o componente crítico *-indispensable-* esto puede dar una señal de reevaluar el precio de un producto o servicio.

f) Costo de servicio. Muchos productos requieren que el vendedor provea servicios adicionales a los clientes. En tales casos, la información acerca del costo de servicio es

tan importante para los gerentes como el costo de producción. Lo mismo para las compañías que ofrecen solo servicios, a menos que el costo del servicio sea medido, no hay manera de saber si proveer el servicio es rentable o no, ni tampoco si cambios en precios o publicidad son necesarios.

Visto desde otro ángulo, los usos que la administración de una empresa puede dar a los costos los podemos agrupar en 4 categorías, especificándolas a continuación:

COSTOS COSTEAR	PARA	Proporciona informes relativos a costos para medir utilidades y valorar el inventario.
COSTOS PLANEAR	PARA	Definir objetivos y seleccionar los caminos económicos-financieros, que conduzcan a la empresa a su logro, a partir de donde se encuentra.
COSTOS CONTROLAR	PARA	Permite conocer si se están alcanzando los objetivos establecidos y a su vez, sirve como base para tomar medidas correctivas.
COSTOS TOMAR DECISIONES	PARA	Proporciona información para poder seleccionar la mejor alternativa.

**EL COSTO DE CUALQUIER COSA DEPENDERÁ DEL PROPOSITO
PARA DETERMINAR EL COSTO**

*** COSTOS PARA COSTEAR**

Como ya se mencionó antes, "costos para costear" significa que se proporcionará informes relativos a costos para medir utilidades y valorar inventario.

Ilustración sencilla:

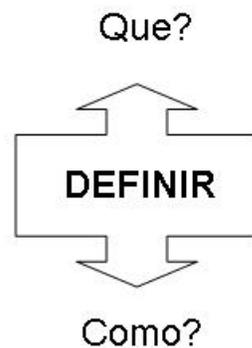


*** COSTOS PARA PLANEAR**
Los "costos para planear" se utilizan para definir objetivos y seleccionar los caminos economicos-financieros, que conduzcan a la empresa a su logro, a partir de donde se encuentra.

Ilustracion sencilla:

PLANEACION

ES DECIDIR HOY LO QUE DEBE HACERSE EN EL FUTURO



CLASIFICACION GENERAL DE LOS COSTOS

DICOTOMIA		BASE PARA IDENTIFICARLOS
Costo Relevante	Costo Irrelevante	Se ve o no afectado por la

		decision
Costo Oportunidad	de Costo Erogable	Naturaleza del sacrificio
Costo Historico	Costo Futuro	Grado de anticipacion en su determinacion
Costo Variable	Costo Fijo	Relacion con el volumen de actividad
Costo Identificable	Costo Comun	Identificacion con una unidad de operacion
Costo Desembolsable	Costo Virtual	Relacion con un flujo inmediato de efectivo
Costo Incremental	Costo Sumergido	Relacion a un incremento de actividad
Costo Evitable (Discrecional)	Costo Comprometido	Grado de control
Costo Reposicion	de Costo Historico	Momento de la valuacion

CLASIFICACION DE LOS COSTOS DE ACUERDO AL COSTO DE PRODUCCION

De acuerdo al costo de produccion	Materia Prima
	Mano de Obra Directa (MOD)
	Gastos Indirectos de Fabricacion (GIF)

CLASIFICACION DE LOS COSTOS DE ACUERDO AL VOLUMEN DE ACTIVIDAD

De acuerdo al volumen de actividad	Fijo
	Variable

COSTOS DIFERENTES PARA PROPOSITOS DIFERENTES

Establecimiento de Precios	de	$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costos del mes anterior}}{(1 - \% \text{ de Margen de Contribucion})}$ $\text{Precio de Venta} = \frac{2.5}{(1 - .4)} = 4.16$
<u>Valuacion de Inventarios (Metodos)</u>		$\text{Costos de la ultima compra} \times \text{Monto del Inventario} = 2.65 \times 100 = 265$
Costo de Ventas		$\text{Monto de unidades vendidas} \times \text{Costo de produccion por unidad} = 500 \times 2.53 = 1,265$
Presupuesto de desembolso de efectivo. Presupuestos de Compra	de	$\text{Monto de unidades a comprar} \times \text{Costos futuros} = \text{Desembolso de efectivo} = 200 \times 2.75 = 550$
Evaluacion del desempeno	del	$\begin{array}{l} \text{Costo esperado} = 2.25 \\ \text{Costo real} = 2.50 \\ \text{Variacion desfavorable} = 0.25 \end{array}$