

PARTE I. Conceptos fundamentales en el análisis del ámbito interno de la empresa.

Fundamentos básicos de la contabilidad de costes y de gestión

Tema 1. Consideraciones previas

- La circulación económica en la empresa, ámbito interno y externo de la empresa
- Análisis formal del proceso productivo en la empresa
- División de la contabilidad. Concepto y objetivos de la contabilidad de costes y de gestión
- Relación y diferencia entre la contabilidad de costes o interna de la empresa y la contabilidad financiera
- El Controller de la empresa

Tema 2. La magnitud del coste

- Terminología básica de costes: Concepto de coste, objeto de coste, portador del coste
- Coste, gasto, pérdida, inversión
- Relatividad del coste

Tema 3. Clasificación y comportamiento de los costes

- Principales criterios de clasificación de los costes
- La estructura del proceso de formación del coste
- Costes de los productos y del periodo. El proceso de formación del coste total
- Estadística de costes y estadísticas de resultados

- No siempre ha estado clara la diferencia que puede existir entre un coste, un gasto y un pago. El termino coste siempre hace referencia al ámbito interno de la empresa, mientras que el gasto y el pago suponen una relación de la empresa con su entorno. Los gastos suponen obligaciones externas, generalmente de carácter jurídico, y los pagos la entrega de unidades monetarias por tales obligaciones. Los costes son exclusivamente, consumos, transformaciones, inmovilizaciones o cambios de valor.
- Cuando se adquiere una materia auxiliar, se incurre en un gasto y mientras no sea incorporada al proceso productivo no constituirá un coste. Los gastos conllevan obligaciones externas de carácter jurídico, mientras que los costes son exclusivamente consumos motivados por la elaboración de un producto.
- Por tanto, los costes no tienen por qué dar lugar a un gasto, ni todos los gastos constituyen costes. Así, por ejemplo, el coste de oportunidad de los recursos propios constituirá un coste, y sin embargo, no supone ningún gasto.

No todo coste es gasto, no todo gasto es coste y hay costes que no son gastos

EJEMPLOS EN HOTELES

Así el coste es un recurso que se sacrifica o al que se renuncia para alcanzar un objetivo

El costo de producción es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros de producción para obtener un producto o servicio.

Pero el coste no es una magnitud ni exacta ni única.

Esta afirmación resulta cierta por múltiples causas, de entre las cuales resulta interesante destacar: la dificultad del cálculo de las magnitudes que definen el coste, la existencia de costes indirectos en relación a los productos o secciones y la existencia de costes fijos.

Otra causa de la relatividad de los costes viene dada por la producción múltiple, puede ocurrir que los diferentes productos obtenidos sean independientes (producción común), o bien, para la obtención de uno sea necesario la obtención de otro (producción conjunta). Para los casos de producción común, el problema puede atenuarse, pero no así para el caso de la producción conjunta.

EJEMPLO: El Caso Coles y Zanahorias (Ejemplos clásicos de Contabilidad de Costes)

Voy al mercado y compro:

- 5 Kg de coles por un total de 100 um.
- 5 Kg de zanahorias por un total de 200 um.
- Además hemos gastado, para ir y volver, 30 um en la guagua.
 - ¿Cuál es el coste final de mis zanahorias?.
 - ¿Repartiré mis gastos de transporte por igual entre las coles y zanahorias o los repartiré según su precio de compra?
 - ¿Y si no hubiera tenido intención de comprar más que coles, y he comprado las zanahorias para aprovechar la ocasión, ¿no debo imputar mis gastos de transportes en su totalidad a las coles y nada a las zanahorias?.

Según el método de cálculo que utilice, el coste final de las coles será de 23 um, 22 um o 26 um. Y el de las zanahorias 43, 44 o 40 um/kg. Puedo escoger de cualquiera de los tres métodos

Como puede observarse, el camino elegido en el reparto de costes indirectos incide en el precio de coste de los productos.

Por otro lado, los costes fijos existen con independencia del volumen de actividad. Si el precio de coste de un producto viene dado por la suma de todos los consumos ¿Cómo atribuiremos los costes fijos a cada producto si estos no dependen del mismo?, Si en un determinado mes sólo se produce una unidad de producto, ¿no, tendrá que soportar, a primera vista sin ninguna causa justificable, todos los costes fijos del periodo y, por tanto, incrementar su precio de coste?. Si en el mismo mes en lugar de fabricar una unidad, se hubieran fabricado 10.000 unidades, el precio de coste de cada unidad, seguramente sería inferior al del primer caso. ¿Existe una razón objetiva para ello? Creemos que la respuesta es negativa.

Por todo lo expuesto, nunca podrá afirmarse que el coste es una magnitud totalmente cierta y única; variara en función de la situación y elección subjetiva del decisión, de los distintos tipos de empresas o actividades y de los diferentes volúmenes de producción.

Pero el hecho de que los costes sean magnitudes subjetivas no implican, bajo ningún punto de vista, que sean magnitudes arbitrarias. El coste debe ser calculado lo más realistamente posible, aunque ello suponga el empleo de métodos más o menos subjetivos.

El problema fundamental de la asignación de costes puesto en evidencia en los ejemplos encierra tres relaciones básicas que conviene clarificar:

- 1) *La periodificación de las cargas, distribuyéndolas entre los ejercicios a los que corresponde.*
- 2) *La distribución de las cargas del periodo entre los centros de actividad, en que se lleva adelante el proceso productivo.*
- 3) *Imputación de los costes de los centros de actividad a los productos y servicios obtenidos de ellos.*

Sobre la relatividad del coste, presentamos a modo orientativo la cuenta tipo de explotación de un establecimiento de restauración según su gestión sea muy buena, ideal o mal gestionada.

Cuenta de Explotación de un establecimiento tipo

Concepto	Muy Bien	Ideal	Mal
A – Ventas %	100 %	100 %	100 %
B – Materia prima	27 %	< 30 %	> 40 %
C – Personal	31 %	< 35 %	> 37 %
Coste primario B + C	58 %	< 65 %	> 77 %
D – Gastos Generales	8 %	< 10 %	> 15 %
Funcionamiento	Energía y agua Impuestos y tasas locales	Mantenimiento Reposiciones Seguros	Reparaciones Lavado ropa Otros
Gestión	Teléfono Oficina	Imprenta Marketing	Material oficina Otros
E – Costes de ocupación	7%	< 8 %	> 12 %
	Alquiler	Amortizaciones	Intereses
F – Rdo. Bruto	27 %	17 %	(-4 %)
Impuestos	7 %	7 %	3 %
G – Rdo. Neto	20 %	10 %	(-7 %)

Radiografía del gasto

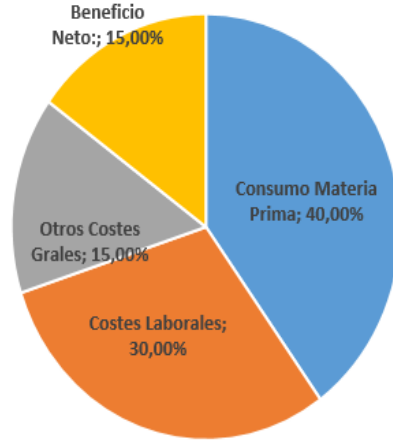
Estructura típica de los costes en restauración (en % sobre las ventas)

Significación de los costes y márgenes sobre los ingresos de explotación

(1) <i>Ingresos de Explotación</i>	100,00%
(2) <i>Consumo Materia Prima</i>	40,00%
(3) <i>Costes Laborales</i>	30,00%
(4) <i>Otros Costes Grales</i>	15,00%
(5) <i>Beneficio Neto:</i>	15,00%

*Beneficio Bruto = Ingresos - Costes Materia Prima
(1) - (2)*

*Benef. Neto = Ingresos - Cost. Materia Prima -
Cost. Laborales - Otros Cost. Grales (1) - (2) - (3) -*



Sobre la relatividad del costes y el Food Cost, concepto clave en restauración . Food Cost ideal

El Food Cost es un concepto fundamental en la gestión de restaurantes, así cuando comenzamos en el mundo de restauración, una de las cosas que más choca en las reuniones de varios hosteleros veteranos es cuando se preguntan: “Y tú, ¿en cuánto estás?”

A partir de ahí, el novato escucha asombrado la sucesión de cifras que comentan unos y otros: “yo en un 25”, “nosotros en un 34”, “no me extraña que estés en un 18, ¡¡con lo que das de comer!!” (comentario jocoso), “yo llevo unos meses en el 37 y no sé cómo bajar”...

A lo que se refiere toda esta gente es al food-cost o, lo que es lo mismo, al coste de materia prima medido en tanto por ciento respecto a las ventas. Por tanto, es un ratio que relaciona el consumo de materia prima del restaurante con las ventas, siendo un coste variable pues aumenta y disminuye proporcionalmente a las ventas realizadas.

consumo de materia prima / ventas

La relevancia de esta variable despierta el interés por conocer cuál es food-cost ideal, es la pregunta del millón y para la que no hay una respuesta única y universal aplicable a todos los restaurantes, hay restaurantes que con un 33% de food-cost están mal gestionados y restaurantes rentables y sanos que disfrutan plácidamente de un 40% de food-cost.

<https://thefoodmanager.com/2016/12/01/que-es-el-food-cost/>