
Caso global 1: la empresa DECOFLOOR

El concepto de coste. Planteamiento

PID_00260826

Àngels Fitó Bertran
Joan Llobet Dalmases

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 1 hora



Àngels Fitó Bertran

Joan Llobet Dalmases

El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por el profesor: Joan Llobet Dalmases (2019)

Primera edición: septiembre 2019
© Àngels Fitó Bertran, Joan Llobet Dalmases
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2019
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realización editorial: FUOC

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares de los derechos.

Índice

1. Objetivos del caso.....	5
2. Descripción del caso.....	7

1. Objetivos del caso

La **función financiera** es la responsable, entre otras cosas, de tomar decisiones relevantes sobre la distribución de los recursos, que ya sabemos que son limitados. Este tipo de toma de decisiones, que se pueden producir a corto plazo, pero también en un horizonte más largo, requiere un conocimiento de cómo se comportan estos recursos en función de los objetivos de producción o de realización de servicios fijados.

Estas son algunas de las cuestiones a las que la dirección financiera debe saber responder: ¿cuáles son los costes más relevantes según nuestra estructura productiva? ¿Cómo se comportan estos costes ante fluctuaciones en el volumen de actividad? ¿Qué impacto tiene en los resultados una alteración en la composición de los costes? ¿De qué margen de actuación disponemos para hacer más eficiente nuestra estructura de costes? Hay que tener en cuenta que estas cuestiones no se resuelven analizando exclusivamente la información financiera de la empresa que se utiliza para el rendimiento de cuentas ante terceros.

En este primer caso global profundizaremos, desde una vertiente práctica, en el concepto básico –el *átomo*, lo podríamos llamar– sobre el cual se estructura toda la información relevante que hay que elaborar y analizar para una toma de decisiones consciente: el coste.

A continuación, planteamos una situación empresarial y aportamos un conjunto de información que nos ha de permitir entender tres aplicaciones fundamentales del concepto de coste que resultan capitales para poder avanzar en la construcción de un sistema de información que permita una gestión eficiente y razonada de la estructura de costes empresariales. Estas tres aplicaciones son:

- La **diferencia entre gasto, coste y pago**. Si revisamos la definición de *coste*, entendido como “la medida y valoración del consumo realizado o previsto por la aplicación racional de los factores para la obtención de un producto, trabajo o servicio”, ya podemos prever que hay una serie de condicionantes que provocan que no todo gasto sea coste. Hablar de *consumo*, de *aplicación racional* o bien de la *obtención de un producto o servicio* son limitaciones al concepto de gasto que determinan en qué momento o en qué circunstancias este gasto deviene coste.
- La **diferencia entre coste de la producción y coste del periodo**. Desde el momento en el que producción y venta no tienen por qué coincidir y, por lo tanto, tenemos *stocks* que aumentan o disminuyen en función de la diferencia entre las unidades compradas o producidas, y las unidades ven-

didadas o consumidas, hay que distinguir entre los costes que asociamos a las unidades vendidas y que, por lo tanto, son costes del periodo de aquellos costes que forman parte de la producción y quedan almacenados para ser vendidos.

- Como consecuencia de la circunstancia anterior, hay que comprender, calcular y aplicar correctamente la incidencia que tienen en los inventarios y en la cuenta de resultados las diferentes variaciones que se han producido en los almacenes, tanto de materias primas como de productos acabados.

El caso concluye con la elaboración de una cuenta de resultados a costes completos, que permite visualizar el impacto de estas tres aplicaciones del concepto de coste.

2. Descripción del caso

DECOFLOOR es una empresa de reciente creación dedicada al diseño y a la fabricación de papeles decorativos destinados a recubrir todo tipo de tableros para fabricar laminados para suelos (también llamados *parqués*), entre otras aplicaciones posibles. La empresa, con un alto grado de mecanización del proceso productivo y una plantilla pequeña, es una empresa familiar dirigida por la señora Sala, gran conocedora del sector, y sus tres hijos, que llevan a cabo funciones de dirección de producción, financieras y comerciales, respectivamente.

Sus oportunidades estratégicas son las propias de una empresa en proceso de crecimiento que tiene que luchar para arañar cuota de mercado a los competidores inmediatos, y que en el ámbito interno debe definir y consolidar los procesos y circuitos que configuran una actividad que, a menudo, se ve zanjada por las nuevas oportunidades tecnológicas.

Marta Rovira empezó a trabajar en DECOFLOOR cuando apenas acababa de crearse. En todo este tiempo, tanto ella como la empresa han ido evolucionando y madurando y, si bien hoy ya se cuenta con un equipo de veinte personas y con dos máquinas de impresión que funcionan en dos turnos, Marta, en todo este tiempo, ha ido asumiendo varias funciones dentro del área de administración y ahora es la principal responsable de la gestión contable.

Una vez definidos los circuitos necesarios para garantizar la elaboración de una información contable y financiera que cumpla los requisitos que marca la normativa, la preocupación actual de Marta es elaborar una información que permita entender mejor los resultados obtenidos por la empresa y que facilite un mejor análisis de la actividad realizada. En este sentido, se propone elaborar un primer estado de cuentas analítico que diferencie el coste asociado a las tareas de producción del resto de los costes propios de la gestión comercial y administrativa.

Por este motivo, Marta se dispone a preparar esta información con los datos del último semestre del ejercicio actual, partiendo de los datos que conoce de este periodo resumidos en el balance de sumas y saldos siguiente:

Cuenta	Descripción	Saldo a 31-12
600	Compra de materias primas: papel	1.079.940
600	Compra de materias primas: tinta	420.180
622	Reparaciones y conservación	12.330
623	Servicios profesionales independientes	9.300
624	Transportes de ventas	30.520
625	Primas de seguros	6.250
627	Publicidad y relaciones públicas	13.150
628	Suministros	38.000
629	Otros gastos	12.325
640	Sueldos y salarios	220.000
642	Seguridad social a cargo de la empresa	85.000
662	Gastos financieros	3.600
682	Dotaciones a la amortización	80.000
700	Ventas	-2.500.000
778	Ingresos extraordinarios	-725
	Total	-490.130

Como responsable de la información financiera de la empresa, Marta tiene conocimiento de esta información adicional:

1) Los datos de los inventarios de la empresa valorados a criterio FIFO son los siguientes:

Cuenta	Descripción	Saldo a 31-12	Saldo a 30-06
310	Existencias de materias primas: papel	96.400 €	124.460 €
310	Existencias de materias primas: tinta	12.000 €	910 €
350	Existencias de bobinas: papel acabado	70.000 kg	80.000 kg a 2,75 €/kg

2) Exceptuando 620 €, que corresponden a una reparación del vehículo comercial de la empresa, el resto de las reparaciones se han hecho a la maquinaria de producción.

3) Los gastos de profesionales independientes corresponden a los honorarios de la asesoría externa que lleva la gestión laboral y fiscal de la empresa.

4) Las primas de seguros devengadas hasta el 31 de diciembre corresponden, en un 80 %, a la maquinaria de producción; el resto, a los vehículos comerciales de la empresa. Del total devengado, solo las primas correspondientes a la maquinaria de producción han sido efectivamente pagadas.

5) El saldo de gastos de publicidad y relaciones públicas se corresponden con comisiones y dietas, básicamente gasolina y comidas, de los comerciales de la empresa.

6) Los suministros son, principalmente, el consumo eléctrico y de agua necesarios para la producción. Solo el 5 % de este importe se podría imputar a las funciones de administración.

7) Todo el resto de los gastos agrupados bajo el epígrafe “Otros gastos” corresponden a material de oficina y otros gastos de administración y dirección.

8) Un análisis del coste laboral ha permitido a Marta efectuar la distinción siguiente: coste de producción, 70 %; coste comercial, 15 %, y el resto, administración y dirección.

9) Las dotaciones a la amortización se calculan linealmente y se registran mensualmente: en un 45 %, corresponden a la maquinaria de producción; en un 15 %, a los vehículos comerciales, y el resto, a la nave donde se desarrolla la actividad, que está destinada en un 80 % a producción, en un 10 % al área comercial y el resto, a los despachos de administración y dirección.

10) El importe facturado corresponde a la venta de 625.000 kg de los dos tipos de papel que comercializa, a un precio medio de venta de 4 €/kg. De estas bobinas, a final de año quedaban pendientes de cobrar 12 de 1.000 kg.

Con los datos recopilados, la Marta ya está en disposición de ofrecer un resultado analítico del semestre. Para obtener esta información hará los pasos siguientes:

1) Distinguirá cuáles han sido los costes de producción del resto de los costes del periodo: comerciales, de administración y de dirección. Para localizar los costes en estos tres centros de coste se propone completar una tabla de este tipo:

		Producción	Comercial	Administ.	Total
600/610	Consumo de materias primas: papel				
600/610	Consumo de materias primas: tinta				
622	Reparaciones y conservación				
623	Servicios profesionales independientes				
624	Transportes de ventas				
625	Primas de seguros				
627	Publicidad y relaciones públicas				
628	Suministros				
629	Otros gastos				
640	Sueldos y salarios				
642	Seguridad social de la empresa				
682	Dotaciones a la amortización				
	Total				

2) Sabiendo cuáles han sido los costes de producción y conociendo también los datos relativos al movimiento del almacén de producto acabado y al criterio de valoración utilizado, determinará cuál ha sido el coste de la producción vendida, o coste de las ventas. En este caso se propone completar la tabla siguiente:

	Unidades (kg)	€ / Unidades (kg)	Importe
Existencia inicial p. acabado			
Producción			
Existencia final p. acabado			
Coste de ventas			

3) Elaborará una cuenta de resultados analíticos que permitirá conocer cuál ha sido el margen bruto obtenido con las unidades vendidas y cuál ha sido el resultado analítico de la explotación una vez deducidos los costes del periodo.

Teniendo en cuenta que estamos trabajando según un modelo de costes completos que no tiene en cuenta la distinción entre costes fijos y variables, el esquema de cuenta de explotación propuesto es el siguiente:

Ventas	
Coste de ventas	
Margen industrial	
Coste comercial	
Coste de administración	
Resultado analítico de explotación	