



CARRERA: CONTADOR PÚBLICO NACIONAL Y PERITO PARTIDOR

APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE COSTOS A LA PRODUCCIÓN DE TORTAS ARTESANALES CASO: ALBERTINA TORTAS

Trabajo de Investigación

Por:

Biondo López M. Antonella 27537 – antobiondo45@gmail.com

Guerrero Mariana Elizabeth 27706 – marieli939.mg@gmail.com

Sottano Virginia 27926 – sottanovirginia@gmail.com

Director

Martínez María Marta

Codirectores

Bellotti Carla y Sarmiento Antonella

Mendoza 2018

APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE COSTOS A LA PRODUCCIÓN DE TORTAS ARTESANALES CASO: ALBERTINA TORTAS

La presente investigación se propone indagar y analizar como la implementación de una estructura de costos en un emprendimiento específico permite mejorar la tomar decisiones tanto operativas como estratégicas.

La investigación implicó realizar un análisis cuantitativo, correlacional, microsocioal, empírico y sincrónica o seccional. A partir de datos de la entrevista realizada a la dueña del emprendimiento se analizan los costos que posee el mismo y se elabora una estructura de costos para dicho emprendimiento. Luego se evalúa como mejora el uso de la herramienta propuesta la toma de decisiones.

Los resultados indican que: 1) al no poseer una estructura de costos, la dueña del emprendimiento no realiza un cálculo exacto de los mismos, lo que no permite conocer el resultado operativo que realmente obtiene, y que puede llegar a influir en la toma de decisiones erróneas que pueden afectar negativamente al negocio y; 2) La implementación de la herramienta mejora las decisiones operativas y estratégicas, ya que permite el conocimiento de la rentabilidad que brinda cada uno de los productos que se ofrecen, posibilitando de esta manera, mejorar la obtención de ganancias.

Palabras clave: Emprendimiento, herramienta, estructura de costos, toma de decisiones.

INDICE

INTRODUCCION	4
CAPITULO I MARCO TEÓRICO	7
1. DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE COSTOS	9
2. ANÁLISIS FODA.....	12
3. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS POR ORDEN DE PRODUCCIÓN.....	13
A. Clasificación de las órdenes de trabajo	13
B. Hoja de costos por órdenes de producción	13
4. MODELOS DE DETERMINACIÓN DE COSTOS	14
A. Modelos de costos puros.....	14
<i>Modelos de costos desde lo cualitativo.</i>	14
<i>Modelos de costos desde lo cuantitativo</i>	16
B. Combinación de modelos desde lo cualitativo y cuantitativo	17
5. ENFOQUE CONTRIBUTIVO MARGINAL	18
A. El enfoque contributivo en unidades físicas	18
B. El enfoque contributivo en unidades monetarias.....	20
CAPITULO II PYMES SU IMPORTANCIA, VENTAJAS Y DESVENTAJAS	23
1. CONCEPTO DE PYME.....	23
2. IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN ARGENTINA.	24
3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS PYMES	24
CAPITULO III APLICACIÓN PRÁCTICA	27
1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	27
2. PRESENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA	30
CONCLUSIONES	44
BIBLIOGRAFIA	46

INTRODUCCION

Un emprendimiento es la iniciativa que tiene una persona quien mediante la inversión de recursos para aprovechar una oportunidad de mercado asume riesgos económicos. Los mismos surgen de una idea que luego se materializa en un producto o servicio, es por esto que los emprendimientos que logran alcanzar el éxito son aquellos que son encarados por personas creativas, con decisión, que pueden adaptarse a la realidad cambiante de la economía.

Los emprendimientos, generalmente en épocas de crisis, suelen ser la opción de aquellas personas que se encuentran en situación de desempleo. En la actualidad existen muchos de ellos en Argentina, pero no todos tienen éxito dada la escasa importancia que se dirige a la determinación de una estructura de costos y a las distintas herramientas de costos existentes que permiten mejorar y optimizar resultados.

En particular, este trabajo se enfoca en el emprendimiento “Albertina Tortas” ubicado en Las Heras – Mendoza, dedicado a la repostería artesanal.

El mismo tiene como objetivo general conocer y analizar una estructura de costos, como objetivo específico elaborar una estructura de costos para este emprendimiento que le permita tomar decisiones tanto operativas como estratégicas. La hipótesis de este proyecto es “El desconocimiento de la estructura de costos de Albertina Tortas provocaría una mala toma de decisiones”. Para ello el trabajo plantea una investigación de carácter cuantitativo y cualitativo, aplicada, correlacional, empírica, con investigación de campo, microsocial, sincrónica o seccional y mixta. El diseño del proyecto es ecológico dado que es imposible manipular las variables debido a la influencia de múltiples factores en el objeto de estudio. La recolección de datos será mediante entrevistas y estudio de documentación y antecedentes.

Llevamos a cabo una investigación descriptiva desde un enfoque cuantitativo pues contiene aspectos objetivos y susceptibles de cuantificación (costos incurridos en la actividad a analizar), y cualitativo puesto que se interpretan los datos obtenidos del análisis cuantitativo y se incluyen aspectos no cuantificables como la toma de decisiones y análisis FODA.

Desde el punto de vista de la finalidad es una investigación aplicada, debido a que es un tema ya investigado en otras industrias, en este trabajo se implementan esos estudios para elaborar una estructura de costos al proceso de producción de tortas artesanales.

Según la profundidad, es correlacional porque se busca evaluar el grado de relación que existe entre la estructura de costos y la toma de decisiones.

Además nuestra investigación es empírica, ya que en nuestro rol de investigadores no intervenimos ni manipulamos el fenómeno de estudio. Es decir, no tenemos las variables bajo nuestro control.

Según el marco en el que tiene lugar este trabajo adopta la modalidad de investigación de campo, debido a que observaremos el fenómeno tal cual se da en su ambiente natural, en este caso

un emprendimiento de tortas artesanales de la ciudad de Mendoza.

Con relación a la amplitud es microsocia l ya que en este trabajo realizaremos el estudio de un caso particular.

Según alcance temporal es sincrónica o seccional dado que se aplica a un periodo específico (tomamos el costo de los productos a un momento dado)

Por último teniendo en cuenta la fuente es mixta, es decir, se trabaja con datos primarios recolectados por nuestra cuenta, brindados por la dueña de la empresa bajo análisis y datos secundarios obtenidos de artículos de investigación, documentos, bibliografía calificada, entre otros.

La obtención de la información se realizara a través de dos herramientas por un lado Entrevistas con las que se pretende satisfacer básicamente los objetivos de recolección de información, comprensión del proceso de producción de tortas artesanales, comunicación del objetivo del trabajo a la dueña del emprendimiento y por otro lado estudio de documentación y antecedentes que tiene por objetivo la lectura y el análisis de los documentos contables que pueden brindar conocimiento de los ingresos y costos atribuibles al proceso productivo.

La beneficiaria principal de este proyecto es Esther Basles, pero el mismo sirve como herramienta para otros emprendimientos de envergadura similar.

En un sentido amplio se pretende cumplir con los objetivos de:

- Determinar el impacto de los costos en la producción y venta de los productos ofrecidos por el emprendimiento bajo análisis.
- Elaborar una herramienta que permita calcular los costos y el resultado obtenido por la empresa para facilitar la toma de decisiones.

Para cumplir con los objetivos propuestos, el primer capítulo del trabajo establece el marco de referencia teórico o conceptual.

En la sección 1 se explican conceptualmente los costos y se su clasificación.

La sección 2 contiene información sobre al análisis FODA, que luego se aplicara al caso en concreto.

La sección 3 brinda información relacionada con la distribución de costos por órdenes producción.

En la sección 4 se realiza una explicación de los distintos modelos de determinación de costos.

Finalmente la sección 5 de este primer capítulo conceptualiza el enfoque contributivo marginal.

El segundo capítulo del trabajo contiene información relacionada con las pymes, su importancia en el país, así como también las ventajas y desventajas de las mismas.

El tercer capítulo del trabajo consiste en la aplicación práctica a un emprendimiento de tortas artesanales.

En la sección 1 de este tercer capítulo encontramos una breve reseña histórica del emprendimiento, se realiza una descripción del proceso productivo y se desarrolla el análisis FODA específicamente para el emprendimiento en cuestión.

Finalmente se explica la herramienta elaborada para la determinación de costos de la empresa, realizando el análisis para un mes en particular, mostrando de esta manera los costos en los que incurre el emprendimiento y el resultado operativo que realmente obtiene el mismo.

En función del análisis efectuado, se puede observar una importante diferencia en la rentabilidad que la dueña del emprendimiento cree obtener y la que realmente obtiene.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

En este capítulo se desarrollan conceptos que se consideran claves para la comprensión del presente trabajo de investigación. Se seleccionan autores como Cartier, Enrique, Iavarone Paula Gisella, Horngren Charles, Foster George y Dakar Srikant, Verasay Pamela debido a la rigurosidad con la que tratan la temática.

El tema ya ha sido indagado y estudiado por autores como CASCARINI, Daniel Carlos, “Teoría y Práctica de los sistemas de Costos”, (Buenos Aires, Editorial La Ley, 2004); GIMÉNEZ, Carlos M. y colaboradores., Sistemas de Costos (1ª Edición, Buenos Aires, Editorial La Ley, 2007) entre otros.

No solo ha sido investigado por estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas (FCE)– Universidad Nacional de Cuyo (en adelante UNCuyo) para otros rubros como IAVARONE Paula Gisella (2012) FCE – UNCuyo “Costos por órdenes de producción: su aplicación a la industria panificadora” y VERASAY Pamela (2013) “Aplicación de las herramientas de costos y gestión a las actividades mineras”, sino también por alumnos de otras facultades como Ruarte Matías Sebastián, Martinelli María Paula y Ruarte Natalí Belén (2012) Universidad tecnológica Nacional (en adelante UTN) - Facultad Regional San Rafael “Estudio de pre factibilidad Producción de Helados Industriales” y FRAQUELLI, Ana María (2015) FCE – Universidad FASTA “Costos y beneficios de fabricar pan francés o comprar”.

Para el desarrollo del trabajo, es esencial conocer y desarrollar los conceptos básicos que dan sustento a la estructura que se desea plantear. Como eje principal se comienza definiendo al costo.

Desde el punto de vista económico, la teoría general del costo establece que se considera costo a “Toda vinculación (conexión / relación) coherente entre un objetivo o resultado productivo y los factores o recursos necesarios para lograrlo”. Desde un enfoque económico, se realiza una valoración teniendo en cuenta las oportunidades que genera, de este modo considera que “todos” los factores intervinientes en el proceso deben ser considerados como costo del objeto al cual se pretende determinar. En el caso de la elaboración de un producto se considera como costo el de todos los factores que utiliza una empresa, independientemente de quien sea su propietario, considerando que en cada utilización de un recurso hay una oportunidad pérdida por no utilizarlo en otra alternativa.

Dado este planteo, se considera como costo a los costos explícitos e implícitos. Los explícitos, aquellos que son desembolsados, realmente incurridos o contratados a terceros, son considerados como costos al ser consumidos por el proceso, y por lo tanto deben ser considerados en la valuación de inventarios y en la determinación de los resultados de la explotación.

Comprenden el consumo de materiales, el trabajo empleado en la producción y los otros costos de producción que no son materiales o trabajo (Cátedra Contabilidad de Costos [CCC], 2014).

Los costos implícitos son los que surgen cuando se renuncia a una acción alternativa. Se miden de acuerdo al beneficio perdido por no emplear un determinado factor en su mejor aplicación alternativa; y pueden surgir de relaciones con terceros y/o con relaciones con los propietarios del capital de la empresa. Éstos son los denominados costos de oportunidad.

Por otra parte, una herramienta básica a utilizar es el sistema de información de costos. Éste debe estar inmerso en los sistemas de información de la empresa, debe brindar conocimiento sobre los costos de la organización, de sus partes, funciones, departamentos, actividades, productos, servicios, clientes, etc. para que la dirección pueda tomar decisiones tendientes a maximizar beneficios y/o minimizar costos.

La determinación de costos puede no ser única. Puede que se necesiten distintas determinaciones de costos para diferentes propósitos, pero la congruencia y la objetividad debe ser un elemento permanente en el proceso de su determinación en función a la finalidad prevista.

Para poder cumplir con esta finalidad, el sistema de información de costos registra, clasifica, analiza, sintetiza e informa respecto de los costos de las operaciones que se producen en su ámbito de acción, para lo cual los distintos registros deben proporcionar datos analíticos sobre el consumo de los factores que se operan en el proceso.

Por su propia naturaleza el sistema de información de costos es esencialmente analítico, pero es dable señalar que también hace síntesis. Es analítico en cuanto toma las distintas partidas que le suministra el plan de cuentas, las desmenuza y clasifica por objeto, tipo de costo, grado de variabilidad y función a la que van destinadas, para hacerlas converger finalmente en registros recolectores de costos que sintetizan los datos e informan respecto del costo total y unitario de cada producto.

El sistema de información de costos debe cumplir los siguientes objetivos:

- Sistematización de la información para usos corrientes:

Se refiere a la información necesaria para: la determinación de la ganancia o pérdida lograda a través de un período de operaciones; la valuación de las existencias de productos terminados y en proceso; la evaluación de la rentabilidad de los distintos productos fabricados y comercializados por la empresa, en términos absolutos, relativos y comparativos. Para satisfacer estas necesidades se elaboran informes destinados a los distintos grupos interesados en la marcha de la empresa.

La información corriente de costos debe expresar claramente:

- Como se ha generado el resultado de la gestión.

➤ Cuáles fueron los criterios de valuación de existencias usados para determinar los resultados periódicos.

➤ La distinción del aporte de cada producto o línea de productos a los resultados totales.

- Control de costos

Para un control efectivo de los costos por parte de la dirección es necesario, en términos generales que:

➤ Existan puntos de referencia objetivos para comparar con los costos incurridos durante un periodo. Estos puntos de referencia pueden estar expresados bajo la forma de estándares, presupuestos, relaciones normales o esperadas de eficiencia expresadas en valores físicos y/o monetarios.

➤ La comparación entre los costos proyectados y los efectivamente incurridos debe acompañarse de un análisis que haga posible identificar, con un grado razonable de precisión: (a) las causas de las desviaciones, (b) la incidencia de estas causas sobre las ganancias de la empresa, y (c) los responsables de dichas desviaciones, cuando sea pertinente.

Sólo de este modo el mecanismo de control de costos abrirá el camino hacia las acciones correctivas o de estímulo que deben seguir al simple conocimiento de las desviaciones y el análisis de sus causas.

- Información para la adopción de decisiones

El cometido de brindar a la dirección información adecuada para la adopción de decisiones es, sin duda, el más importante de la función costos y que justifica su existencia dentro de la empresa. La información de tipo formal que hemos comentado hasta ahora no basta para satisfacer este propósito. El proceso decisional ha de apoyarse, en muchos casos, en análisis de costos especialmente diseñados para un propósito específico

La dirección de la empresa debe enfrentar continuamente problemas relativos a precios, volúmenes de producción y ventas, métodos de producción, combinación de productos, etc., para cuya resolución son necesarios: el análisis y las proyecciones de ingresos y costos, es decir una proyección de datos futuros. El análisis de ingresos y costos futuros es un punto de partida objetivo y cuantificable para adoptar decisiones.

1. DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE COSTOS

A. Definición.

“En un sentido amplio se considera como costo a: “todo esfuerzo destinado a lograr un objetivo determinado” (Comisión de Terminología del Instituto Argentino de Profesores

Universitarios de Costos)

El costo de un objeto está compuesto por dos componentes; un componente físico y un componente monetario cuya expresión está dada en pesos.

Tal y como fue expuesto en el marco teórico del presente trabajo, retomando los conceptos vistos de costos, desde el punto de vista del análisis económico o de gestión y en particular en el caso de análisis de proyectos, como puede ser la apertura de una fábrica o el lanzamiento de un nuevo producto, es necesario considerar todos los costos explícitos e implícitos, incluyendo lo que generaría el capital a invertir si fuese colocado en la mejor alternativa.

B. Clasificación.

Clasificar los costos consiste en agruparlos sistemáticamente por tipos de costos, de manera de reunir a los que poseen ciertas características comunes que los diferencian de los agrupados en las otras categorías.

- ***Según su referencia al todo o partes:***

En consideración al todo o las partes que componen un determinado objeto de costos, el costo de los factores necesarios se puede clasificar en:

- Costo total: Se refiere a la suma de todos los costos. Puede ser el costo total del negocio, donde se incluyen los costos de todas las funciones que comprende el mismo. También se puede establecer el costo total de cada una de las funciones de la organización, como el costo total de producción, de comercialización, de financiación o administrativo. Cuando se refiere a un determinado producto o servicio, se hace referencia a la suma de todos los costos correspondientes a la producción de un lote o línea de bienes y/o servicios.
- Costo unitario: Es el costo de los factores utilizados en cada unidad de producto o servicio. Se encuentran costos unitarios en todas las áreas o funciones de la organización: costo unitario de producción, costo unitario de distribución, costo unitario de los servicios a clientes, etc. Cuando se conoce el costo total, el costo unitario surge al dividir el costo total en el número de unidades producidas, por lo que su determinación implica un costo promedio entre las unidades analizadas.

- *Según el comportamiento de los factores ante cambios en cuantía de objetos de costos:*

Atendiendo al comportamiento de los costos ante cambios en la cuantía de objetos, es decir cambios en el nivel de actividad y/o volúmenes de producción y venta de la organización, los costos se clasifican en:

- Costos variables son los que cambian en “términos totales” con las alteraciones del volumen de producción; es decir, son aquellos cuya magnitud se modifica guardando una relación directa con el grado de actividad (producción y venta) de la empresa. Por ejemplo, los materiales directos, comisiones sobre las ventas, fuerza motriz, combustibles para maquinarias, etcétera.
- Costos fijos aquellos cuyo “importe total” no se ve influido por los cambios en el volumen de actividad, siempre que éste se mantenga dentro de los límites de la capacidad de planta. Se los denomina, también, costos del período, de estructura o de la capacidad práctica porque representan los costos de la capacidad existente para producir y vender.

Los costos fijos se clasifican en costos de estructura y en costos fijos operativos. Los de estructura son aquellos en los que siempre se incurre, aún en el supuesto de suspender temporariamente la producción, como por ejemplo el alquiler de los edificios y las depreciaciones de los bienes de uso (de acuerdo a la metodología de línea recta). Son costos fijos operativos los que se generan cuando la planta opera. Se incurre en este tipo de costos para comenzar y mantener las operaciones de fabricación como por ejemplo, los costos de preparación y de mantenimiento de las maquinarias necesarias en la producción.

También es dable destacar otra característica de los costos en base a su comportamiento, cuando estos presentan un comportamiento en parte fija y en parte variable se los denomina costos semivARIABLES o semifijos. Los semifijos o semivARIABLES pueden tener diferentes comportamientos, según sean éstos, se clasifican en costos combinados y escalonados.

Los costos semifijos o semivARIABLES combinados son aquellos costos donde se puede distinguir una parte fija y una parte variable. El típico ejemplo de este tipo de costos se encuentra representado por el costo de la mayoría de los servicios como energía, luz, gas o teléfono, donde existe un cargo fijo que comprende hasta cierto nivel de consumo y a partir de ese nivel de consumo el costo se comporta como variable.

El costo semifijo o semivARIABLES escalonado, es un costo constante cuyos intervalos de invariabilidad se presenta en determinados rangos de uso de la capacidad de fábrica o un costo variable cuya tasa de variabilidad se relaciona con bloques de uso de la capacidad. Crecen escalonadamente con el volumen de actividad y dentro de la estructura pueden existir varios

escalones. Por ejemplo, personal de control de calidad, en un sistema de costos por órdenes específicas, tiene cierta capacidad de trabajo para atender hasta una determinada cantidad de movimientos de órdenes en proceso, pero si la producción aumenta en un volumen superior, será necesario contar con más personal para control, cuya capacidad se hallará colmada recién cuando la producción la sobrepase en un próximo escalón de uso de esa capacidad.

2. ANÁLISIS FODA

FODA son siglas que representan el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, de una empresa. Busca orientar con el estudio de esos cuatro factores clave aquellos focos de atención a los que debemos incluir en cualquier análisis para poder así tomar ventaja en situaciones beneficiosas o desfavorables. Éste concepto analiza aspectos internos a la organización –donde tiene en cuenta las fortalezas y debilidades- y aspectos externos que podrían afectarla –que son las oportunidades y las amenazas-.

Es importante destacar que FODA es una herramienta primordial en la administración y en el proceso de planificación, pues, con este estudio se beneficiará de una estrategia de negocios, pudiendo dar impulso a la sigla de oportunidad logrando, además, la situación real en la que se encuentra la empresa o proyecto, y poder planificar alguna estrategia a futuro.

Cabe señalar que esta herramienta es oportuna para desarrollar una estrategia de negocio con vistas a futuro, además de que es útil para la dirección de cualquier emprendimiento y que cualquier directivo o emprendedor debe tener en consideración.

Más aun, ante situaciones críticas, el análisis FODA puede hacerles frente de una manera sencilla y eficaz. Enfocándose así en los factores que tienen mayor repercusión en la organización, y concibiendo un punto de partida para la toma decisiones y sus acciones pertinentes. Éste enfoque mejorado, propone competitividad ante los nichos de los mercados a los cuales se está dirigiendo la empresa, creando estrategias para una eficaz competencia.

A continuación Riquelme Leiva, Matías (2016) precisó los objetivos de la herramienta.

Objetivo de la matriz FODA:

- Fortalezas: definir los atributos o destrezas que una industria o empresa contiene para alcanzar los objetivos.
- Debilidades: definir lo que es perjudicial o factores desfavorables para la ejecución del objetivo.
- Oportunidades: enumerar las condiciones externas, lo que está a la vista por todos o la popularidad y competitividad que tenga la industria u organización útiles para alcanzar el objetivo

- Amenazas: enumerar lo perjudicial, lo que amenaza la supervivencia de la industria o empresa que se encuentran externamente, las cuales, pudieran convertirse en oportunidades, para alcanzar el objetivo.

3. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS POR ORDEN DE PRODUCCIÓN

Este método de determinación de costos se aplica en empresas con procesos intermitentes, de producción totalmente programada desde su inicio y diversificada. Es decir, en ellas se producen diferentes tipos de artículos, a través de uno o varios departamentos o centros operativos, cada uno de los cuales puede ser de distinta duración. Los procesos pueden alternarse, según los requerimientos de los clientes o las decisiones de los directivos.

Toda vez que se emprende la producción de un lote determinado de productos, se emite la correspondiente orden de producción y se imputan los costos a una hoja de costo por cada producto o línea de productos.

El método de costos por órdenes de producción es especialmente utilizado cuando la producción consiste en trabajos exclusivos o procesos especiales. Los ejemplos de este tipo de actividad incluyen diseños de ingeniería, servicios de asesoría, construcción de edificios, naves y aeronaves, películas cinematográficas, talleres de reparaciones, trabajos de imprenta, la producción de vinos varietales y champagne.

A. Clasificación de las órdenes de trabajo

En función al destino que tendrán los bienes o servicios que puede producir una organización las órdenes se clasifican en:

- Ordenes específicas de producción
- Ordenes de reparaciones
- Ordenes de mejoras

B. Hoja de costos por órdenes de producción

Esta hoja tiene como objetivo llevar un registro detallado del costo de cada una de las ordenes de producción que se lleven a cabo, por lo tanto se deben preparar tantas hojas como ordenes de producción se ejecuten.

Deben llevar una numeración consecutiva para poder identificar los costos por mano de obra y materiales usados en cada tarea de producción.


Orden de producción		Fecha de pedido			
Orden de trabajo n°		Fecha de entrega			
Datos del cliente					
Nombre					
Telefono					
Direccion					
Operario					
Pedido					
Decorado					
Materiales					
Descripcion	Cantidad		Descripcion	Cantidad	
Dulce de leche			Huevos		
Crema			coco rallado		
Chocolate			frutilla		
Azucar impalpable			manteca		
Azucar comun			Gelatina		
Maizena			Limon		
Harina leudante			Durazno		
Firma operario			Firma Supervisor		

Imagen 1: Orden de producción salida de Microsoft Excel.

4. MODELOS DE DETERMINACIÓN DE COSTOS

A. Modelos de costos puros.

El modelo de costo es el conjunto de supuestos y relaciones básicas en que se sustenta un método o técnica de costo. Es decir, son los principios o reglas generales a tener en cuenta para la determinación de un costo.

Modelos de costos desde lo cualitativo.

Cuando la pregunta es “cuáles” factores son necesarios en la producción de bienes y/o servicios, y por lo tanto conocer cuáles costos deben ser considerados en la valuación de los inventarios y en la determinación del costo de ventas, se presentan dos modelos de costo:

- *Modelo de costo completo.*

En el modelo de costo completo o tradicional, todos los factores variables y fijos de producción integran el costo de los productos terminados y el costo de ventas de los productos vendidos. De esta manera, el costo del artículo elaborado y el costo de los productos vendidos se componen por el costo directo de producción, variable y fijo más todos los costos indirectos de producción, variables y fijos, que le son distribuidos y aplicados mediante algún procedimiento de prorrateo o distribución.

El modelo de costo completo analiza los costos totales y los clasifica en costos de producción y costos de no producción, considerando a los costos de producción como costos del producto y a los costos de no producción como costos del período.

El costo de cada producto está integrado por los costos directos de producción que se “asignan” a cada producto y los costos indirectos de producción, que se “distribuyen” en función a una base representativa a cada producto.

El costo de producción se utiliza para la valuación de las existencias y para la determinación del costo de ventas. Los costos de no producción (comercialización, administración y financieros) no integran el costo del producto, se considera que son generados por la organización y por lo tanto se deben reconocer como costos del período en que se incurren.

- *Modelo de costo variable.*

Para el Costo Variable los costos variables son costos del producto.

El modelo de costo variable se fundamenta en la clasificación de los costos según el comportamiento de los mismos relacionado con los distintos niveles o cambios en el volumen de actividades (producción y ventas) de la empresa, en función a este principio los clasifica en:

Costos variables

➤ **De producción:** Son los que, en magnitudes totales, varían como consecuencia y conforme lo hace el volumen de producción, entre ciertos límites.

➤ **De comercialización:** Son los que, en magnitudes totales, varían como consecuencia y conforme lo hace el volumen de ventas.

Si la variabilidad del costo, respecto al volumen de producción o venta es proporcional, el costo variable en términos unitarios permanece constante.

Costos fijos: Son los que, en magnitudes totales, permanecen constantes ante cambios en el volumen de actividad (producción o venta), dentro de ciertos límites. Los límites están dados por el plazo de análisis y el comportamiento de la estructura de la empresa.

Costos semifijos o semivariables: Son los costos que presentan características de costos variables y costos fijos. Algunos se presentan como costos escalonados (supervisión), con rangos de invariabilidad y otros como la suma de costos fijos y variables (remuneración que incluye remuneración fija mensualizada e incentivo).

Modelos de costos desde lo cuantitativo

Cuando se desea definir la cuantía del costo, es decir “cuánto” de los distintos factores del costo se consideran de consumo necesario para la producción de los bienes o servicios, se debe considerar el objetivo a cumplir para el uso de la información, es decir, si se desea conocer el uso real de los factores o lograr una normalización del costo de los factores.

Desde el punto de vista cuantitativo, considerando los modelos de costo puros, se distingue:

- *Modelo de costo resultante o histórico*

Es el costo que se determina al concluir el proceso productivo o al finalizar cada período, en función a los comprobantes de los factores de costo incurridos e imputados a la producción obtenida en cada período. Su registración se efectúa en tiempos históricos y se los considera costos resultantes.

Un costo real es un costo errático a lo largo de los períodos, influido por los cambios en los volúmenes de producción y por costos estacionales, no constituyen un patrón de comportamiento y resulta imposible efectuar con ellos comparaciones entre distintos períodos que permitan llegar a conclusiones sobre el uso de la capacidad de fábrica, la eficiencia o ineficiencia operativa de la producción.

Como consecuencia, el costo unitario de producción, puede resultar muy diferente de un período a otro. Este hecho hace que no sean comparables los costos unitarios de los distintos meses. Puede aplicarse cuando se realiza una producción específica por única vez (algunos tipos de construcción de inmuebles, caminos, puentes, filmación de una película etc.), es decir, cuando la producción no es uniforme y repetitiva a lo largo del ejercicio económico.

- *Modelo de costo normalizado*

En este modelo se considera como “necesario” a los costos que “normalmente” debe consumir la producción.

Para determinar el costo normal imputable a la producción es necesario definir el modelo operativo normal de la empresa, de tal manera que sólo los costos que se generan dentro de ese contexto sean absorbidos por el costo de la producción.

El modelo procura corregir los problemas que genera la determinación de costos resultantes, porque los costos incurridos que exceden a los establecidos como normales no deben ser absorbidos por el costo de los productos, sino que deben considerarse como pérdidas del ejercicio en que se generen.

Cuando el planeamiento de los insumos se realiza mediante mediciones que tienen como objetivo lograr el uso más eficiente de los recursos, el costo presupuestado se determina en función de parámetros establecidos de acuerdo al costo estándar.

Las diferencias entre las magnitudes reales y las establecidas como normales o estándar, deben ser analizadas e investigadas para informar acerca de dónde y en qué fase del proceso se requiere atención o una acción correctiva por haberse apartado de las metas establecidas. De esta manera la dirección cuenta con información del proceso fabril tanto en sus cómputos físicos como monetarios para lograr una unidad de medida de normalidad o eficiencia en el uso de los recursos.

La normalización de costos tiene como objetivo fundamental determinar costos unitarios de producción depurados de los efectos distorsionantes que pueden tener origen en contingencias o situaciones que no se condicen con el esquema operativo considerado normal o más eficiente en la organización.

Para que el sistema contable pueda proporcionar este tipo de información es necesario organizar las registraciones de tal manera que al procesar los datos relacionados con la actividad productiva los productos obtenidos sólo absorban los costos normalizados o estándar. Los costos que exceden los límites normales o los considerados como costos estándar, corresponden a ineficiencias, improductividades o diferencias en los precios de los factores e inciden como pérdidas en el resultado de la empresa.

B. Combinación de modelos desde lo cualitativo y cuantitativo

Los modelos de costos combinados son los que resultan de una asociación de la necesidad de los factores “cualitativa” y “cuantitativa”.

Con el objetivo de efectuar la determinación de costos siempre se debe establecer una combinación de los modelos puros, cuyas combinaciones posibles pueden ser:

- Modelo de costo variable resultante
- Modelo de Costo variable Normalizado (este modelo de costo no es objeto de estudio en nuestra materia)

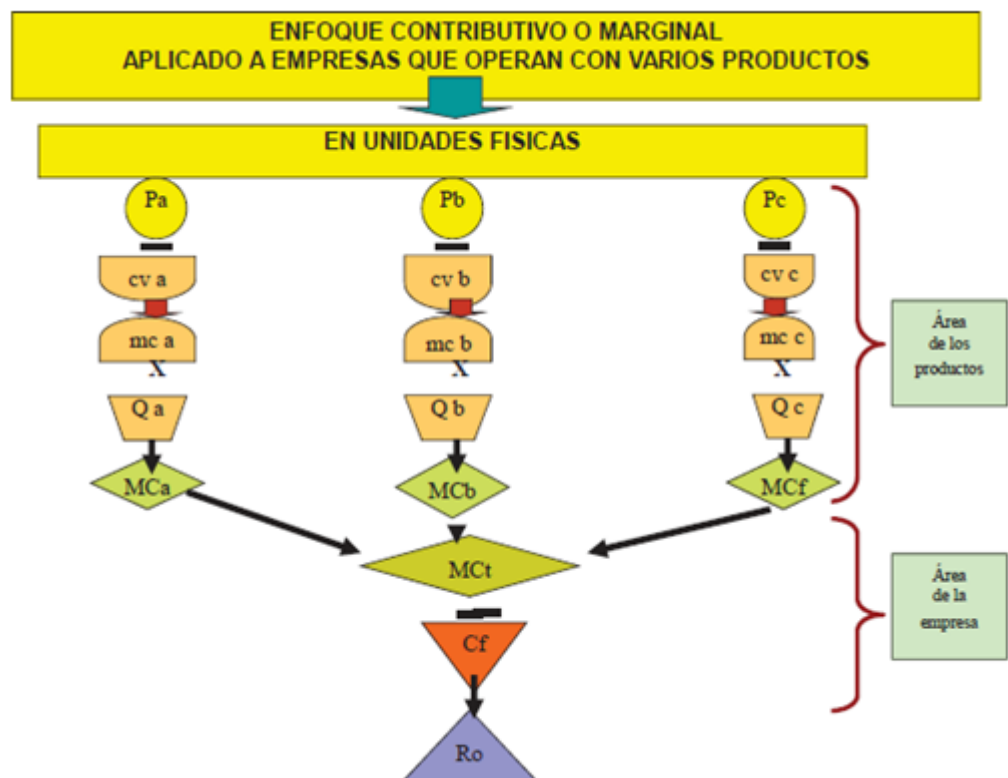
- Modelo de costo completo resultante
- Modelo de costo completo normalizado

5. ENFOQUE CONTRIBUTIVO MARGINAL

Este enfoque contributivo examina la generación de resultados por cada unidad de producción, y puede calcularse tanto en unidades físicas como en unidades monetarias.

A. El enfoque contributivo en unidades físicas

Imagen 2.1. Enfoque contributivo o marginal en unidades físicas.



Fuente: SANCHEZ, Esther y Coautores, "Análisis Marginal", Unidad IV, Guía de clases 2015 (Trabajo de cátedra), FCE – UNCuyo.

Parte de la idea básica que el precio de venta de cada unidad de producto (p) puede descomponerse en el costo unitario variable y el margen de contribución unitario.

Se denomina "margen de contribución unitario" a aquella porción resultante de la diferencia entre precio del producto y su respectivo costo, dicho de otro modo es el resultado que obtengo por unidad de producción. En este caso, ese resultado está definido por la dirección, dado

que es un número que se adiciona al costo del producto y de esa sumatoria se obtiene el precio del mismo.

$$\text{Precio unitario} = \text{costo variable unitario} + \text{margen de contribución unitaria}$$

El costo de los productos elaborados está integrado por el costo de los factores variables de producción.

El costo unitario variable de producir y vender es la suma de los costos unitarios de producción y el costo variable unitario de comercialización

$$\text{Costo variable unitario} = \text{costo variable unitario de producción} + \text{costo variable unitario de comercialización}$$

En términos más técnicos, el margen de contribución unitario (mc), es la aptitud potencial que cada unidad de producto tiene para contribuir a cubrir los costos constantes o fijos y, una vez cubiertos estos, generar utilidad.

$$\text{Margen de contribución unitario} = \text{precio unitario} - \text{costo variable unitario}$$

Si se multiplica el margen de contribución unitario por el total de unidades a vender o ventas durante un determinado período, se forma el Margen de Contribución Total (MC), que es el fondo con el que cuenta la empresa para cubrir sus costos constantes o fijos (CC) y, si existe un excedente, obtener ganancias.

$$\text{Margen de Contribución total} = \text{Cantidades a vender} \times \text{margen de contribución unitario.}$$

También, se puede determinar como la diferencia entre las ventas totales (V) y los costos variables totales (CV)

$$\text{Margen de Contribución total} = \text{Ventas totales} - \text{Costo Variable total}$$

De la confrontación entre el Margen de Contribución Total y los Costos Constantes surge el Resultado Operativo de la empresa

$$\text{Resultado Operativo} = \text{Margen de Contribución total} - \text{Costos Fijos totales}$$

La generación del resultado operativo se puede expresar del siguiente modo:

$$Ro = Mc - Cc$$

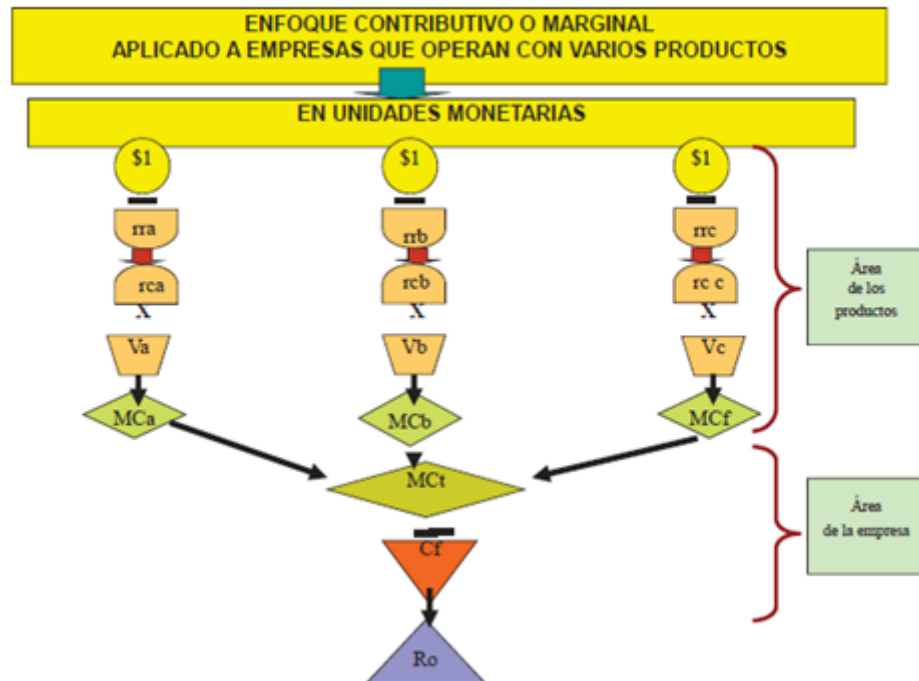
$$Ro = Q \times mc - Cc$$

$$Ro = Q \times (p - cv) - Cc$$

$$Ro = Q \times p - Q \times cv - Cc$$

B. El enfoque contributivo en unidades monetarias

Imagen 2.2. Enfoque contributivo o marginal en unidades monetarias.



Fuente: SANCHEZ, Esther y Coautores, "Análisis Marginal", Unidad IV, Guía de clases 2015 (Trabajo de cátedra), FCE – UNCuyo.

El enfoque contributivo puede examinarse desde el punto de vista de la contribución de las unidades monetarias de venta, basándose en la relación que existe en cada peso de venta, entre los costos variables y el precio (razón de recuperación) o entre el margen de contribución y el precio (razón de contribución)

Cada peso de venta está destinado a cubrir:

✓ **La razón de recuperación:** que es la fracción de cada peso destinada a la recuperación

de los costos variables unitarios de producir y vender:

$$\text{Razón de recuperación} = \text{costo variable unitario} / \text{precio}$$

Si multiplicamos el numerador y el denominador por las cantidades a vender, la razón de recuperación es la relación que existe entre el Costo variable total y las ventas:

$$\text{Razón de recuperación} = \text{Costo variable total} / \text{Venta}$$

✓ **La razón de contribución:** que es la fracción de cada peso destinada a cubrir los costos constantes, y una vez cubiertos, generar utilidad

Vale decir que es la relación que existe entre el margen de contribución unitario y el precio o entre el Margen de Contribución Total y las Ventas

$$\text{Razón de contribución} = \text{Margen de contribución unitario} / \text{precio unitario}$$

$$\text{Razón de contribución} = \text{Margen de Contribución Total} / \text{Ventas}$$

Si sumamos ambas razones, obtenemos:

$$rr + rc = 1$$

Al multiplicar las ventas por la razón de contribución durante un determinado período, se forma el Margen de Contribución Total (MC), que es el fondo con el que cuenta la empresa para cubrir sus costos constantes (Cc) y, si existe un excedente, obtener ganancias.

$$\text{Margen de Contribución total} = \text{Ventas} \times \text{razón de contribución}$$

$$\text{Margen de Contribución total} = \text{Ventas} \times (1 - \text{razón de recuperación})$$

También se la puede definir como la diferencia entre las ventas totales (V) y los costos variables totales (CV)

$$\text{Margen de contribución total} = \text{Ventas} - \text{Costo variable total}$$

De la confrontación entre el Margen de Contribución Total y los Costos Constantes surge el Resultado Operativo de la empresa

$$\text{Resultado Operativo} = \text{Margen de Contribución total} - \text{Costos Fijos total}$$

Por último el punto de nivelación representa las ventas a partir de las cuales los costos fijos quedan cubiertos y se empieza a obtener resultado operativo positivo

$$\text{Ventas de Nivelación} = \text{Costos Fijos} / \text{Razón de contribución promedio (rc)}$$

Como se definió previamente costo es toda vinculación coherente entre un objetivo o resultado productivo y los factores o recursos necesarios para lograrlo. No todas las empresas poseen la misma estructura, es por ello que existen distintas herramientas para la valoración de los mismos, lo que lleva a una toma de decisiones diferente según la información que se desee obtener y la estructura de la misma. Para este estudio se utiliza: análisis FODA, la cual busca orientar con el estudio de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas aquellos focos de atención a los que debemos incluir en cualquier análisis para poder así tomar ventaja en situaciones beneficiosas o desfavorables; la distribución de costos por órdenes de producción, la cual es un método de determinación de costos para empresas que producen diferentes tipos de artículos, a través de uno o varios departamentos o centros operativos, cada uno de los cuales puede ser de distinta duración; los modelos de determinación de costos que sirven para el cálculo de la utilidad neta que obtiene una empresa y el enfoque contributivo marginal, que se utiliza para conocer el margen de contribución obtenido con cada producto y el resultado operativo al que llega una empresa con los costos que enfrenta.

CAPITULO II

PYMES SU IMPORTANCIA, VENTAJAS Y DESVENTAJAS

En este capítulo se desarrollan conceptos relacionados con las pymes, como sus ventajas y desventajas y su importancia en nuestro país. Se consultó para el desarrollo del mismo la Leyes N° 24.467 de Pequeña y Mediana Empresa y la Ley N° 25.300 de Fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

El fenómeno emprendedor es complejo, requiere de la existencia de individuos con habilidad y motivación para comenzar un negocio, percepciones sociales positivas sobre el mismo, existencia de oportunidades y un contexto institucional, político y económico que las estimulen y promuevan, para que estas pequeñas agrupaciones cumplan un importante papel en la economía de todos los países (Silvia de Torres Campanell, 2018).

La creación de nuevas empresas que introducen nuevos productos, incorporan tecnología, atraen capital generando nuevos y mejores empleos; generan mejor calidad de vida. Es por ello que es prudente promover ámbitos y prácticas donde la actividad emprendedora e innovadora pueda desarrollarse (Silvia de Torres Campanell, 2018).

Argentina con el correr del tiempo fue desarrollando su marco normativo donde se definieron los parámetros que incluyen los emprendimientos anteriormente nombrados, a los cuales se los denominó PYME, a continuación se expone una breve descripción.

1. CONCEPTO DE PYME

Pyme es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se les denomina de esta manera a aquellas empresas comerciales, industriales, de servicios, agrícolas o que ejerzan cualquier tipo de actividad, que cuente un número reducido de trabajadores y que registre ingresos que varían en proporción a los estipulados por la Ley N° 24.467/1995 y la Ley N° 25300/2000, que son las que rigen actualmente en Argentina.

También se les llama mipyme o MIPyME, el acrónimo de micro, pequeña y mediana empresa, que toma en cuenta el desarrollo de empresas más pequeñas, tales como las unipersonales por ejemplo, que son aquellas que cuentan con un único dueño, quien lleva a cabo la actividad aportando su propio capital y haciéndole frente tanto a utilidades como a pérdidas que el negocio produzca.

Como afirman Julián P. Porto y Ana Gardey (2009), la definición de pyme varía según el país. En Argentina, por ejemplo, las empresas se clasifican de acuerdo a sus ventas anuales y a su rubro (una pyme industrial puede tener un volumen de facturación que, en otro sector económico, la ubicaría entre las de mayor volumen).

En otros países, el concepto de pyme se asocia a la cantidad de empleados. Cuando la empresa cuenta con entre 1 y 10 empleados, se habla de microempresa; si tiene entre 11 y 50, de pyme. Dichas cifras, de todas maneras, pueden variar de acuerdo a la región.

Las pymes tienen necesidades específicas que deben ser atendidas por el Estado. Este tipo de empresas genera, en conjunto, grandes riquezas para cada país además de ser uno de los principales motores del empleo. Sin embargo, por sus particularidades, necesitan protección e incentivos para competir frente a las grandes corporaciones.

Las líneas de crédito con condiciones especiales, los beneficios impositivos y la consultoría sin cargo son algunos de los instrumentos que suelen ofrecerse desde el Estado a las pymes para desarrollarse.

2. IMPORTANCIA DE LAS PYMES EN ARGENTINA.

Para autores como Ascuá; Ferraro y Quintar (1996), la importancia de las PyMEs como unidades de producción de bienes y servicios, en Argentina y en el mundo es un hecho internacionalmente justificado y consolidado, debido a que desarrollan un menor volumen de actividad, las PyMEs poseen mayor flexibilidad para adaptarse a los cambios del mercado y emprender proyectos innovadores que resultarán una buena fuente generadora de empleo, sobre todo de profesionales y demás personal calificado. Como sostiene Gatto (1989): “En la casi totalidad de las economías de mercado las empresas pequeñas y medianas, incluidos los micro emprendimientos, constituyen una parte sustancial de la economía”.

Profundizando aún más acerca de la importancia de las PyMEs en Argentina, diversos autores sostienen que las características fundamentales del sector PyME están dadas por:

- Tienen efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva desde un número reducido de empresas hacia uno mayor.
- Reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos entre el empleador y el empleado favoreciendo las conexiones laborales ya que, en general, sus orígenes son unidades familiares.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica y menor costo de infraestructura.
- Obtienen economía de escala a través de la cooperación ínter empresaria, sin tener que reunir la inversión en una sola firma.

3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS PYMES

Ventajas:

- Presentan más flexibilidad que las empresas convencionales en el sistema de producción
- Permiten entablar una relación mucho más cercana con los clientes
- Gracias a la mayor sencillez de su infraestructura, es más sencillo cambiar de nicho de mercado (el espacio donde se encuentran los potenciales usuarios o consumidores de un servicio o producto)
- Los puestos de trabajo son más amplios, menos estrictos, y los trabajadores están más abiertos al cambio
- El mayor nivel de conocimiento específico y know how, que se da gracias a la cercanía de los integrantes con el día a día de la empresa, puede convertirse en una importante ventaja con respecto a la competencia
- El tiempo que requiere la toma de decisiones estratégicas puede ser considerablemente menor, dado que los procesos de gestión resultan menos complejos
- Presentan una visión menos estricta, más enfocada en las necesidades y demandas de los clientes (siempre cambiantes) que en sus propias raíces, lo cual da lugar a importantes modificaciones a nivel estructural, adoptando las tecnologías y el personal necesario para encarar los desafíos que se presentan a cada paso.

Desventajas:

- Dado que se mueven por procesos de tipo emergente, no cuentan con lineamientos específicos relacionados con su creación, sino que experimentan constantes cambios y evoluciones
- No gozan de un importante respaldo financiero, lo cual les impide embarcarse en negocios de gran envergadura
- Requieren de una constante revisión de su estructura, dado que su naturaleza adaptable puede convertirse en la razón de su disolución a causa de la pérdida del control organizativo
- La mayor cercanía entre los trabajadores puede ser negativa si éstos trasladan sus problemas personales a la oficina;
- Suele ocurrir que no exista un control estricto de la entrada y la salida del dinero
- El reducido volumen de producción se refleja en la cuantía de los pedidos realizados a los proveedores, lo cual puede derivar en sobrecosto;
- Si no se realiza una campaña publicitaria efectiva y constante, la empresa puede pasar desapercibida ante los consumidores.

Las Pymes son consideradas de suma importancia para el desarrollo de una nación, ya que gracias a las mismas y debido a su estructura y flexibilidad para adaptarse a los mercados, es una

fuentes de trabajo para los habitantes del país.

Las Pymes se consideran importantes para el desarrollo económico de una nación y mejorar la distribución de la riqueza, por sus aportes a la producción, la distribución de bienes y servicios, la flexibilidad con la que cuentan para adaptarse a los cambios tecnológicos. Por otro lado, cuentan con un gran potencial de generación de empleos.

CAPITULO III

APLICACIÓN PRÁCTICA

En este capítulo se realiza, en primer lugar, una presentación de la empresa para, así, conocer la forma en que la misma opera y poder llegar a una conclusión sobre la utilidad de la herramienta planteada. Luego se explica el funcionamiento de dicha herramienta incluyendo imágenes que permiten visualizar la misma.

1. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Esther Basles inició con la elaboración de tortas artesanales como pasatiempo para ocasiones especiales. Con el correr del tiempo fue dándose a conocer entre familiares y amigos, lo que llevó a tomar la decisión de crear en el año 1996 el emprendimiento “Albertina Tortas” incorporando distintos productos como tartas y alfajores de maicena. En los últimos 5 años, el crecimiento del volumen de pedidos fue muy importante por la incorporación de publicidad y toma de pedidos en redes sociales como Facebook y por mensajería como WhatsApp.

Se observó que la dueña del emprendimiento no cuenta con conocimientos de la estructura de costos lo que dificulta la toma de decisiones. En la empresa no se calculan costos de producción en forma precisa, ya que no se cuenta con un sistema para determinar el costo de sus productos. De todos modos, se calcula un precio estimativo de los productos que ofrece basado en el costo del producto más utilizado. Se considera como costo de los materiales directos solo el precio de la factura, sin incluir cualquier otro costo adicional. No se cuenta con un sistema de inventario de materiales, por lo que no se puede conocer la cantidad exacta de materiales con los que se cuenta. Con respecto a los costos indirectos, no los considera como costo del producto.

En el emprendimiento trabaja únicamente la dueña, todas las tareas del proceso productivo son realizadas por la misma persona y se presenta a continuación una breve descripción del mismo:

1. Se toma el pedido completando una planilla con el requerimiento del cliente (producto, kilos o unidades dependiendo el tipo de producto, datos de contacto y fecha de entrega)
2. Se pasan dichos pedidos a un listado organizado por día de entrega.
3. Se revisa si existe stock suficiente de materiales para afrontar dichos pedidos, en caso de no contar con dicha cantidad se procede a la compra de materiales.
4. En el caso de tortas:
 - El día anterior a la entrega se elaboran los piononos, se dejan enfriar y se guardan en una heladera para su conservación.

- El día de entrega se preparan las cremas elegidas por los clientes. Se arma la torta con los piononos y las cremas elegidas por los clientes.

- Se decora.

5. En el caso de tartas: El mismo día de entrega se elabora el producto

- Se elabora la masa para tartas, se coloca en molde de tartas para hornear, se deja enfriar.

- Se prepara la crema que elige el cliente.
- Se coloca la crema sobre la masa una vez que esté frío.

6. En el caso de alfajores:

- Se elabora la masa para alfajores.
- Se recortan los círculos.
- Se hornean. Luego se deja enfriar.
- Se rellena con dulce de leche.
- Se pasa por coco rallado los bordes de los alfajores.

7. Las tortas y tartas se guardan en heladera exhibidora para su posterior entrega. Los alfajores se guardan en exhibidor a temperatura ambiente.

8. Se procede a su empaque al momento de la entrega.

9. Se retira el pedido en el domicilio de la empresa. En casos excepcionales cuenta con entrega a domicilio del cliente como hechos fortuitos que impiden al cliente retirar el pedido, cuando el cliente es una persona de edad avanzada que no puede salir de su domicilio, entre otros.

Se realiza el análisis del emprendimiento para conocer sus fortalezas y debilidades, en las cuales deberá trabajar la dueña para mantener las fortalezas y mejorar sus debilidades. Se considera oportuno también, analizar su entorno para determinar a qué amenazas y oportunidades se encuentra sujeto dicho emprendimiento.

- Fortalezas:
 - Predisposición al cambio
 - Excelente calidad de los productos elaborados
 - Atención al detalle
 - Trayectoria en el rubro

- Dedicación enfocada al pedido de cada cliente
- Cuenta con una cartera de clientes fija
- Debilidades:
 - Falta de sistema de costeo que ordene y sistematice el consumo de materiales y sus respectivos costos
 - Falta de inventario de materias primas disponibles
 - Tiene en cuenta el costo de un único material para determinar el precio
 - Falta de asignación de los costos fijos e indirectos al costo del producto
- Oportunidades:
 - Sus proveedores llevan los productos a domicilio
 - El avance tecnológico favorece la cercanía a los clientes
 - La demanda es constante y en determinadas épocas creciente
- Amenazas:
 - Existe una gran variedad de competidores como panaderías, reposteros, supermercados entre otros.
 - Inestabilidad económica del país
 - Posibilidad de expansión limitada por la capacidad física del emprendimiento.

Precio al proceso de elaboración de la herramienta se llevo a cabo una entrevista a la dueña del emprendimiento donde se le pregunto ¿Qué utilidad obtuvo en el mes bajo análisis (Septiembre de 2018)? A lo que ella respondió \$18470. Luego se le consulto cual de los cuatro productos que ella ofrece (torta estándar, torta especial, tarta, o alfajores de maicena) considera que es el más rentable, a lo que ella respondió que las tartas. Otra de las preguntas que se le formulo fue si conocía el costo de elaboración de cada producto, obteniendo una respuesta negativa, expresando que no lleva un registro detallado que le facilite el cálculo del mismo. La siguiente pregunta fue que cantidad de materiales utilizo en el mes bajo análisis, y su respuesta fue que no podía asegurar las cantidades que utiliza de cada insumo. La quinta pregunta que se le realizo fue ¿Qué considera como costo de sus productos? La dueña respondió que considera costo de sus productos a todos los materiales consumidos por los mismos. Finalmente se le consulto que espera de un sistema de costos, a lo que respondió, que espera que el mismo pueda ayudarla a conocer la ganancia que realmente obtiene con su emprendimiento, que la ayude también a ordenar sus finanzas y que permita de la mano de ese orden poder encarar nuevos proyectos para que su emprendimiento crezca.

2. PRESENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA

En base a lo relevado se elabora una herramienta en Excel para lograr el objetivo planteado. La misma permite calcular el costo de los productos en forma sencilla y rápida, ya que se encuentra diseñada para realizar la carga de datos indispensables, calculando los restantes en forma automática.

La planilla está compuesta por un menú principal que deriva a distintas herramientas de costos, como se muestra en la siguiente imagen



Imagen 3.1. Menú principal

Al seleccionar “ORDENES DE PRODUCCIÓN” se accede al modelo de orden de producción

Orden de producción				Fecha de pedido	
Orden de trabajo n°				Fecha de entrega	
Datos del cliente					
Nombre					
Telefono					
Direccion					
Operario					
Pedido					
Decorado					
Materiales					
Descripcion		Cantidad	Descripcion		Cantidad
Dulce de leche			Huevos		
Crema			coco rallado		
Chocolate			frutilla		
Azucar impalpable			manteca		
Azucar comun			Gelatina		
Maizena			Limon		
Harina leudante			Durazno		
Firma operario			Firma Supervisor		




Imagen 3.2. Ordenes de producción.

Dicha orden debe ser llenada por la persona que toma el pedido, en la misma se debe indicar la información solicitada de la siguiente manera:

Orden de trabajo n°: La numeración de las mismas debe ser correlativa para permitirle al emprendimiento llevar un orden en los pedidos que se realizan en relación a la fecha de los mismos.

Fecha de pedido: Se debe indicar el día en que se toma el pedido, detallando la fecha en que el mismo debe ser entregado, para poder cumplir con los pedidos a tiempo.

Datos del cliente: Se consignan la información suficiente para contactar al cliente por cualquier eventualidad y llevar un registro de los mismos.

Operario: En esta celda se debe introducir el nombre de la persona que elaborara el pedido, si bien actualmente el emprendimiento no cuenta con empleados, razón por la cual la producción es llevada a cabo por la dueña del mismo, se desarrollo la orden de producción de esta manera, para que sea adaptable a posibles cambios en este aspecto.

Pedido: Se debe detallar el tipo de producto que se pide por el cliente, como por ejemplo torta estándar, especial, etcétera.

Decorado: En el caso de torta especial y estándar se debe indicar el decorado solicitado por el cliente, por ejemplo baño de chocolate con crema a los costados que lleve escrito “felicidades”.

Materiales: Se detallan los materiales y las respectivas cantidades que necesita el operario para elaborar el pedido.

Por último se solicita la firma del operario que elabora el pedido, para su entrega al supervisor, quien luego de la revisión del producto debe firmar la orden de producción dando conformidad a la misma.

Para facilitar el control de las órdenes de producción, se archivan las mismas en una carpeta destinada al archivo mensual.

Al presionar “MENU PRINCIPAL”, se vuelve al mismo.

Al seleccionar “COSTO DE MATERIALES” se visualiza la siguiente pantalla

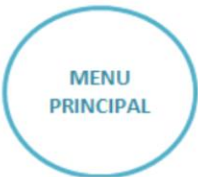
Materiales	unidad	precio
Dulce de leche	1k	60
Crema	1 k	130
Chocolate	1k	76
Azucar impalpable	1 k	33
Azucar comun	1 k	18
Maizena	1 k	30
Harina leudante	1 k	25
Huevos	unidad	3,5
coco rallado	k	190
frutilla	k	90
manteca	k	227
Gelatina	gr	214
Limon	unidad	5

costos indirectos de produccion		
Concepto	Costo	Costo por hora
energia	1300	0,90
Gas	2972	2,06
Total		2,97

Mano de obra	
Sueldo	Costo por hora
23120,81	32

costos fijos de adm y com	
Telefono	290
Monotributo	384
	674

Costos variables de comercialización	Torta Estandar	Torta Especial	Tarta	Alfajores
Ingresos Brutos	6	7,5	5,4	6



MENU PRINCIPAL

Imagen 3.3. Detalle de costos de los materiales.

En la misma se puede observar una planilla donde se encuentran los materiales utilizados para la producción indicando la cantidad y precio de los mismos, la misma alimenta las planillas que se encuentran en la pestaña “DETALLE DE COSTOS POR PRODUCTO”, sirviendo como base para armar la estructura de costos propuesta.

Las otras tres planillas son aquellas en donde se calculan los costos, los cuales se dividen en costos indirectos de producción, donde encontramos la energía y el gas, que se distribuyen por hora, el siguiente costo es Mano de obra, utilizando para su distribución el mismo criterio que para los costos indirectos, encontramos además los costos fijos de administración y comercialización, donde se detallan el teléfono y el Monotributo, y por último los costos variables de comercialización que consisten solamente en Ingresos Brutos.

Al presionar “MENU PRINCIPAL” se vuelve al mismo

Al seleccionar “DETALLE DE COSTOS POR PRODUCTO” se muestra la siguiente pantalla

HOJA DE COSTO N°	Producto: torta estandar Cantidad: 1kg			Fecha:	
Detalle	Unidad de medida	Consumo total	Costo unitario	Costo total	% del costo total
Materiales					
Dulce de leche	k	0,2	60	12	0,10
Crema	k	0,3	130	39	0,32
Chocolate	k	0,15	76	11,4	0,09
Azucar comun	k	0,15	18	2,7	0,02
Huevo	unidad	4	3,5	14	0,12
Harina leudante	k	0,05	25	1,25	0,01
Sub total				80,35	
Otros costos					
Mano de obra directa	Hs.	1	32	32	
Imp. Ingresos Brutos	k	1	6	6	
CIP	Hs.	1	2,97	2,97	
Costo por Kilo				121,3	

Imagen 3.4. Costo de torta estándar.

HOJA DE COSTO N°	Producto: torta especial Cantidad: 1kg			Fecha:	
Detalle	Unidad de medida	Consumo total	Costo unitario	Costo total	% del costo total
Materiales					
Dulce de leche	k	0,2	60	12	0,08
Crema	k	0,3	130	39	0,25
Chocolate	k	0,15	76	11,4	0,07
Azucar comun	k	0,15	18	2,7	0,02
limon	Unidad	1	5	5	0,03
Huevo	Unidad	4	3,5	14	0,09
Harina leudante	k	0,05	25	1,25	0,01
coco rallado	k	0,02	190	3,8	0,02
Frutillas	k	0,3	90	27	0,17
Subtotal				116,15	
Otros costos					
Mano de obra directa	Hs.	1	32	32	
Imp. Ingresos Brutos	k	1	7,5	7,5	
CIP	Hs.	1	2,97	2,97	
Costo por Kilo				158,6	

Imagen 3.5. Costo torta especial.

HOJA DE COSTO N°	Producto: tarta			Fecha:	
Detalle	Unidad de medida	Consumo total	Costo unitario	Costo total	% del costo total
Materiales					
Crema	k	0,2	130	26	0,21
Harina ludante	k	0,3	25	7,5	0,06
Azucar comun	k	0,15	18	2,7	0,02
Frutilla	Unidad	0,5	90	45	0,36
Huevo	Unidad	1	3,5	3,5	0,03
Manteca	k	0,05	227	11,35	0,09
Gelatina	k	0,035	214,29	7,5	0,06
Subtotal				103,55	
Otros costos					
Mano de obra directa	Hs.	0,5	32	16	
Imp. Ingresos Brutos	k	1	5,4	5,4	
CIP	Hs.	0,5	2,97	1,5	
Costo por Kilo				126,4	

Imagen 3.6. Costo tarta.

HOJA DE COSTO N°	Producto: Alfajores de maicena			Fecha:	
Detalle	Unidad de medida	Consumo total	Costo unitario	Costo total	% del costo total
Materiales					
Dulce de leche	k	0,4	60	24	0,19
Coco rallado	k	0,05	190	9,5	0,08
Azucar impalpable	k	0,125	33	4,125	0,03
Maizena	k	0,2	30	6	0,05
Huevo	Unidades	3	3,5	10,5	0,08
manteca	k	0,05	227	11,35	0,09
Harina leudante	k	0,05	25	1,25	0,01
Subtotal				66,725	
Otros costos					
Mano de obra directa	Hs.	1,5	32	48	
Imp. Ingresos Brutos	k	1	6	6	
CIP	Hs.	1,5	2,97	4,5	
Costo por Kilo				125,2	

Imagen 3.7. Costo alfajores de maicena.

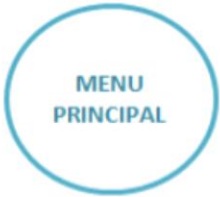
Las planillas que se visualizan corresponden a cada uno de los productos ofrecidos por el emprendimiento. Las mismas están divididas en dos partes la primera en donde se indica la cantidad de material que se requiere para la elaboración de cada producto, en base a esas cantidades la planilla automáticamente (de la base que se encuentra en la pestaña “COSTO DE MATERIALES”) trae el precio unitario y calcula el costo total de los materiales. La segunda parte corresponde a otros costos siendo la mecánica igual que para la primera parte de la planilla.

Finalmente se calcula automáticamente el costo de cada producto, en el caso de las dos tortas y alfajores se obtiene el costo por kilo, para las tartas el costo es por unidad.

Al presionar “MENU PRINCIPAL” se vuelve al mismo

Al seleccionar “HISTORICO DE PEDIDOS” se puede visualizar la siguiente imagen

Septiembre 2018



fecha	alfajores		torta comun		torta especial		tartas	
	kilos	costo	kilos	costo	kilos	costo	unidad	costo
08-sep		\$ -	4	\$ 485,27		\$ -		\$ -
08-sep		\$ -		\$ -	4	\$ 634,47		\$ -
08-sep		\$ -	3	\$ 363,95		\$ -		\$ -
09-sep	1	\$ 125,18		\$ -	4	\$ 634,47		\$ -
09-sep		\$ -	1,5	\$ 181,98		\$ -		\$ -
09-sep		\$ -		\$ -	6	\$ 951,70		\$ -
09-sep		\$ -		\$ -		\$ -	1	\$ 126,43
11-sep		\$ -	1,5	\$ 181,98		\$ -		\$ -
12-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
14-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
14-sep		\$ -	2,5	\$ 303,29		\$ -		\$ -
15-sep		\$ -	1	\$ 121,32		\$ -		\$ -
15-sep		\$ -		\$ -		\$ -	2	\$ 252,87
15-sep		\$ -		\$ -	2	\$ 317,23		\$ -
17-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
19-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
20-sep		\$ -		\$ -	4	\$ 634,47		\$ -
20-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
22-sep		\$ -		\$ -	4	\$ 634,47		\$ -
22-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
22-sep		\$ -		\$ -		\$ -	1	\$ 126,43
23-sep		\$ -		\$ -	2,5	\$ 396,54		\$ -
24-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
29-sep		\$ -		\$ -	3	\$ 475,85		\$ -
29-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
29-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
29-sep		\$ -		\$ -	2,5	\$ 396,54		\$ -
29-sep		\$ -	1	\$ 121,32		\$ -		\$ -
30-sep		\$ -		\$ -	3	\$ 475,85		\$ -
30-sep		\$ -	5	\$ 606,58		\$ -		\$ -
30-sep		\$ -		\$ -	2,5	\$ 396,54		\$ -
30-sep		\$ -	2	\$ 242,63		\$ -		\$ -
30-sep		\$ -	3	\$ 363,95		\$ -		\$ -
Total	1	\$ 125,18	42,5	\$ 5.155,96	37,5	\$ 5.948,13	4	\$ 505,73
unitario		\$ 125,18		\$ 121,32		\$ 158,62		\$ 126,43

Imagen 3.8. Histórico de pedidos.

En este cuadro se resumen las cantidades de cada uno de los productos que se elaboran por mes, con el costo total de los mismos y su respectivo costo unitario. Esta hoja de cálculo se alimenta de las planillas que se encuentran en “DETALLE DE COSTOS POR PRODUCTO”, tomando para la determinación del costo, el costo unitario que se calcula en las planillas mencionadas. De esta manera solo es necesario realizar la carga de las cantidades vendidas, para así obtener los costos.

Al presionar “MENU PRINCIPAL” se vuelve al menú principal

Al seleccionar “ENFOQUE CONTRIBUTIVO” se observa la siguiente pantalla

Periodo	sep-18			
Enfoque contributivo en unidades físicas				
	Torta estandar	torta especial	tarta	alfajores
Precio de venta	200	250	180	200
Cv	121,3	158,6	126,4	125,2
mc	78,7	91,4	53,6	74,8
cantidad	42,5	37,5	4	1
MC	3344,0	3426,9	214,3	74,8
MCT	7060			
Cf	674			
Ro	6386			

MENU PRINCIPAL


Imagen 3.9. Enfoque contributivo.

En la misma se calcula el resultado operativo que se obtiene en el mes bajo análisis, debiendo introducir únicamente cuando varíe el precio de venta de cada uno de los productos, ya que los demás datos vienen de la planilla “HISTORIAL DE PEDIDOS-COSTOS” y el resultado final lo calcula automáticamente la planilla.

Al presionar “MENU PRINCIPAL” se vuelve al menú principal

Al presionar “MODELOS DE DETERMINACION DE COSTOS” se accede a la siguiente página

MODELO DE COSTO COMPLETO RESULTANTE					
	TORTA ESTANDAR	TORTA ESPECIAL	TARTA	ALFAJORES DE MAICENA	TOTAL
VENTAS	8500	9375	720	200	\$ 18.795,00
COSTO DE VENTAS	4901	5667	484	119	\$ 11.171,14
UTILIDAD BRUTA	3599	3708	236	81	\$ 7.623,86
Costos de comercialización (variables)	255	281,25	21,6	6	\$ 563,85
Costos fijos de adm. y com.					\$ 674,00
UTILIDAD NETA					\$ 6.386,01



MENU PRINCIPAL

Imagen 3.10. Modelo de costo completo resultante.

En la misma se desarrolla el modelo de costo completo resultante tomando como base el enfoque contributivo desarrollado anteriormente, mostrando de esta manera las ventas realizadas, con su correspondiente costo de ventas, los costos tanto variables de comercialización (impuesto a los ingresos brutos) como fijos de comercialización y administración (teléfono y Monotributo), llegando finalmente a la utilidad neta que obtiene el emprendimiento.

Al presionar “MENU PRINCIPAL” se vuelve al menú principal

Al presionar “ESTADO DE RESULTADO” se visualiza un Estado de resultados, que se nutre del modelo de costo completo resultante.

Albertina Tortas	
Estado de Resultados	
Ventas	\$ 18.795,00
Costo de ventas	\$ 11.171,14
Resultado Bruto	\$ 7.623,86
Gastos de comercialización	\$ 563,85
Gastos de administración	\$ 674,00
Otros gastos	\$ -
Otros ingresos y egresos	\$ -
Ganancia (Pérdida) del ejercicio	\$ 6.386,01



MENU
PRINCIPAL

Imagen 3.11. Estado de resultado.

Como complemento a la herramienta planteada se realiza el cálculo de las ventas de nivelación del emprendimiento en unidades monetarias para brindar mayor información a la dueña del mismo, y así facilitar la toma de decisiones, y contribuir a su mejoramiento.

Primero es necesario calcular la razón de contribución promedio, cuya fórmula es la siguiente

$$\mathbf{Rc\ promedio} = r_{\text{tortaestandar}} * (V_{\text{tortaestandar}} / V_{\text{Totales}}) + r_{\text{tortaespecial}} * (V_{\text{tortaespecial}} / V_{\text{Totales}}) + r_{\text{tartas}} * (V_{\text{tartas}} / V_{\text{Totales}}) + r_{\text{Alfajores}} * (V_{\text{Alfajores}} / V_{\text{Totales}})$$

Luego se calcula la fórmula por separado para un mejor entendimiento de la misma, comenzando con las razones de contribución de cada uno de los productos

Margen de contribucion	
Γ Ctortaestandar	0,39
Γ Ctortaespecial	0,37
Γ Ctartas	0,30
Γ CAfajores	0,37

Imagen 3.12. Calculo de margen de contribución por producto.

Lo siguiente que se calcula es el coeficiente que resulta de dividir las ventas que se obtuvieron de cada producto por las ventas totales del periodo bajo análisis, obteniendo los siguientes resultados

Ventas de cada producto/Ventas totales	
V tortaestandar/ V Totales	0,45
V toertaespecial/ V Totales	0,50
V tartas/ V Totales	0,04
V Alfajores/ V Totales	0,01

Imagen 3.13. Calculo de coeficiente ventas por producto/ ventas totales

A modo de simplificar los cálculos se realiza el producto de la razón de contribución de cada producto por el coeficiente que se muestra en el cuadro anterior, y se realiza la sumatoria de los números resultantes, obteniendo así la razón de contribución promedio

Razon de contribucion promedio	
$r_{Ctortaestandar} * (V_{tortaestandar} / V_{Totales})$	0,1779
$r_{Ctortaespecial} * (V_{toertaespecial} / V_{Totales})$	0,1823
$r_{Ctartas} * (V_{tartas} / V_{Totales})$	0,0114
$r_{CAfajores} * (V_{Alfajores} / V_{Totales})$	0,0040
$r_{cpromedio}$	0,3756

Imagen 3.14. Calculo de razón de contribución promedio.

Finalmente se calculan las ventas de nivelación en términos monetarios y las cantidades de nivelación de cada producto para lograr dichas ventas, como se muestra en el siguiente cuadro.

Vn	\$ 1.794,31
Qntortaestandar	4
Qntortaespecial	4
Qntarta	0
Qnalfajores	0

Imagen 3.15. Calculo de ventas de nivelación y cantidades de nivelación por producto.

Al finalizar la herramienta de Excel, la misma fue presentada a la dueña del emprendimiento a quien nuevamente le dirigimos una serie de preguntas con el fin de conocer la utilidad que encontró en la misma, y su opinión respecto de la información que se obtiene al emplear dicha herramienta.

Las preguntas planteadas fueron las siguientes:

1. ¿Le facilita y provee utilidad el cálculo de los costos de cada producto? ¿Se ajusta al costo que ya proyectaba?

2. El cálculo de materiales realizado ¿Le brinda respaldo para las épocas con ventas explosivas?
3. ¿Le costó adaptarse al uso de la planilla?
4. Con respecto al modelo de orden de pedido propuesta ¿Le resulta adecuada?
5. ¿Considera eficiente la carga de datos que debe realizar y el resultado obtenido con la carga de los mismos?
6. ¿Cree que esta herramienta le será útil ante una expansión de su negocio o desarrollo de un nuevo proyecto?
7. ¿La herramienta presentada se ajusta a sus expectativas?

La dueña brindo las siguientes respuestas:

1. En cuanto a la primera pregunta, la respuesta fue afirmativa, la dueña expreso que le resulto muy útil conocer el costo de cada uno de los productos que ofrece, ya que desconocía los mismos. La respuesta a la pregunta siguiente fue afirmativa también, ya que si bien no realizaba un cálculo de los costos por producto, la dueña proyectaba costos similares a los reales que se calculan en la herramienta.

2. Si, ya que expreso que no puede quedarse sin materiales para atender los pedidos. Agrego también que en las épocas de ventas explosivas se elabora un listado de materiales que se necesitan y que faltan, por lo que la herramienta, facilita el cálculo de los mismos brindando información de las cantidades precisas en el menor tiempo.

3. No, debido a que la dueña lleva un registro manual. En este sentido indico que la herramienta le resulto muy cómoda, ya que las planillas se adaptaron perfectamente a su modo de trabajo.

4. La dueña expreso que la planilla se ajusta perfectamente a su negocio y que contiene todos los datos necesarios para elaborar los productos solicitados por sus clientes, además remarco que considera que la planilla puede resulta muy útil ya que si en un futuro el negocio crece, la misma podría ser utilizada no solo por ella sino por cualquier persona que trabajara en el emprendimiento.

5. Su respuesta fue que si bien le parece que va a resultar difícil adecuarse al uso de la herramienta por los tiempos que maneja, la planilla es práctica, ya que solo requiere de la carga de datos clave, lo que le parece muy favorable, porque se pude llevar un registro detallado mes a mes. Por último volvió a remarcar la utilidad de la herramienta para el caso en que decidiera incorporar un empleado, que manejara la misma.

6. Si. La dueña nos comento que está pensando en incorporar un nuevo producto al negocio y para ellos tiene que evaluar los costos del mismo y esta herramienta le va a ayudar a encontrar el precio adecuado para la ganancia que quiera obtener con el nuevo producto.

7. Si. En esta pregunta la dueña indicó que al quedar a futuro, si ella decide no seguir con el emprendimiento, esta herramienta deja el negocio plasmado, es decir reúne la registra historia de su negocio. Espera que esta nueva forma de llevar su negocio sirva en el caso de que ella no esté y alguien que quiera continuar con el negocio, es decir continuar con su legado.

La herramienta elaborada ofrece una estructura de costos que se adapta a las necesidades de la dueña del emprendimiento y puede ser tomada como referencia para otros similares. Dicha herramienta permite conocer la cantidad de kilos vendidos de cada producto mes a mes y el margen de contribución que se obtiene con cada uno, además permite calcular el costo de cada producto que se ofrece, la necesidad de materiales en épocas de mayores ventas y el resultado operativo del emprendimiento por el periodo que se esté analizando, facilitando así, la toma de decisiones. Se pudo corroborar el funcionamiento de la misma y su utilidad para el emprendimiento.

CONCLUSIONES

Los emprendimientos requieren tanto de personas que poseen motivación y habilidad para desarrollar un negocio, como de un entorno político y económico que promueva el desarrollo de los mismos, para que estos cumplan con su papel en la economía de los países.

La importancia de las PYMES se ve justificada, ya que al desarrollar actividades de pequeño volumen, las mismas son más flexibles a los cambios que se producen en los mercados. Además, representan una de las principales fuentes generadoras de empleo en el país.

El proceso decisional se apoya, en muchos casos, en análisis de costos especialmente diseñados para un propósito específico. Es por ello que brindar al empresario información adecuada para la adopción de decisiones es, sin duda, lo más importante del sistema de información de costos. Por ende, si las empresas no disponen de una estructura de costos adecuada, obtendrán una medición errónea de la utilidad y como consecuencia sus decisiones operacionales y estratégicas serían incorrectas.

Para las PYMES es muy difícil conocer su estructura de costos y más aún aplicar herramientas de costo. Es por ello que sería conveniente implementar un sistema que, a través de una carga sencilla de datos pueda darle información útil para la toma de decisiones y el control.

La organización que se ha tomado como referencia es “Albertina tortas”, un emprendimiento de tortas artesanales que comenzó con la elaboración de tortas para eventos familiares y que con el tiempo se fue expandiendo e incorporando distintos productos.

Del relevamiento hecho en una primera instancia, se identificó que la propietaria del emprendimiento no cuenta con una estructura de costos, lo que dificulta la toma de decisiones. No se realiza el cálculo de los costos de producción en forma precisa. Por otro lado, se calcula un precio estimativo de cada producto basado en el costo del insumo más utilizado. Se considera como costo de los materiales directos sólo el precio de factura de los mismos, sin incluir costos adicionales. No posee un sistema de inventario de materiales con los que cuenta el emprendimiento, por lo que no se conoce la existencia de los mismos. Por último y en relación a los costos indirectos, los mismos, no son considerados costos del producto.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, en primer lugar, se realizó un relevamiento del negocio a través de observaciones, solicitud de información y encuesta.

Teniendo en cuenta toda la información recolectada se elaboró una herramienta Excel, en donde en primer lugar se incluyó una nota de pedido, que debe completarse cada vez que un cliente realice una compra. Luego se generó una base de datos que incluye los precios de todos los insumos que utiliza el emprendimiento. Posteriormente, se incorporó a la herramienta cuatro planillas que se alimentan de la base de datos para calcular el costo de cada uno de los productos ofrecidos. A su vez, se elaboró un histórico de pedidos, donde se cargan todos los realizados en el mes, calculando así el costo total de cada producto vendido. Como paso siguiente, se incorporó el

enfoque contributivo para la empresa, que se complementa con el modelo de costo resultante. Y por último se incluyó el estado de resultados, donde se puede comprobar el resultado obtenido realmente.

Finalmente se presentó la herramienta a la Sra. Basles para que la utilizara durante un fin de semana, periodo en el que la actividad del emprendimiento es mayor, luego de esto se procedió a entrevistarla nuevamente.

En función al análisis realizado puede observarse que debido a la inexistencia de un sistema de costos que permita calcular los mismos de manera adecuada, no es posible tomar decisiones que se encuentren respaldadas en información fiable. El precio de los productos no se establece teniendo en cuenta la totalidad de los costos a los que se enfrenta la empresa. Si bien la dueña lleva registros manuales de las ventas y gastos mensuales, la ganancia que la misma expresó que obtuvo en el periodo bajo análisis no es la realmente alcanzada, situación que se debe a la falta de asignación tanto de costos indirectos (luz y gas), como directos (mano de obra) de producción. La Sra. Esther expresó que a su parecer el producto con el que obtiene mayor rentabilidad es la tarta, analizando la información suministrada por la herramienta se llega a la conclusión de que el producto que mayor rentabilidad produce es la torta estándar.

Por otro lado, se interrogó a la dueña sobre la ganancia que obtuvo durante el mes bajo análisis a lo que ella respondió que su ganancia fue de \$18.470, en comparación con el resultado obtenido de la herramienta (\$6.386,01) se puede observar una notable diferencia, situación que se debe a la falta de un sistema de costeo que permita el correcto cálculo de costos y beneficios.

Finalmente llegamos a la conclusión de que la herramienta es útil y sencilla de utilizar para la emprendedora, permitiéndole a la misma conocer la rentabilidad de sus productos, facilitar de ahora en adelante el control y la toma de decisiones, con relación a su situación actual y a la posibilidad de incorporar nuevos productos.

Cabe destacar que este trabajo pudo llevarse a cabo gracias a la buena voluntad de la dueña del emprendimiento, Esther Basles, quien brindó toda la información necesaria para el desarrollo del mismo, por lo que se considera oportuno agradecerle especialmente por su compromiso, sin cuya colaboración, esta investigación no hubiera sido posible.

BIBLIOGRAFIA

- Catedra de Contabilidad de Costos (2018). Contabilidad de Costos. Bibliografía básica de estudio. *Unidad 1: Costos y sistemas de información de costos.*
- Catedra de Contabilidad de Costos (2018). Contabilidad de Costos. Bibliografía básica de estudio. *Unidad 4: Metodologías de determinación de costos*
- Catedra de Contabilidad de Costos (2018). Contabilidad de Costos. Bibliografía básica de estudio. *Unidad 7: Modelos de determinación de costos.*
- CARTIER, Enrique (2000). *Posgrado de Costos y Gestión Empresarial, Instituto Argentino de Profesores Universitarios de Costo*, Universidad Nacional de Cuyo.
- DE TORRES CARBONELL, Silvia. (Febrero 2018). *Contexto para emprendedores argentinos en 2018: el rol del Estado y los privados*. Publicación: Apertura Negocios. Recuperado de: <http://www.apertura.com/emprendedores/Contexto-para-emprendedores-argentinos-en-2018-el-rol-del-Estado-y-los-privados-20180206-0006.html>
- FRAQUELLI, Ana María (2015). Costos y beneficios de fabricar pan francés o comprar. Trabajo de graduación - Facultad de Ciencias Económicas – Universidad FASTA. Recuperado de: http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/937/2015_cp_013.pdf?sequence=1
- GIMÉNEZ, Carlos M. y colaboradores., *Sistemas de Costos* (2007) 1ª Edición, Buenos Aires, Editorial La Ley
- GIMÉNEZ, Carlos M. y colaboradores., *Sistemas de Costos* (2007) 1ª Edición, Buenos Aires, Editorial La Ley
- GIMÉNEZ, Carlos M. y coautores, *Decisiones en la gestión de costos para crear valor* (2006) 1ª Edición, Buenos Aires, Editorial Errepar
- HORNGREN, Charles, FOSTER, George y DAKAR, Srikant, Contabilidad de Costos, *Un enfoque Gerencial*, (2007) 12ª edición, México, Editorial Prentice Hall
- HANSEN, Don, MOWEN, Maryanne, *Administración de Costos*, (2007) 5ª Edición, México, International Thomson Editores
- IAVARONE, Paula Gisella (2012). *Costos por órdenes de producción: su aplicación a la*




industria panificadora. FCE – UNCuyo. Recuperado en:
http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5230/iavaronitabajodeinvestigacion.pdf

- RIQUELME LEIVA, Matías (2016). *FODA: Matriz o Análisis FODA – Una herramienta esencial para el estudio de la empresa.* Santiago, Chile. Recuperado de: <http://www.analisisfoda.com/>
- RUARTE, Matías Sebastián, MARTINELLI, María Paula y RUARTE, Natalí Belén (2012). *Estudio de prefactibilidad Producción de Helados Industriales.* Trabajo de investigación. UTN - Facultad Regional San Rafael. Recuperado de: <http://ria.utn.edu.ar/bitstream/handle/123456789/1564/PROYECTO%20FINAL%20HELADOS%20INDUSTRIALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SENAR, Eduardo. *Aplicación del costo normal en las empresas productoras de bienes en Mendoza* (Mendoza, Trabajo presentado en las jornadas de Ciencias Económicas, FCE-UNC, 2008)
- VERASAY, Pamela (2013). *Aplicación de las herramientas de costos y gestión a las actividades mineras.* FCE – UNCuyo. Recuperado de: http://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5727/tesis-cs-ec-verasay.pdf
- PORTO, Julián P. y GARDEY Ana (2009). *Definición de.* Definición de Pyme. Recuperado de: <https://definicion.de/pyme/>
- FARINELLI, Sergio (1995; 2005). *Sistemas locales de innovación: Las empresas Pymes metalmeccánicas de Tandil.* Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/397/La%20Importancia%20de%20las%20PyMEs%20en%20Argentina.htm>
- SANCHEZ, Esther y Coautores, “*Análisis Marginal*”, Unidad IV, Guía de clases 2015 (Trabajo de cátedra), FCE – UNCuyo.
- BELLOTTI, Carla, IBARRA, Cecilia y VILLARRUEL, Estefanía (2014). *Herramientas de Gestión en el Sector Agropecuario: Aplicación a la producción de Soja* (Trabajo de Investigación). Facultad de Ciencias Económicas, UNCUYO, Mendoza
- CONGRESO DE LA NACIÓN ARGENTINA (1995). Ley N° 24.467 Pequeña y Mediana Empresa. Buenos Aires, Argentina.
- CONGRESO DE LA NACIÓN ARGENTINA (2000). Ley N° 25.300 de Fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Buenos Aires, Argentina.

DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 26 de Febrero de 2019.

Firma y aclaración	Número de registro	DNI
 Ricardo López, María Antonella	27537	36.137.821
 Esteban Virginia	27926	37.514.667
 GUERRERO MATANO Elizabeth	27706	37.268.206