

COLUMNA SEMANAL “EL MUNDO DE LAS ORGANIZACIONES”
DIARIO FRONTERA (06/05/02, Frontera, Cuerpo C – Cultura – Página 5)
Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE) – FACES /ULA

¿ POR QUÉ CONOCER EL COSTO DE SU PRODUCCIÓN ?/ (1)

Prof. Marysela C. Morillo Moreno

Continuamente los gerentes se preguntan; ¿cuál es el producto o servicio sobre el que deben hacer énfasis?, ¿qué precio fijar a un honorario profesional o a un boleto de cine?, ¿cuáles materiales o procesos son más convenientes?. Para responder estos interrogantes la información de costos juega un papel fundamental.

Toda empresa tiene como objetivos el crecimiento, la supervivencia y la obtención de utilidades. Para el alcance de éstos, los directivos deben realizar una distribución adecuada de recursos escasos – financieros y humanos – basados, en buena medida, en información de costos. De hecho, son frecuentes los análisis de costos realizados para la adopción de decisiones - eliminar líneas de productos, hacer o comprar, procesar adicionalmente, sustituir materia prima, aceptar pedidos, diseñar productos y procesos, - para la planificación y el control.

En materia de toma de decisiones, las empresas requieren conocer el costo de cada uno de sus productos y/o servicios ofrecidos para fijar precios y descuentos a sus clientes. Ello, con el fin de asegurar la recuperación de la inversión realizada en los costos de producción y en las erogaciones requeridas para vender, administrar y financiar el negocio, y a su vez afianzar un mercado y un margen de utilidad justo para la supervivencia y crecimiento de la empresa. No obstante, el costo no es el único factor para la determinación de precios. Por el contrario, hace falta la consideración, de otros factores -características del producto, ingresos del consumidor, elasticidad de

la demanda, acciones de la competencia y otros-. Además los costos sirven para evaluar la conveniencia de eliminar líneas de productos, aceptar o rechazar negociaciones a precios fijados por el mercado o controlados por el gobierno y, a partir de allí, diseñar productos y servicios capaces de satisfacer al consumidor, a cierto precio establecido por el mercado – costeo por objetivos- y crear así, mezclas de productos tendentes a maximizar las utilidades.

Considerando que para ejercer un control adecuado de los costos, se requiere una medición adecuada de los mismos, por cuanto la necesidad de información de costos de producción obedece a causas internas y externas. Las internas tienen que ver con el incremento o mantenimiento del margen de utilidad de la empresa, puesto que cuando se manejan ingresos constantes por volúmenes o precios de ventas difíciles de incrementar, la única alternativa viable es controlar los costos. Las causas externas tienen que ver con la creación de ventajas competitivas, es decir, crear un mayor valor ante los consumidores a cambio de un precio similar al de la competencia (estrategia de **diferenciación**) o crear un valor similar al de la competencia por un precio inferior (estrategia de **liderazgo en costos**). Allí se requieren conocer los costos de producción para elegir los diseños, materias primas, procesos más adecuados y crear dichas ventajas.

Por otra parte, existen factores externos e internos que afectan el desempeño de la organización. Dentro de los factores externos destacan las políticas del estado, el nivel de inflación y demás variables macroeconómicas, las cuales son difíciles de controlar pero deben ser consideradas al tomar decisiones. Entre los factores internos destaca el sistema de información financiera, controlable en gran parte y debe ser mejorado continuamente para conseguir el uso adecuado de los recursos. Sin embargo, muchos pequeños y medianos empresarios no disponen de un sistema de información financiera adecuado. La mayoría lleva algún tipo de registro financiero. Básicamente, para fines fiscales y aun cuando sus negocios les resulten rentables,

algunas veces no están en condiciones de saber cuáles productos o servicios le son más rentables. Esto debido a que al considerarlos a todos conjuntamente, las ganancias excesivas de algunos oculta la baja rentabilidad y pérdidas de otros, lo cual refleja una asignación inadecuada de costos a los productos.

La gerencia de estas organizaciones puede tomar decisiones incorrectas como la eliminación de productos aparentemente poco rentables; indebida sustitución de materia prima y otras decisiones de reducción de costos. No pueden optimizar el uso de los recursos, tampoco realizar proyecciones al no conocer los costos reales con exactitud, obstaculizando el proceso de control.

* Prof. de la Cátedra de Contabilidad de Costos FACES /ULA
Sección de Extensión del CIDE
marysellamor@hotmail.com