

Nº 1103
DOCUMENTO PLANNING
Publicación periódica coleccionable
Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor / Gerente

LAS DIFERENCIAS EN LOS MODELOS DE COSTOS

Tradicionalmente se han empleado tres tipos de modelos de costos, todos los cuales llevan los costos directos al objeto de costos (área, producto, canal o cliente), su diferencia radica en la asignación de los costos indirectos, ya sea que estos se derramen (se distribuyen sin justificar su eficiencia) o se facturen (previa la justificación de su eficiencia y sólo cuando se usan), ver gráfico:

Los modelos de costos: las diferencias



Veamos el sentido de las diferencias en la distribución de los costos indirectos:

- a) **Los costos basados en volumen (VBC - Volume Based Costing)** usan criterios de distribución de costos indirectos según ciertas cantidades, por ejemplo, distribución de costos por ingresos o valor de activos, con lo cual no hay una asociación entre el costo y el uso de la infraestructura y la operación por parte del objeto de costos; prácticamente, mientras más ingresos o activos genere un área, canal o producto más costos se le cargan, aunque no necesariamente el objeto de costos haya consumido más operación. Aquí se crea una gran inequidad e imprecisión: el criterio es derramar los costos a los objetos de costos, no importa si el costo es eficiente o no, o si se usa o no por el área, canal o producto.

- b) Los costos basados en actividades (ABC - Activity Based Costing)** buscan asociar los procesos de administración, comercialización y operación con los objetos de costo, lo cual los hace más cercanos a la realidad porque parten del proceso. Sin embargo, no analizan la eficiencia del costo y distribuyen el costo total a los objetos de costo (productos, canales o clientes), cualquiera que sea su valor, independientemente de si el proceso es eficiente o no. Este también es un criterio de derrame o distribución de los costos.
- c) Los costos basados en ventas (SBC - Sales Based Costing)** parten del criterio de que los costos por la administración y operación no se derraman, sino que se facturan al objeto de costos, si este realmente los usa y únicamente cuando efectivamente los use. Esto implica que sólo se facturan una vez se justifica que el costo es eficiente, es decir, si y sólo si es menor o igual al precio del mercado (como si un outsourcing externo prestara el servicio). Si el costo interno es mayor que el precio de mercado, sólo se puede facturar el precio de mercado, para no destruir el valor del objeto de costos.

Apoyados en la teoría de restricciones, la última metodología, es más simple, más natural, evita roces entre las áreas y garantiza la preocupación y eficiencia por los costos, porque no se pueden derramar, sólo facturar una vez se demuestra su eficiencia. Ver lámina:



“La contabilidad de costos es el enemigo número uno de la productividad”



*Eliyahu M. Goldratt.
Físico Israelí.
Creador de la teoría de restricciones*

El profesor Goldratt se refiere a las dos primeras metodologías, ya que no miden la eficiencia de los costos y los derraman o distribuyen a los objetos de costo, sin considerar si se usan, son eficientes o provienen de un exceso de capacidad instalada, pagada por la empresa pero no utilizada.



En consecuencia, la recomendación que se desprende de las anteriores reflexiones, es la medición de los costos basados en los servicios efectivamente prestados al objeto de costos (SBC), en forma eficiente y controlando el uso de la capacidad instalada.

Planning
Marzo de 2011

Si desea conocer más sobre el tema de costos basados en ventas, en Planning le ofrecemos asesoría, junto con un software de medición.

[Pulse aquí](#)


Síguenos en:

twitter


facebook


Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

 **Servicios:** Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado, eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Sistemas de inteligencia empresarial](#)
 - ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
 - ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo
- ✓ [Otras publicaciones](#)

 **Recomiende a un amigo:** Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#) para entrar a la página de referidos.

 **Información de contacto:** Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.