

Revista

de

Ciencias Económicas

PUBLICACION DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
CENTRO DE ESTUDIANTES Y COLEGIO
DE GRADUADOS

La Dirección no se responsabiliza de las afirmaciones, los juicios y las doctrinas que aparezcan en esta Revista, en trabajos suscritos por sus redactores o colaboradores.

DIRECTORES

Dr. Wenceslao Urdapilleta
Por la Facultad

Francisco A. Duranti
Por el Centro de Estudiantes

Carlos E. Daverio
Por el Centro de Estudiantes

REDACTORES

Dr. Alberto Diez Mieres
Sr. Luis Moreno
Por la Facultad

José Botti
Por el Centro de Estudiantes

Oscar D. Hofmann
Por el Centro de Estudiantes

Año XVII

Agosto, 1929

Serie II, N° 97

DIRECCION Y ADMINISTRACION
CALLE CHARCAS 1835
BUENOS AIRES

de Juan René Bach

Costos Industriales

En nuestros dos artículos anteriores (1) habíamos tratado del costo, comprendido dentro de la serie de operaciones necesarias para transformar en producto terminado las materias primas y accesorios. Vamos ahora a ocuparnos del recargo que sufre el producto una vez terminado y entregado a los depósitos, para su expedición. Es decir en otras palabras, saldremos de la esfera del costo meramente industrial, para entrar en los gastos de comercialización de los productos.

En ese sentido es necesario tomar en cuenta nuevos factores que tienen la virtud de modificar sustancialmente los sistemas de distribución, faltando sin embargo el elemento base que contribuye a facilitar en gran parte la solución de los problemas de costo en la etapa de transformación. Efectivamente, si analizamos detenidamente observaremos que los elementos: obreros, máquinas, o costo de materiales, sobre cuyas bases asentábamos la distribución de los gastos industriales, en esta etapa no existen, quedando librada la forma de distribución al criterio del encargado del costo, o a la política comercial de la dirección de la industria.

Ya que hablamos de política de la dirección vamos a aclarar brevemente el punto.

Se puede presentar el caso — por otra parte muy común en las industrias — de que al industrial le convenga producir un determinado artículo que aunque de difícil salida, permita reducir los gastos a aplicarse a los otros productos sobre los cuales tiene el empresario asentada su fuente de beneficios. Podrá así distribuir sobre un mayor número de productos el total de gastos fijos, que de otra manera incidirían en mayor proporción sobre los principales renglones de su fabricación.

(1) Ver números de mayo y junio.

También podrá recurrir a una producción en mayor escala que la necesaria de un mismo artículo, con el fin de reducir los gastos individuales, o puede convenirle producir en época de poca demanda en cantidades normales almacenando el excedente, para no alterar el ritmo de fabricación, que tautos perjuicios trae aparejados. En fin, son innumerables las razones que pueden inducir al industrial a producir artículos sin existir la previa demanda de los mismos, determinando un almacenamiento más o menos largo de los mismos. Entonces se presenta el problema del recargo que deben sufrir los productos, que proporción se les ha de asignar para satisfacer las conveniencias del industrial en lo que respecta a la venta de los mismos, debiéndose apartar de la aplicación estricta y aritmética de los recargos, haciéndose la distribución según el criterio de la dirección, cargando a algunos productos con mayor proporción y aplicando un margen menor a los artículos de batalla.

Como vemos, esto significa una variación a todo lo que habíamos estudiado, constituyendo un problema de suma importancia, aunque a primera vista parezca simple, y la razón está en que si bien es cierto que al fin de cuenta los artículos han cargado con el total de los gastos, los valores individuales son diferentes.

A nuestro juicio es un error distribuir los costos en la forma que consulte la conveniencia de la dirección comercial, y fundamos nuestra oposición en la muy sencilla razón de que el criterio puede cambiar continuamente, oscilando también los costos de los artículos, produciéndose variaciones periódicas que el costo no tiene por qué reflejar, desde que debe ser el índice de lo que se ha invertido realmente en cada artículo y no de lo que conviene que sea. Modificándose periódicamente la base de distribución no hay control posible de un ciclo a otro de fabricación, perdiendo entonces el costo gran parte de su valor.

A nuestro juicio, lo más lógico es reflejar en los costos la verdad de la situación y dejar librado al criterio del vendedor apartarse de los valores de fabricación para sus conveniencias en el mercado, ya que después de todo el costo debe acercarse lo más posible a la realidad.

GASTOS DE EXPEDICION

Uno de los primeros problemas que se presentan en el costo de comercialización es, fuera de duda, la distribución de

los gastos originados en la expedición de los productos, cuando éstos son vendidos al por mayor y al por menor.

Sabemos que existen industrias que venden sus artículos al público, y que también venden a mayoristas. En estos casos los gastos de expedición son diferentes, ya que en el primer caso, la entrega de productos por separado supone un mayor manipuleo y gastos de embalaje, en los cuales no se incurre cuando se trata de entregar artículos al mayorista.

También puede presentarse el caso de industrias que al mismo tiempo que producen y entregan artículos voluminosos, producen artículos pequeños que llevan una proporción mayor de gastos de manipuleo. Supongamos el caso de la industria del hierro, que además de vigas de muchas toneladas, producen artículos tan pequeños como clavos o tuercas; en estos casos, como se ve, la distribución de los costos de expedición, como así también todos los demás comprendidos dentro del rubro comercial, se complica, pues falta el elemento base, como dijimos antes, para distribuir sus costos.

Hay sin embargo varios métodos en uso para distribuir esta serie de gastos y los más conocidos son tres: aquel que reparte los gastos de acuerdo a los costos de fabricación y aquel que lo divide de acuerdo al volumen, peso o medida de los productos, y el que toma como base el precio de venta.

El primer sistema tiene la bondad de que refleja el costo del artículo siguiendo una línea paralela con sus gastos de producción, pero tiene el defecto de que precisamente no toma en cuenta que en la gran mayoría de los productos es proporcionalmente menor el costo del manipuleo, conforme el artículo es más grande.

En cuanto al segundo método, nos parece el más aceptable, pues, como decíamos anteriormente, generalmente el manipuleo de los artículos pequeños o chicos es proporcionalmente mayor que el de los productos de más tamaño; por otra parte, tiene la ventaja de que distribuye los gastos de acuerdo al peso, medida o volumen, es decir a nuestro juicio el único elemento que puede servir de base para tal distribución, desde que por lo general el costo de manipuleo está en proporción a la facilidad de transporte de los productos.

Si se toma como base el precio de venta, creemos se funda la distribución sobre una base errónea desde que éste varía con la competencia, es decir, un elemento extraño a la fabricación, dando por lo tanto una base falsa, y hasta cierto punto inconveniente, pues en realidad recién cuando el ar-

título se ha vendido se puede saber la base real de distribución, o en otras palabras, se invierte el orden de los elementos desde que el costo de manipuleo es previo a la venta del producto, debiendo éste estar supeditado a aquel y no al revés, como se produciría en este caso.

GASTOS DE ALMACENAMIENTO

Otro de los rubros interesantes es, sin duda, el que se refiere a los gastos e inversiones por almacenamiento de productos.

Habíamos visto anteriormente que puede el industrial resolver la producción de artículos, que deban ser almacenados, a la espera de la demanda, y entonces surge la necesidad de considerar el interés del capital invertido por él en concepto de dinero inmovilizado y de locales para guardar los mismos. Habíamos tenido oportunidad de ver cómo este renglón era descuidado por muchos industriales, hasta el extremo de no formar parte de sus cálculos, y también la importancia que adquiriría en el caso de industrias que trabajaban en gran escala, y en las cuales los productos quedan almacenados más tiempo de lo que es común tenerlos.

Otro de los factores que son necesarios tener en cuenta, es el que se refiere a la mayor o menor facilidad de salida de los productos. Sabemos que en algunas industrias, si bien tienen gran stock de mercaderías, el tiempo de permanencia de las mismas en los depósitos es relativamente corto, y en cambio otras deben permanecer durante mucho tiempo inmovilizadas. Entra, pues, un nuevo factor en juego, y es la facilidad de circulación del capital. Lógico es discurrir que aquellas mercaderías que permanecen menor tiempo en depósito deban llevar menor cantidad de intereses y gastos de depósitos que las que deban permanecer en los mismos por un tiempo superior.

GASTOS DE VENTA

Hemos pasado revista a dos interesantes capítulos de los gastos de expedición y entrega y pasaremos ahora a referirnos a la serie de gastos comprendida bajo la denominación de gastos de venta, o sea la parte de la actividad de industrial relacionada con la oferta del producto y los trámites para asegurar la salida de su producción.

Quedan comprendidos en este rubro los gastos de propaganda en que deben incurrir ciertas industrias para presen-

tar el artículo al público. Algunas empresas no necesitan de la misma, por diversas circunstancias, pero otras deben hacer de ella un uso continuo, constituyendo, por así decirlo, el oxígeno de la empresa.

Si el territorio que debe servir es extenso, debe también asegurarse el concurso de un número necesario de viajantes, que ofrezcan sus productos en el interior, y cualquiera sea la forma de remuneración, sus gastos caen dentro de esta categoría. Además, debe instalar las secciones correspondientes de venta con su personal adecuado para los fines a que se les destina. Todos los gastos incurridos por estos conceptos, tanto sean jornales, papelería, etc., son directamente cargables a este rubro. Algunas industrias tienen también dividido este departamento en secciones de exportación y de venta en el mercado interno, y en este caso ambas ramas deben entrar unidas en las consideraciones de costos, salvo el caso de que se use una política diferente en ambas clases de ventas. Nos referimos a las numerosas combinaciones comerciales empleadas por los industriales — (Trusts, pools o el mismo dumping) — que obligan a dividir los gastos de ambas ramas de ventas, de acuerdo a la forma y miras que se tiene en vista en estos casos.

GASTOS DE ENTREGA

Una vez vendidos y preparados para su expedición, los artículos deben ser entregados. Para estos casos, también existen diferencias substanciales en los procedimientos seguidos por los industriales.

Algunos tienen elementos propios de transportes y entonces en estos casos, además de los valores correspondientes a todos los gastos en concepto de sueldos y mantenimiento del material en condiciones de eficiencia, hay que agregarle el interés del capital empleado, asunto de suma importancia para cuando se deseen establecer diferencias entre el sistema empleado y otro cualquiera. Hay también en uso un sistema que consiste en emplear elementos de empresas destinadas exclusivamente al transporte. Si este sistema es mejor que el otro, es asunto especial de cada industria y cada rama de explotación.

GASTOS DE COMPRAS DE MATERIALES

Aunque no entren dentro de la categoría de gastos de expedición y venta, la serie de inversiones necesarias para

asegurar una correcta compra de los materiales para la industria, también debe ser considerada fuera de los gastos meramente industriales.

Sabemos que toda industria bien desarrollada tiene una oficina o sección especial destinada a la adquisición de los materiales para la fabricación y demás actividades de la empresa. Las razones son bien obvias, desde que por lógica debe existir alguien que con exclusividad se ocupe de obtener precios y condiciones para confrontar ofertas y llegar a la conclusión de cuál es la más interesante y la que más ventajas ofrece al industrial.

Estas oficinas por lo general tienen por misión la recopilación de los datos de los precios corrientes de los materiales usados por la industria, y es la que en caso de necesitarse la adquisición de máquinas, equipos, etc., estará en condiciones de obtener los mejores precios del mercado.

Una vez aceptada la oferta que se considera más conveniente, la oficina encargada de las compras debe aceptar las facturas e indicar el destino que se le ha dado al artículo, y sobre esa base la contaduría y la oficina de costos harán los correspondientes cargos; es lógico que también sea ella la encargada de indicar si existen rebajas especiales, o descuentos corrientes que reduzcan los valores de adquisición.

Como corolario de esta sección y sin que signifique estar dependiente de ella, existen en industrias de importancia oficinas encargadas de la recepción del material adquirido, de revisarlo y determinar si corresponden al objeto de la compra. Por lo general, cuando las adquisiciones son de importancia y los productos deben ser guardados hasta su consumo, se establecen secciones llamadas almacenes, cuya misión entonces es de recibir el artículo, guardarlo y entregarlo mediante la consiguiente requisición.

Estas secciones almacenes también forman parte de las oficinas de compras de materiales y llegan a adquirir, en algunas industrias, una importancia muy grande no sólo en el sentido de las inversiones necesarias para mantenerlas en condiciones de eficiencia, sino también porque se le añaden una serie de funciones que las colocan en una situación especialísima dentro de la industria.

Los sistemas en uso para esta clase de oficinas son diversos, como es lógico, variando con cada industria, y al final daremos una serie de ejemplos de cómo se manejan, qué documentos utilizan y la organización interna más común.

Los gastos comprendidos bajo este rubro son, pues, de una importancia suma y, como se habrá podido deducir, es también algo intrincado el sistema usado para distribuir sus gastos entre la producción, aunque comúnmente se acostumbra a unirlos a los gastos de dirección y repartirlos con ellos.

GASTOS DE DIRECCION

Hay también otra serie de gastos, que escapando de los límites de la fabricación deben sin embargo distribuirse entre los artículos en forma tal que castigue en mayor escala al que realmente haya motivado el gasto. Dentro de este rubro están comprendidas todas aquellas inversiones correspondientes a los salarios del personal directiva, cuya función no sea de dirección de la industria; como, por ejemplo: la contaduría, la oficina de costo, la dirección comercial, el comité de directores, y un sinnúmero de otras funciones diversas con cada industria, y cuyas funciones, como dijimos, estén fuera de los límites de la fabricación.

Las variaciones son múltiples en este renglón, pues cada fábrica tiene un sistema diverso de dirección, no faltando aquellas en que el personal directivo cumple ambas funciones de fabricación y comercialización y entonces será cuestión de dividir su remuneración proporcionalmente a la forma de empleo de su tiempo de trabajo.

PERSONAL DE ADMINISTRACION

El criterio aplicable a la distribución de gastos de administración es igual al que se refiere al personal de dirección. Hay dentro de esta serie de gastos aquellos requeridos para control de fabricación y el que se necesita para comercialización, aunque también en sociedades anónimas de importancia se necesitan empleados para diversas tareas que no son precisamente las dos mencionadas, dividiéndose estos gastos entre ambas funciones, es la mejor forma de salir del paso, ya que si bien no es lo más exacto, la importancia de esos gastos es generalmente relativa con respecto a los gastos totales de la industria y no se cree necesario entrar en mayores detalles sobre los mismos.

PRECIOS DE VENTA

Entramos a estudiar la faz última del costo, es decir, la que se refiere a los precios a que deban venderse los productos.

Una vez determinado el costo del artículo, cargándole todo lo que se considere lógico se haya invertido para colocarlo en el mercado, queda por saber a qué precio mínimo debe venderse el artículo, para que el industrial obtenga la remuneración del capital que él estima conveniente.

Aquí se presenta uno de los puntos más interesantes y debatidos, pues como por lo general se desconoce la forma de establecer el porcentaje de beneficio sobre el capital invertido, hemos visto aplicar sistemas que denunciaban una falta absoluta de conocimiento de lo que significa retribución del capital en una fábrica.

El más común, el que tiene más adeptos, es el que considera como retribución del capital el resultado de agregar un porcentaje X, fijo, a todo producto salido de la fábrica, es decir, poniendo un caso concreto, tendremos que si el industrial desea una retribución de 20 o/o sobre el capital, lo más lógico es cargar un 20 o/o de costo total del artículo, sin entrar a estudiar si es lo más correcto y si se está por debajo o por encima de la retribución real del capital.

Otro sistema existe, que considera que solamente debe cargarse interés al costo de fabricación, pues allí solamente está la inversión del capital, dejando a un lado todas las inversiones para poner en pie de marcha la entrega del artículo, y la remuneración del personal encargado de ello.

Estos dos sistemas son los más usados, y pasaremos a estudiarlos, descartando los demás, generalmente producto de la inventiva de cada encargado de costo.

Ante todo debemos resolver qué es lo que se entiende por remuneración del capital invertido en la industria, y si supuesto el caso de que el industrial desee una remuneración de 15 o/o ó 20 o/o sobre el capital invertido, debemos saber cuánto debe agregarse a cada artículo para que al fin del año la remuneración total del capital sea más o menos exactamente ese 15 ó 20 o/o esperado.

Sabemos lo que significa giro de capital, es decir, la cantidad de veces que el dinero cumple un ciclo íntegro dentro de la fábrica, o sea la transformación de efectivo en materia prima, de ésta en producto terminado y luego la venta del artículo y su transformación en caja. Las veces que el capital "giró" se deduce finalmente relacionando las cifras totales del movimiento anual con respecto al capital de la empresa.

Así, si el capital es de \$ 100.000 y a fin de año ha habi-

do un movimiento total de \$ 800.000, quiere decir que el capital ha cumplido 8 ciclos de fabricación.

Entonces si el industrial desea obtener un 16 o|o de beneficio anual bruto sobre su capital, deberá cargar 2 o|o en ese concepto a cada artículo fabricado, lo que quiere decir que como su capital será cargado 8 veces en el año, obtendrá el 16 o|o requerido. De otra manera, cargando a cada producto la cantidad íntegra del interés requerido, se habrá cargado tantas veces de más como ciclos completos cumple el capital en la fábrica. ¡Esperamos que después de esta explicación algunos encargados de costo modificarán la base errónea de recargo!