

ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario	5
Prólogo	7
Capítulo 1. Conceptos fundamentales	11
Presentación y objetivos	13
1. Definiciones y objetivos	14
1.1. Algunas definiciones	14
1.2. Objetivos	15
2. Contabilidad financiera y contabilidad de costes	16
2.1. La cuestión de los destinatarios	16
2.2. Cuadro comparativo	18
3. Denominaciones	18
4. El concepto de gasto	19
4.1. Un pago no es un gasto	19
4.2. Definición de gasto	20

5. El concepto de coste	22
5.1. Definición de coste	22
5.2. Coste y gasto	22
5.3. Cantidad y precio	24
6. La figura del controller y la ética contable	24
6.1. Responsabilidades	24
6.2. La ética importa	25
Conceptos básicos	27
Actividades de autocomprobación	27
Referencias bibliográficas	33
Capítulo 2. Enfoques, modelos y estados de resultados	35
Presentación y objetivos	37
1. Enfoques y modelos	38
1.1. Enfoque	38
1.2. Modelo	38
2. Enfoques de costes más usuales	39
2.1. Full cost y direct cost	39
2.2. Costes reales y costes estándares	40
2.3. Job costing y process costing	40
3. Tres grandes modelos de costes	40
3.1. Modelo de costes por productos	41
3.2. Modelo de costes por centros	41
3.3. Modelo de costes por actividades	42
4. Estados de resultados financieros y analíticos	43
4.1. Estados de resultados financieros	44
4.1.1. Formato de cuenta	44
4.1.2. Formato lista	46
4.2. Estados de resultados analíticos	48

4.3. Diferencias y conciliación	49
4.3.1. Diferencias	49
4.3.2. Conciliación	51
4.4. Formatos de resultados analíticos	51
4.4.1. Resultado analítico full cost	52
4.4.2. Resultado analítico direct cost	52
Conceptos básicos	53
Actividades de auto comprobación	53
Referencias bibliográficas	59
Capítulo 3. Clases de costes	61
Presentación y objetivos	62
1. Clases de costes	63
1.1. Observaciones previas	63
1.2. Cuadro no exhaustivo	64
2. Costes del producto y costes del periodo	65
3. Costes directos y costes indirectos	67
3.1. Costes directos	67
3.2. Costes indirectos.....	67
4. Costes variables y costes fijos	68
5. Otros tipos de costes	69
5.1. Costes según la capacidad	69
5.2. Costes para la toma de decisiones	70
Conceptos básicos	73
Actividades de auto comprobación	74
Referencias bibliográficas	80
Capítulo 4. Valor y coste de las existencias	81
Presentación y objetivos	83
1. Descripción y clasificación	84

1.1. Las cuentas del grupo 3 del Plan General de Contabilidad	84
1.2. Importancia de valorar bien las existencias	87
1.3. Métodos del margen y de los minoristas	89
1.3.1. Método del margen (gross profit method)	89
1.3.2. Método de los minoristas (retail method)	89
2. Problemas de valoración y costes	90
2.1. Valoración de las entradas: coste de adquisición/coste de producción .	91
2.2. Valoración de las salidas: métodos IS, PMP, FIFO, LIFO	92
2.2.1. Método de identificación singular	92
2.2.2. Método precio medio ponderado	93
2.2.3. Método first in first out	94
2.2.4. Método last in first out	94
2.3. Valoraciones posteriores: cost/market the lower	95
3. Sistema periódico/sistema permanente	97
3.1. FIFO periódico/FIFO permanente	98
3.2. LIFO periódico/LIFO permanente	99
3.3. Precio medio ponderado periódico/precio medio ponderado permanente	101
4. LIFO versus FIFO	102
4.1. Por qué el International Accounting Standards Board (IASB) ha suprimido el LIFO	102
4.2. Dollar value LIFO	104
5. Normativa contable	105
5.1. Norma internacional de contabilidad 2 (NIC 2)	105
5.2. Norma de registro y valoración 10. ^a	107
6. Mermas, subproductos y residuos	108
6.1. Tipología y costes por mermas	108
6.2. Subproductos y residuos	109
Conceptos básicos	112
Actividades de autocomprobación	112
Referencias bibliográficas	126

Capítulo 5. Enfoques full cost (costes completos)	127
Presentación y objetivos	129
1. Qué es un enfoque full cost	130
1.1. Dos modalidades	131
1.2. Enfoque full cost literal	132
1.2.1. Descripción y origen	132
1.2.2. Estado de resultado analítico a full cost literal	134
1.3. Enfoque full cost industrial	135
1.3.1. Descripción y origen	135
1.3.2. Estado de resultado analítico a full cost industrial	137
2. Deducciones prácticas	138
2.1. Aspectos comparativos	138
2.2. Enfoques de costes y contabilidad creativa	139
2.3. El full cost industrial, único enfoque admitido	140
2.4. El full cost industrial, ¿genera stocks?	141
2.5. El full cost literal en la actualidad	142
3. Tres problemas de cálculo	143
3.1. Cómo imputar los costes indirectos	143
3.2. De la subactividad a la imputación racional	146
3.3. Cómo valorar productos en curso	148
4. El modelo de costes basados en los productos	154
4.1. Imagen de empresa	155
4.2. Plan de información	156
4.3. Un enfoque de costes	158
Conceptos básicos	159
Actividades de auto comprobación	159
Referencias bibliográficas	167
Capítulo 6. Modelo de costes por centros	169
Presentación y objetivos	170
1. Del modelo por productos al modelo por centros	171
1.1. Dos modelos frente a frente	171

1.1.1. Modelo por productos	171
1.1.2. Modelo por centros	173
1.2. La visión y razonamientos de Schneider	174
2. Elementos esenciales del modelo	175
2.1. Concepto y clases de centros	175
2.2. Concepto de unidad de obra (driver)	178
2.3. Centros principales y centros auxiliares	179
2.4. Informes esenciales del modelo	180
3. Funcionamiento y utilidad	183
3.1. Localización primaria	184
3.2. Localización secundaria	185
3.3. Imputación	188
4. El modelo por centros francés	189
Conceptos básicos	191
Actividades de autocomprobación	191
Referencias bibliográficas	203
Capítulo 7. Enfoques direct cost	205
Presentación y objetivos	207
1. Los orígenes y las dos versiones del direct cost	208
1.1. La propuesta de Jonathan Harris (1936)	208
1.2. ¿Direct cost o variable cost? Dos modalidades: DCL-DCV	210
2. Utilidad del direct cost literal	211
2.1. Descripción y uso del direct cost literal	211
2.2. Direct cost literal para hoteles: costes USALI	213
3. Aspectos clave del direct cost variable	214
3.1. Discriminar variables y fijos	215
3.2. Formato del informe del resultado direct cost variable	216
3.3. El full cost (industrial) frente al direct cost (variable)	218

4. Rentabilidad, riesgo de pérdidas y apalancamiento	220
4.1. El umbral de rentabilidad	221
4.2. Margen de seguridad	226
4.3. El apalancamiento operativo	227
5. Cuándo y cómo utilizar el direct cost	228
Conceptos básicos	230
Actividades de auto comprobación	230
Referencias bibliográficas	238
Capítulo 8. Decisiones basadas en costes	239
Presentación y objetivos	241
1. Decisiones y enfoques de costes	242
1.1. Las decisiones económicas: proceso y tipología	242
1.2. La elección del mejor enfoque	244
1.3. Costes relevantes y costes diferenciales	246
1.3.1. Costes relevantes	246
1.3.2. Costes diferenciales	247
2. Políticas coste-volumen-beneficio	248
2.1. Modificar costes sin variar el beneficio	249
2.2. Incrementar el beneficio sin modificar los costes	250
3. Fijar precios desde los costes	252
3.1. Dos tipos de márgenes	252
3.2. Cost plus pricing	253
3.3. Subir los precios	255
4. Otras decisiones a corto plazo	256
4.1. Aceptar/rechazar un pedido	256
4.2. Producir o subcontratar	259
4.3. Planificar una campaña publicitaria	260
Conceptos básicos	262
Actividades de auto comprobación	262
Referencias bibliográficas	269

Capítulo 9. Costes estándares y presupuestados	271
Presentación y objetivos	272
1. Concepto y utilidad del coste estándar	273
1.1. Definición	273
1.2. Utilidad de los costes estándares	274
2. Cálculo e interpretación de las desviaciones	276
2.1. Análisis por desglose: $Dg = Dt + De$	276
2.2. Análisis e interpretación porcentual	278
2.3. Costes presupuestados y desviaciones	280
3. Planificación y control presupuestario	280
3.1. El proceso presupuestario según la Asociación Española de Contabilidad y Auditoría de Empresas	280
3.2. Presupuesto maestro, presupuestos operativos y programas	282
3.3. Ventajas y prácticas alternativas	284
4. Presupuestos flexibles	286
4.1. Planificar los costes indirectos	287
4.2. Desviaciones en presupuestos flexibles	289
Conceptos básicos	292
Actividades de autocomprobación	292
Referencias bibliográficas	304
 Capítulo 10. Modelo de costes por actividades	 305
Presentación y objetivos	307
1. Origen y finalidad del modelo	308
1.1. Tres modelos de costes para tres escenarios económicos distintos	308
1.2. Cómo nació el ABC/ABM	309
1.3. El triple propósito del nuevo modelo	310
2. Elementos esenciales	312
2.1. Actividades: mapa y diccionario	312
2.2. ¿Cost drivers o unidades de obra?	315

2.3. Coste y valor de las actividades	317
2.4. Benchmarking	317
3. Funcionamiento y utilidad	319
3.1. Plan informativo	319
3.2. Hidden profit/loss en «John Deere»	320
3.3. Coste y valor de las actividades: el caso biblioteca (Universidad Politécnica de Valencia)	323
4. La imagen de empresa que subyace en el modelo	325
4.1. La metáfora de la «cadena de valor» de Michael Porter	325
4.2. El fin de la imagen bélica	326
Conceptos básicos	328
Actividades de autocomprobación	328
Referencias bibliográficas	338

