

### **Ejercicio ABC**

Una empresa se dedica a la venta de productos lácteos, carnes, pan, y presenta la siguiente estructura de ventas y costos:

CONCEPTO	LACTEOS	CARNES	PAN	TOTAL
Ventas \$	10.000	14.000	9.000	33.000
Ventas en Kgs.	1.800	3.200	7.500	
Costos directos				22.608
Cantidad clientes	340	150	610	
Costos indirectos				9.000

Los costos directos de cada producto comercializado son:

Por cada Kg. De lácteo \$3,56  
Por cada 100 kg. De carne \$337,5  
Por cada medio kg. De pan \$0,36

Los costos indirectos se encuentran comprendidos en las siguientes cuentas contables:

Energía eléctrica	\$2.000
Sueldos Cajeros	\$1.600
Gas	\$800
Sueldo Personal de Venta	\$1.600
Sueldo Gerente	\$1.500
Sueldo Personal de Carga	\$500
Publicidad	\$1.000

### **Datos para la asignación de costos indirectos**

La línea de venta de pan utiliza hornos a gas.

Solo utilizan electricidad los lácteos y carnes (para heladeras), la cámara de 3 m3 de capacidad se utiliza en un 70% del espacio de refrigeración para carne y un 30% para lácteos.

El personal de ventas, los cajeros y el personal de carga asignan su actividad en función de los clientes atendidos.

El gerente reparte su actividad en un 50% supervisando la atención a clientes, un 20% revisando el estado de las heladeras, un 20% en el proceso de cocción y un 10% supervisando el personal de apoyo.

La publicidad se asigna en función del nivel de ventas en pesos, porque las mismas son elásticas al efecto publicitario.

Se pide, calcular los costos totales unitarios (por kg) de los 3 productos:

- 1) Distribuyendo los costos indirectos mediante una base única. Resolver prorrateando en base a Kgs. vendidos y ventas en \$.
- 2) Mediante un sistema ABC
- 3) Comente las conclusiones que obtenga del análisis de los puntos anteriores.

De la entrevista con el gerente de la empresa se elabora el siguiente listado de actividades:

Actividad	Tipo de actividad	Generador
Cocción	Primaria	Directo al producto pan
Conservación de cadena de frío	Primaria	Metro cúbico
Supervisión	Secundaria	Porcentaje del tiempo en cada actividad
Atención de clientes	Primaria	Clientes atendidos
Actividades de apoyo	Primaria	Ciente atendidos
Generación de nuevas ventas	Primaria	Porcentaje de venta por producto