La empresa de publicidad BBB se dedica a campañas de ventas y para el mes 1 prevé realizar 10 campañas que generarán los siguientes costes e ingresos:

Ingresos por campaña 3.000,00 €

Costes variables por campaña 1.400,00 €

Costes fijos totales 12.000,00 €

Con los datos anteriores se desea conocer:

1) ¿Cuál es el margen de contribución unitario por campaña?

2) ¿Qué margen de contribución y beneficio de explotación se prevé alcanzar en el mes 1?

3) ¿Cuál será la cifra de punto muerto para este mes 1?

4) Sabiendo que la capacidad productiva de la empresa BBB está dimensionada para vender 20 campañas publicitarias calcule los costes ociosos que soportará.

5) Calcule los márgenes de contribución y beneficios en los escenarios de 15 y 20 campañas suponiendo que se mantienen los costes fijos totales, costes variables e ingresos unitarios.

La empresa industrial «RINGSA» se dedica a la elaboración y comercialización de los productos de limpieza M y H para empresas a partir de una única materia prima Z y su contabilidad de gestión de costes se desarrolla aplicando el sistema de costes variables e identificando costes fijos y variables en cada sección de la empresa.

La organización de la empresa se encuentra dividida en 5 departamentos:

El control de los elementos de coste en cada sección ha permitido obtener la siguiente información sobre los costes para el mes 1:

Centros Costes Totales (€) C. Fijos (€) C. Variables (€)

Taller Auxiliar 220.000 120.000 100.000

Taller I 640.000 240.000 400.000

Taller II 700.000 450.000 250.000

Comercialización 259.000 259.000

Admón y Generales 300.000 300.000

Información sobre la capacidad y actividad de los centros:

El Taller Auxiliar se dedica exclusivamente a mantener las instalaciones de producción y mide su actividad por los trabajos efectuados a los centros. Su capacidad productiva está dimensionada para atender 1.500h/h pero durante el mes 1 ha trabajado 750 h/h para el Taller I y 250 h/h para el Taller II.

El Taller I se dedica la fabricación de los productos de limpieza en líquido y su actividad se mide en horas/ máquina. Tiene una capacidad productiva de 3.000 h/m mensuales y en el mes 1 ha alcanzado un nivel de actividad de 2.000 h/m: 800 para la producción de M y 1.200 para la producción de H. Sus costes no incluyen la materia prima H.

El Taller II se destina al envasado de los productos en botellas de plástico de diferentes tamaños y sus costes variables ya incluyen todos los materiales necesarios para el envasado. Está dimensionado para un nivel de trabajo de 1.100 horas/mes. Sin embargo en el mes 1 se han invertido 320 horas para la producción de M y 480 horas para la producción de H.

El departamento de Comercialización tiene la finalidad de vender los productos por telefonía y su actividad se mide por el número de llamadas realizadas. Está capacitado para realizar 4.000 llamadas al mes y en el mes 1 ha realizado 3.500 llamadas.

El centro de Administración y Generales recoge todos los costes relacionados con la organización general de la empresa, campañas de promoción, etc. sin que hasta la fecha se haya establecido una unidad de medida para el control de los costes.

Datos relacionados con las materias primas

Para la producción del mes 1 ha sido necesario los siguientes consumos:

Consumos Producto M Producto H

Materia Prima Z 320.000 € 270.000 €

Datos relacionados con la producción y venta de M y H

Producto M Producto H

Producción mes 6.400 unidades 10.000 unidades

Ventas del mes 6.400 unidades 10.000 unidades

Precio venta/unidad 160€/u 170€/u

TRABAJO A REALIZAR

Primera parte:

Aplicando el sistema de asignación de costes variables, calcular los siguientes datos para el mes 1:

1. Coste de la h/h del taller Auxiliar

2. Costes cedidos por el Taller auxiliar a otros centros

3. Costes variables totales de los Talleres I, II y Comercialización.

4. Coste de la unidad de obra que mide la actividad de los Talleres I, II y Comercialización.

5. Coste variables totales y unitarios de la producción de M y H.

6. Cuenta de Resultados distinguiendo el margen de contribución por producto.

7. Punto muerto de la empresa

Con los datos anteriores, elabora un informe comentando la situación de la empresa para el mes 1 y los costes ociosos que está soportando en los distintos departamentos.

Segunda parte

A) La empresa recibió un pedido especial de 5.000 unidades adicionales de producto M a 115€/unidad. La dirección de RINGSA lo rechazó por considerar que dañaría su imagen en mercado. ¿Cree que fue una decisión acertada?, ¿Qué resultado hubiera dado aceptarla?

B) El proceso técnico del Taller II se realiza con un equipo productivo muy lento que en este período ha originado averías por un elevado coste. Ante la necesidad de renovar esta maquinaria y teniendo en cuenta el alto valor de la inversión, la dirección estudia la posibilidad de encargar esta fase del proceso a una empresa asociada del grupo que cobraría 20€ por unidad del producto M o H indistintamente. La dirección desea conocer si, manteniéndose las demás condiciones de la actividad empresarial, le convendría cerrar el taller II y externalizar esa parte del producto. ¿Cuál sería el nuevo punto de equilibrio?