



¿LE SUENAN ESTAS SITUACIONES?

VOLATILIDAD Y COMPETENCIA 01 —

Los mercados son cada vez más volátiles, y competitivos. Los procesos son cada vez más complejos y difíciles de controlar.

LOS COSTES CRECEN 02 —

Los costes no dejan de crecer, desconocemos las causas que lo motiva y la presión por controlarlos es cada vez mayor.

COSTE OBJETIVO 03 —

El mercado marca el precio, y necesitamos alcanzar un coste objetivo, que garantice la rentabilidad.

CLIENTES EXIGENTES 04 —

Los clientes piden cada vez más, mejores precios, mejor servicio, mejor calidad,... Necesitamos satisfacerlos y conocer el coste.

MERCADO REGULADO 05 —

Trabajamos en un mercado con precios regulados, somos interproveedores,... Necesitamos un modo de justificar nuestros costes.

GESTIÓN DE COSTES

¡DECISIONES ESTRATÉGICAS!

No podemos tomar decisiones sobre lo que desconcemos, y no podemos gestionar lo que no podemos medir. Luego el primer paso para poder tomar decisiones de calidad, y poder gestionar, es conocer y medir.

Los costes juegan un papel estratégico en cualquier buen modelo de gestión, y su medición nos ayuda a gestionar.

Nuestro objetivo es transformar datos: cuentas contables, costes de recursos, capacidades, transacciones,... en conocimiento.

¿Qué me cuestan mis productos y servicios?
¿Qué me cuestan mis procesos y actividades?
¿Qué me cuestan mis clientes? ¿Qué me cuestan mis canales de venta?...



¿Cómo, qué y para qué?

Lo que necesitamos para responder a las preguntas anteriores y otras muchas, es tener un buen **modelo estratégico de costes** que nos de información de calidad entre otros sobre:

- **OBJETOS DE COSTE.**
Coste productos y servicios, mantenimiento de clientes, canales de venta y países,...
- **EFICIENCIA.**
Coste y objetivos de mejora en los procesos y actividades que desempeña la compañía
- **ANÁLISIS PREDICTIVO.**
Contruir escenarios, presupuestos y situaciones del tipo ¿que pasaría si...?
- **COSTES TRANSFERENCIA.**
En mercados regulados, entre compañías, entre departamentos, en situación de cliente exclusivo,... es necesario tener detalle de los costes.

Lo que estamos buscando es información inteligente y exacta que nos permita tomar decisiones, con una inversión de tiempo y coste razonable.

Y sobre todo un modelo de costes basado en relaciones causa efecto. Los costes han de ser organizados y asignados a aquellos objetos que los provocan. Evitando entre otros subsidios cruzados entre objetos.

Decisiones fundamentadas

Conocer el coste cierto de un **producto/servicio**, me permite analizar rentabilidades, buscar coste objetivo, gestionar su ciclo de vida, decidir sobre precio de venta,... e incluso plantearme la discontinuidad del mismo.

Saber los costos que me implica mantener un **cliente**, me ayuda a construir políticas de venta. Que clientes son rentables, cuales han de ser mis mercados objetivo, que canal de distribución es el más adecuado, etc.

¿Cómo poner objetivos de mejora sin conocer los costes?, o ¿cómo evaluar si efectivamente una mejora supuso reducción de costes?

Aunque suene extraño, una mejora no siempre implica una reducción de costes, hay que tomar decisiones sobre los recursos excedentarios.

El **cálculo de capacidad** necesaria y capacidad excedentaria, me ayudará tomar decisiones de venta, de volumen de producción y de dimensión de empresa.

Otro aspecto fundamental de un modelo de costes es el análisis presupuestario y de escenarios. ¿Que ocurrirá si crecen las ventas?, ¿y si mejoro el lead time?, ¿qué precio aplico en tal mercado? ¿cómo varían mis costos al variar el mix de clientes?,...

Modelo estratégico de costes

Un modelo de costes, nos entrega **nueva información para la toma de decisión**, no una reordenación de la existente.

El modelo se ha de adaptar a las necesidades y objetivos de la empresa, para esto hay que conocer la empresa y sus procesos. Puede ser un ABC, uno basado en transacciones y multidimensiones, localización e imputación,... Lo más importante es que sirva a su fin.

Para más información no dude en contactar a nuestros socios.



+ 34. 911 412 042
+ 34. 961 140 239



www.solvebmc.com
info@solvebmc.com

