

GESTIÓN ESTRATEGICA DE COSTOS

© JORGE GUALBERTO PAREDES GAVILÁNEZ
MÓNICA ELINA BRITO GARZÓN
LUIS ERNESTO MERINO SÁNCHEZ
LORENA LUCIA RAMOS MERINO

INFOGRAPHIC



GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COSTOS

Jorge Gualberto Paredes - Gavilánez

Mónica Elina Brito - Garzón

Luis Ernesto Merino - Sánchez

Lorena Lucia Ramos - Merino



© Autores

Jorge Gualberto Paredes Gavilánez. Doctor PhD, en Ciencias Contables y Empresariales; Magister en Proyectos Sociales; Especialista en Liderazgo y Gerencia; Diplomado en Diseño de Proyectos; Licenciado en Contabilidad y administración. En la actualidad es docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo; Quevedo – Ecuador.

Mónica Elina Brito Garzón. Magister en Pequeñas y Medianas Empresas, mención Finanzas, Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Autorizado; Coordinadora de la Carrera de Turismo sede Orellana de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo “ESPOCH”; Riobamba – Ecuador.

Luis Ernesto Merino Sánchez. Master Universitario en Dirección y Asesoramiento Financiero; Ingeniero Comercial. Coordinador de Posgrado en la Universidad Nacional de Chimborazo “UNACH” del área Contable y Financiera; Riobamba – Ecuador.

Lorena Lucia Ramos Merino. Magíster en Contabilidad y Finanzas; Ingeniera en Contabilidad y Auditoría Contador Público Auditor: Actualmente se desempeña como servidora pública del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural (GADPR) de la parroquia el Altar en la Provincia de Chimborazo; Riobamba – Ecuador.



Casa Editora del Polo - CASEDELPO CIA. LTDA.

Departamento de Edición

Editado y distribuido por:

Editorial: Casa Editora del Polo

Sello Editorial: 978-9942-816

Manta, Manabí, Ecuador. 2019

Teléfono: (05) 6051775 / 0991871420

Web: www.casedelpo.com

ISBN: 978-9942-621-70-2

DOI: <https://doi.org/10.23857/978-9942-621-70-2>

© Primera edición

© Mayo - 2024

Impreso en Ecuador

Revisión, Ortografía y Redacción:

Lic. Jessica Mero Vélez

Diseño de Portada:

Michael Josué Suárez-Espinar

Diagramación:

Ing. Edwin Alejandro Delgado-Veliz

Director Editorial:

Lic. Henry Darío Suárez Vélez

Todos los libros publicados por la Casa Editora del Polo, son sometidos previamente a un proceso de evaluación realizado por árbitros calificados. Este es un libro digital y físico, destinado únicamente al uso personal y colectivo en trabajos académicos de investigación, docencia y difusión del Conocimiento, donde se debe brindar crédito de manera adecuada a los autores.

© **Reservados todos los derechos.** Queda estrictamente prohibida, sin la autorización expresa de los autores, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de este contenido, por cualquier medio o procedimiento, parcial o total de este contenido, por cualquier medio o procedimiento.

Comité Científico Académico

Dr. Lucio Noriero-Escalante
Universidad Autónoma de Chapingo, México

Dra. Yorkanda Masó-Dominico
Instituto Tecnológico de la Construcción, México

Dr. Juan Pedro Machado-Castillo
Universidad de Granma, Bayamo. M.N. Cuba

Dra. Fanny Miriam Sanabria-Boudri
Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle, Perú

Dra. Jennifer Quintero-Medina
Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, Venezuela

Dr. Félix Colina-Ysea
Universidad SISE. Lima, Perú

Dr. Reinaldo Velasco
Universidad Bolivariana de Venezuela, Venezuela

Dra. Lenys Piña-Ferrer
Universidad Rafael Beloso Chacín, Maracaibo, Venezuela

Dr. José Javier Nuvaez-Castillo
Universidad Cooperativa de Colombia, Santa Marta,
Colombia

Constancia de Arbitraje

La Casa Editora del Polo, hace constar que este libro proviene de una investigación realizada por los autores, siendo sometido a un arbitraje bajo el sistema de doble ciego (peer review), de contenido y forma por jurados especialistas. Además, se realizó una revisión del enfoque, paradigma y método investigativo; desde la matriz epistémica asumida por los autores, aplicándose las normas APA, Sexta Edición, proceso de anti plagio en línea Plagiarisma, garantizándose así la científicidad de la obra.

Comité Editorial

Abg. Néstor D. Suárez-Montes
Casa Editora del Polo (CASEDELPO)

Dra. Juana Cecilia-Ojeda
Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela

Dra. Maritza Berenguer-Gouarnaluses
Universidad Santiago de Cuba, Santiago de Cuba, Cuba

Dr. Víctor Reinaldo Jama-Zambrano
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ext. Chone

CONTENIDO

CAPÍTULO I.....	15
COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	15
1.1 Presentación.....	17
1.2 Costos y aplicaciones definidos.....	17
1.3. Elementos de gastos.....	18
1.3.1. Gastos Fijos.....	19
1.3.2. Costos de variación.....	19
1.3. Depreciación económica.....	20
1.3.4. Interés.....	20
1.4. Gastos de la Industria.....	21
1.5 Gastos de las empresas industriales.....	22
1.5.1. Gastos de Gestión y Ventas.....	23
1.5.2. Gastos económicos.....	25
1.6 La distinción entre gastos y costos.....	26
1.7. Organización interna de los costos.....	26
1.8. Componentes de Costos de Producción.....	28
1.9. Un sistema que organiza los costos de una empresa según diferentes criterios.....	30
1.10. Métodos y procedimientos para recopilar, analizar e interpretar información sobre los costos de una empresa.....	35
1.10.1 Costos que se acumulan para producir un lote o pedido específico de bienes o servicios.....	35
1.10.2. Costos de Procesos.....	38
1.10.3. El método de cálculo de costos.....	40
1.10.4. Costos por tiempo de su determinación.....	42
1.10.5. Gastos necesarios para mantener una empresa en funcionamiento.....	45
1.10.6. Costos por comportamiento en el volumen de producción.....	46
1.10.7. Costos relacionados con la adquisición y el almacenamiento de inventario.....	48

1.11. Costos de producción de varios bienes.....	51
1.11.1. Las cuotas de distribución de los CIF:.....	53
1.11.1.1. De acuerdo con las Unidades de Productos	53
1.11. Costos de producción de varios bienes.....	54
1.11.1.2. Cuota por Trabajadores Directos.....	54
1.11.1.3. Porcentaje basada en el Costo Primario	55
1.12. El costo de los servicios.....	57
1.12.1. Aspectos de los Costos de Servicios.....	58
1.13. El sistema ABC de costos.....	60
1.13.1. Procedimiento.....	62
1.13.2. Períodos de práctica.....	68
1.13.3. Los contrastes entre los sistemas de costos ABC y habituales.....	69
1.13.3. Beneficios y desventajas.....	70
1.14. ¿Cómo aplicar los efectos?.....	72
1.15. Ejercicios para emplear.....	73
 CAPÍTULO II.....	 97
LOS GASTOS RELACIONADOS CON LA AGRI- CULTURA.....	97
2.1 Resumen.....	99
2.2 Definición del costo de la agricultura.....	99
2.3 Gastos de la empresa agrícola.....	100
2.3.1 El concepto de gasto.....	100
2.4. Elementos de gastos.....	102
2.5. Regulación de préstamos para la agricultura	103
2.6 Recompensas.....	105
2.6.1 Gastos.....	106
2.7. Costos de operación.....	106
2.7.1 Costos.....	107

2.7.1.1. Costos de equipos.....	107
2.7.1.2.1 Eficiencia	108
2.7.2 Costos de Combustible.....	110
2.7.3 Trabajadores.....	110
2.8. Los gastos indirectos.....	111
2.8.1. En la agricultura.....	111
2.8.2 En la ganadería.....	116
2.9. Prácticas de implementación.....	121
 CAPÍTULO III.....	 125
CALCULAR EL PRECIO DE VENTA.....	125
3.1 Presentación.....	127
3.1 El precio de un producto en la factura.....	127
3.3. El costo de venta.....	130
3.3.1. El precio de venta basado en los costos.....	131
3.3.1.1. El precio de venta de un bien de acuerdo con los costos.....	132
3.3.1.1. Fijación del Precio de Venta.....	133
3.0.0.0.1. Fijación de precios basada en valor.....	135
3.3.1.2.2. Ajustar los precios de venta en función de la competencia.....	136
3.3.2 El costo de venta de un servicio.....	137
3.3.2.1. Un aumento en los costos.....	137
3.3.2.1. Valor basado en el precio.....	138
3.4. Prácticas de implementación.....	143
 CAPÍTULO IV.....	 147
CONTROL ESTRATÉGICO DE COSTOS.....	147
4.1 Gestión Estratégica de Empresas.....	149
4.2. Gestión de Costos Estratégicos.....	150
4.3. ¿Qué es la gestión de costos estratégicos?.....	150
4.4 Análisis de la posición estratégica.....	151
4.4.1.1. Paradigmas de producción emergentes...155	

4.4.2 Género La Cadena de Valores.....	156
4.4.2.1. La Cadena de Valor.....	156
4.4.2.2. Metodología de Costos y Cadena de Valor	158
4.4.3.2. Mapa de Actividades	160
4.4.2.3.1. Elaboración de un Mapa de Actividades	160
4.4.3 Factores de Costo.....	164
4.4.3.1. Identificar las causas del costo.....	164
4.4.3.2. Acciones.....	165
4.5. El proceso de gestión estratégica de costos...	166
4.5.1. La posición estratégica de la empresa.....	166
4.5.1.1. Cálculo del Costo del Producto Total y Uni- tario.....	167
4.5.1.2. Establecer una posición en el mercado....	168
4.6. Gerencia Estratégica de Costos:	169
4.7. Análisis de aspectos contables y estratégicos	171
4.8. Practicas de implementación.....	172
BIBLIOGRAFÍA.....	177



CAPÍTULO I

COSTOS DE PRODUCCIÓN

1.1 Presentación

Solo se conocían dos costos importantes desde del comienzo de la industrialización, los costos de material y mano de obra directa eran los únicos que se inventariaban, ya que eran los más importantes.

Sin embargo, con la expansión de las inversiones y las organizaciones, se hizo necesario incluir otros costos, como los costos indirectos de fabricación se desarrollaron, surgió la idea de os costos indirectos de fabricación son los que no se pueden asignar directamente a un producto, pero que son necesarios para su producción. La distinción entre costos directos e indirectos se hizo evidente cuando se hizo necesario incluir estos costos en la contabilidad de los costos.

Los costos de producción y no producción eran los únicos costos considerados por los contadores hasta hace muy poco tiempo.

1.2 Costos y aplicaciones definidos

Es importante dar una explicación previa de que los tratadistas en materia de costos, especialmente en el ámbito industrial, Los términos fabricación, producción y elaboración se utilizan a menudo como sinónimos para referirse al proceso de creación de un producto. Por lo tanto, los conceptos de costo y gasto serán tratados de la misma manera que los emitieron los autores.

El coste de un producto es el total de dinero que se ha gastado en adquirir los materiales necesarios para

fabricarlo lo que se utilizan para producir un producto específico.

El costo de producción es la suma de coste de un producto es el total de dinero que se ha gastado en adquirir los materiales necesarios para fabricarlo, en pagar a los trabajadores que lo han fabricado y en cubrir los gastos necesarios para llevar a cabo la fabricación.

Las definiciones anteriores son correctas, pero es importante tener en cuenta que se pueden asignar costes a cualquier actividad, siempre que se puedan identificar y cuantificar los elementos que la componen.

Por lo tanto, además de los costos relacionados con la producción industrial, también se pueden establecer gastos para actividades de servicio o comercio.



1.3. Elementos de gastos

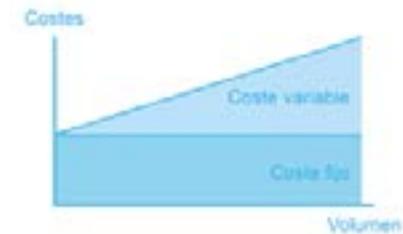
Los gastos (G), las amortizaciones (A) y los intereses (I) son los componentes del costo que se derivan de la valorización económica de los materiales e insumos. Es posible también afirmar que el coste es el resultado de la

suma de estos tres factores.

$$\text{Costo} = \text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables} + \text{Depreciación} + \text{Interés}$$

1.3.1. Gastos Fijos

Los costes fijos son aquellos costes que no se modifican, aunque la empresa produzca o venda más o menos. Los costos variables son los costos que varían con el volumen de producción o ventas.



1.3.2. Costos de variación

Un costo que varía en función del nivel de actividad de una empresa en función de la variación del volumen de producción (o grado de uso de la capacidad de producción). Este concepto se aplica tanto a bienes como a servicios.



1.3. Depreciación económica

Los activos de una empresa pierden valor con el los activos se deterioran con el tiempo, y esa pérdida de valor se calcula en función de la vida útil del activo.

Los activos se deprecian con el tiempo, lo que significa que pierden valor. Esta pérdida de valor debe ser registrada en los libros de contabilidad, teniendo en cuenta los cambios en el precio del mercado y otras posibles reducciones de valor.

Los gastos asociados con una inversión se distribuyen entre cada uno de los años en los que se utiliza.

Según el DS 24051, la depreciación en Bolivia es lineal.



1.3.4. Interés

El interés es el precio que se paga por usar un préstamo. En la mayoría de los casos, se representa como un porcentaje anual de la cantidad prestada por una institución financiera.



1.4. Gastos de la Industria

El costo de producción es la suma de los costos de materias primas, mano de obra y otros gastos necesarios para fabricar un producto o servicio. Se calcula dividiendo la suma de estos costos por el número de unidades producidas.



El costo implica un sacrificio económico capitalizable, similar a los términos de inversión y activo; algo se almacena en la empresa como activo corriente y luego se procesa y vende según sea necesario para generar ingresos.

Ejemplo:

Imaginemos una empresa que fabrica 100 pizzas

1. Material Directo

1.1. Harina, Agua, Levadura, Sal ,Queso, Salsa de tomate, otros ingredientes adicionales (alimentos de origen animal y vegetal).

2. Material Indirecto

2.1. Utensilios y equipos: Amasadora, horno, cortador

de pizza, etc.

2.2. Productos de limpieza: Detergentes, desinfectantes, etc.

2.3. Suministros: Papel de horno, cajas de pizza, etc.

3. Mano de obra

3.1. Pago a trabajadores (MOD)

3.2. El dueño de la empresa (MOI)



1.5 Gastos de las empresas industriales:

El gasto se consume durante el período, no genera ningún aumento en los activos o inversiones, se considera un gasto del período y no se capitaliza como un activo y tiene un impacto negativo en las ganancias operativas, lo que reduce el patrimonio. En otras palabras, los gastos son todos los ingresos, costos de marketing, ventas y administración.

Los gastos son desembolsos de dinero que se realizan para obtener un beneficio futuro, mientras que los costos son los recursos que se utilizan para producir un

producto o servicio, estos términos son completamente diferentes.

Ejemplo de costos: Los costos pueden incluir la maquinaria que una empresa necesita y en la que invierte para producir, las materias primas necesarias para producir y las herramientas que permiten que los empleados creen y terminen la producción de un producto.

Los alquileres, los salarios del personal y los impuestos son ejemplos de gastos.



1.5.1. Gastos de Gestión y Ventas

Son las inversiones que hace la empresa para que las áreas comercial y administrativa funcionen. Está compuesto por los gastos de gestión y comercial.

Ejemplo:

El fabricante de pizzas considera los siguientes gastos administrativos

Incluyen:

- Los servicios básicos, como la luz, el agua potable y

el teléfono.

- Depreciación del equipo
- Alquiler de la planta
- Seguro contra el robo
- Transportación (movimiento de personas o bienes de un lugar a otro)
- Internet.



Costos de venta:

- Trípticos de publicidad
- Comisión de vendedores de radio
- Vendedores de teléfonos celulares

Gastos de Ventas	
Salarios de vendedores	XXXX
Comisiones de vendedores	XXXX
Gastos de viaje	XXXX
Gastos de propaganda	XXXX
Fletes en ventas	XXXX
Gastos de alquiler	XXXX
Depreciación de activos de ventas	XXXX
Impuestos Municipales	XXXX
Reparaciones de Equipos	XXXX
Mantenimiento de Equipos	XXXX
Total Gastos de Ventas	XXXXX
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	(XXXXXX)

1.5.2. Gastos económicos

Estos son los gastos que se incurren en los bancos y están relacionados con las tasas de interés por adquisiciones de bienes realizadas con préstamos.

- Intereses por préstamos recibidos de instituciones financieras, terceras partes, miembros de la familia, amigos o asociados de la empresa.
- Perder dinero debido a la diferencia de tipo de cambio.
- Sobregiro en el sistema bancario.
- Descuento proporcionado por pago anticipado.

Costos bancarios y de financiación	-34,50	-34,50	-3,00	-12,00
Costos Bancarios y de Financiación	-34,50	-34,50	3,00	-12,00
Comisiones Bancarias	-30,00	-30,00	-0,00	-0,00
Intereses Bancarios	-3,50	-3,50	3,00	-0,00
Resultado antes de impuestos				
	176.522,01	162.283,74	102.229,95	162.843,63
Impuestos	-1.840,92	-2.824,14	-993,37	-1.470,46
Impuestos	-1.840,92	-2.824,14	0,00	-300,00
Pagos de IVA	300,00	300,00	0,00	-300,00
IVA recuperado	300,00	-4.774,14	300,00	-1.110,46
Resultado después de impuestos				
	176.522,01	162.283,74	102.229,95	162.843,63

1.6 La distinción entre gastos y costos

Las definiciones anteriores difieren claramente entre sí: el costo es el dinero que se gasta en la fabricación de un producto, mientras que el gasto es una salida de dinero que se realiza para obtener un beneficio futuro



1.7. Organización interna de los costos

Los costos se han clasificado utilizando una variedad de criterios según la naturaleza de los componentes que los componen.

Costos de fabricación

El costo directo y los costos indirectos de fabricación forman el costo de manufactura.

COSTO DIRECTO=Materia prima directa+Mano de obra directaLos costos indirectos

También conocidos como costos indirectos de fabricación, son los costos que ocurren durante el proceso de fabricación y no se asignan directamente a

cada producto. Ejemplos de costos indirectos incluyen materiales indirectos (material que se puede utilizar para crear formas o diseños), mano de obra indirecta (profesionales que se encargan de los costos de una empresa), arriendo de fábrica, depreciaciones de maquinaria, seguro de fábrica, impuestos.

COSTOS ADJUNTOS INDIRECTOS: Los costos de distribución son los costos necesarios para llegar a los clientes con el producto.

- Costos de gestión. Aquellos que involucran los procesos administrativos gerenciales, contables, legales y otros necesarios para el bienestar de la empresa.
- Costos relacionados con el financiamiento. que involucran préstamos, hipotecas, devoluciones y otras formas de obtener el dinero que necesitan.

MATERIA PRIMA DIRECTA: Los materiales que intervienen directamente en el proceso productivo y son fácilmente reconocibles se conocen como materias primas directas.

MATERIA PRIMA INDIRECTOS O INSUMOS: Los materiales que no forman parte del producto, pero sí lo hacen. Estos se pueden encontrar en la fabricación de prendas de vestir, como el hilo, los botones, los encajes; en la fabricación de muebles de madera, los clavos, el pegamento, las lijas, etc.

COSTO DE CONVERSIÓN: Transige los costos

indirectos de fabricación y la mano de obra directa; se llama así porque transforma la materia prima directa en un producto terminado.

$$\text{COSTOS DE CONVERSION} = \text{Mano de obra directa} + \text{Costos indirectos de fabricación}$$

MANO DE OBRA DIRECTA: La mano de obra directa se refiere a los trabajadores que participan directamente en el proceso de producción.

Costos que se relacionan con el proceso de producción en general: También conocidos como CIF, son todos los Costos que se distribuyen entre todos los productos o servicios producidos.

COSTOS UNITARIO DE PRODUCCIÓN: El costo por unidad de producción se obtiene dividiendo el costo total por el número de unidades producidas.

1.8. Componentes de Costos de Producción

Al hablar de los costos de producción, hablamos de tres variables diferentes:

Los gastos operativos variables incluyen:

- **Materiales primarios (MPD).** Los materiales que se utilizan para fabricar un producto y que se pueden rastrear hasta el producto terminado” es la más general, ya que define los materiales directos sin entrar en detalles.

- **Manera de trabajo directa (MOD).** El total de los desembolsos realizados por una empresa relacionados con la contratación de empleados, incluidos los salarios, las prestaciones, las obligaciones contractuales y sindicales, entre otros, que al final se pueden identificar o medir con los productos terminados.

- **GIF:** gastos indirectos de fabricación. Los costos que no pueden cuantificarse o identificarse completamente mediante la elaboración de partidas contables específicas se conocen como cargos indirectos.

$$\text{COSTO UNITARIO} = \frac{\text{Costo total}}{\text{Unidades producidas}}$$

Costos operativos constantes:

- **Impuestos.** De acuerdo con las disposiciones legales, Debemos cumplir con nuestras obligaciones fiscales, así como con nuestras obligaciones sociales y laborales

- **Renta.** Tanto los equipos que no son nuestros como el lugar en donde hemos establecido nuestra fábrica.

- **Publicidad.** Para que nuestras chocolatinas sean conocidas y deseadas por los consumidores, invertiremos en marketing y diseño. Esto implica promocionarlas a través de los medios de comunicación y renovar su diseño de forma periódica.”

- **Los gastos pueden clasificarse en diferentes tipos,** según su naturaleza o su relación con la actividad de la

2. El método de cálculo distingue entre:

- A. Costos que ya se han incurrido.
- B. Costos estimados o planeados.
- I. Distinguidos
- II. Modelo



3. Durante la duración de su decisión

- I. Diarios, Semanales
- II. Mensuales, Trimestrales
- III. Semestrales, Anuales
- IV. Así sucesivamente.



4. Debido a la función de la empresa

- A. Producción o fabricación
- B. Ventas
- C. Gestión



Según esta clasificación, los gastos de administración y ventas se denominan gastos.

5. Por su comportamiento en el volumen de producción

Se pueden clasificar en:

- A. Consolidados
- B. Volubles
- C. Operadores que pueden utilizarse de forma flexible o versátil.



6. Según el grado de conocimiento y experiencia del cliente con el producto:

A. Costo que se utiliza para determinar el valor del inventario y el costo de los bienes vendidos.

B. Costo variable o directo



7. Inclusion en el inventario.

Los dos principales sistemas de producción son:

A. Por pedidos de fabricación

B. Procedimientos de fabricación



8. Operaciones de producción:

A. Costo que incluye todos los costos relacionados con la producción de un bien o servicio, tanto variables como fijos.

B. Costo que cambia en proporción al volumen de producción o ventas.

Dependiendo del sistema de la empresa, los costos se agrupan en categorías.

1.10. Métodos y procedimientos para recopilar, analizar e interpretar información sobre los costos de una empresa.

1.10.1 Costos que se acumulan para producir un lote o pedido específico de bienes o servicios.

Las empresas que fabrican sus productos según las órdenes de producción o los pedidos de los clientes se conocen como empresas de fabricación a pedido. Estas empresas tienen gastos que se dividen en dos categorías:

1. **Costos por clases de productos:** En las empresas que fabrican productos a pedido, los costos se pueden agrupar por clases de productos. Esto se hace uniendo varias órdenes de producción de artículos similares en un solo ciclo de producción. Por ejemplo, en una fábrica de muebles, los costos se pueden agrupar por clases de productos como sillas, escritorios, muebles, etc.

1.10.2. Costos de Procesos

Son empleados por empresas que realizan la producción continua es un sistema de producción que se caracteriza por la fabricación de grandes cantidades de productos similares de forma interrumpida. Los costos de los productos se calculan por períodos de tiempo, generalmente por hora, día o semana, se acumulan para las unidades producidas en un período de tiempo.

Los gastos asociados con los procesos se dividen en:

1. Costos asociados con la transformación: También conocido como de conversión. Sirven para la transformación de la materia prima y los costos de producción se componen de dos elementos principales: la mano de obra y los costos indirectos.

2. Los costos de transferencia son aquellos que se generan para controlar el movimiento del producto en proceso a través de los diferentes departamentos de una empresa, hasta que sea terminado. Por lo tanto, el departamento que recibe el encargo de realizar un trabajo debe registrar el valor de los productos semielaborados que recibe para continuar con su elaboración.

Ejemplo:

La empresa ABC Internacional fabrica dispositivos de color celeste que requieren la participación de varios departamentos de producción. El departamento de fundición es el primero de estos

departamentos, donde se crean inicialmente los artículos. Durante el mes de agosto, el departamento de fundición incurrió en costos de materiales directos por \$320, mano de obra directa por \$110 y gastos generales de producción por \$15.

En el departamento de formación (B), los costos de materiales directos ascendieron a \$215 y los gastos generales de producción a \$50.

Determine los costos de los procesos y los dispositivos celestes

DEPARTAMENTO A		DEPARTAMENTO B	
M.P	\$320	\$445	\$710
MOD	\$110	M.P	\$215
G.I.F	\$15	G.I.F	\$50
CT	\$445	CT	\$710

PRODUCTOS TERMINADOS	
El ejemplo anterior quedaria	\$710

COSTO TRANSFERENCIA	MATERIA PRIMA	COSTO CONVERSION	COSTO TOTAL \$
\$445	\$320	\$125	\$445
		\$265	\$710

De cierta manera, cuando el sistema sigue una combinación de órdenes y procesos, puede ser mixto, dependiendo de la naturaleza de las operaciones de producción.

1.10.3. El método de cálculo de costos

Esta clasificación se basa en el tiempo de cálculo del costo en relación al período de producción y en la forma en que se expresan los datos. Los gastos se pueden dividir en según la fecha y el método de cálculo:

a. Los costos reales o histórico: Se obtienen a lo largo del tiempo y en general, los costos se registran en el período contable en el que se incurren, y se utilizan para preparar los estados financieros. Es necesario terminar la producción y el período de tiempo durante el cual se recopilan datos y se preparan los estados financieros se conoce como año fiscal., ya que se convierten en la historia contable de la empresa.

Ejemplo

Contrastando los costos estimados por los elementos, que incluyen los costos de producción, que incluyen los materiales, la mano de obra y la carga fabril, se registran durante un período de tiempo determinado, utilizando los costos reales incurridos.

	MP \$	MOD \$	GIF \$	TOTAL
COSTOS ESTIMADOS	420	320	160	900
COSTOS REALES	600	224	210	1034
VARIACIONES	30	90	60	180

b. Precio predeterminados: Son aquellos que se asignan por anticipado, es decir, se calculan antes del inicio

de la producción. Los costos estimados surgen si esta predeterminación se hace de manera no muy científica; en cambio, si se predeterminan los costos utilizando Los costos estándar son una herramienta de gestión de costos que se basa en estimaciones de costos ideales. Son útiles para mejorar el control de la producción al proporcionar una referencia para comparar los costos reales.

Ejemplo

Los costos de producción estimados se basan en datos de costos de gestiones anteriores.

COSTOS	AÑO ANTERIOR	AÑO PRESENTE
Materia Prima	20000	20000
Mano de obra	30000	30000
Gastos de fabricación	15000	15000
TOTAL	65000	65000
	<i>Costo predeterminado</i>	<i>Costo estimado</i>

Comparar los costos estimados con los costos reales es una práctica importante para las empresas, ya que puede ayudar a identificar áreas de mejora y tomar decisiones más informadas.

Los costos estándar de producción estándar se basan en estimaciones de los costos ideales para producir un bien o servicio bajo condiciones normales de producción.

Ejemplo

- Investigan las cantidades y los precios de las materias primas utilizando unidades de medida.

- Según la cantidad de horas trabajadas y el precio, investigan la mano de obra.

1.10.4. Costos por tiempo de su determinación

Esta clasificación se basa en la fabricación por procesos y se conoce como el período de tiempo en el que se acumulan los ingresos. Pueden ser diarios, semanales, mensuales, trimestrales, semestrales, anuales, etc., y están íntimamente relacionados con la cantidad de unidades producidas en un período de tiempo predeterminado.

Ejemplo

Para determinar el costo mensual de producción de pan, la panadería “LA CALIDAD” debe calcular el costo de los materiales necesarios para preparar el pan. Estos materiales incluyen harina, agua, levadura, azúcar, sal y otros ingredientes.

	CANTIDAD	UNIDAD	\$ UNITARIO
Harina	400	Kilos	5
Azúcar	100	Kilos	6
Sal	15	Kilos	1
Gas	40	Kilos	15
Levadura	10	Kilos	10
Papas	6	Kilos	15
Almendras	3	Kilos	15
Nueces	5	Kilos	15
Mantequilla	8	Kilos	6
Maicena	20	Kilos	40
Margarina	20	Kilos	15
Polvo de chocolate	10	Kilos	1
Floca en chocolate	10	Kilos	30
Mermelada	15	Kilos	40



Cantidad Producida = 6.000 Kg

Trabajo Mensual

1. Panaderos \$9000 (Tres personas que se dedican a la elaboración de pan), con ventajas sociales

2. Ayudantes \$5000 (Cinco personas que brindan apoyo), con ventajas sociales

Los gastos indirectos asociados con la producción anual

1. Reparación y mantenimiento de hornos \$400,00

2. Controles de gases \$100,00

3. Mantenimiento de la amasadora \$400,00

4. Depreciación económica \$3.000,00

5. Luz \$1.500,00

6. Agua \$900,00

Determine cuánto cuesta producir cada mes.

Tabla 3. Costo Materiales \$

	CANTIDAD	UNIDAD	\$ UNITARIO	TOTAL MATERIALES
Harina	400	Kilos	5	2000
Azúcar	100	Kilos	6	600
Sal	15	Kilos	1	15
Gas	40	Kilos	15	600
Levadura	10	Kilos	10	100
Papas	6	Kilos	15	90
Almendras	3	Kilos	15	45
Nueces	5	Kilos	15	75
Mantequilla	8	Kilos	6	48
Maicena	20	Kilos	40	800
Margarina	20	Kilos	15	300
Polvo de chocolate	10	Kilos	1	10
Floca en chocolate	10	Kilos	30	300
Mermelada	15	Kilos	40	600
TOTAL				5283

Tabla 4. Mano de Obra Mensual \$

	Sueldo Mensual	Cantidad	Total
Panaderos	9000	3	27000
Ayudantes	5000	5	25000
Total	14000	8	52000

Tabla 5. Gastos Indirectos de fabricación, \$

	Item	Total
1.	Reparación y mantenimiento de hornos	\$400
2.	Controles de gases	\$100
3.	Mantenimiento de la amasadora	\$400
4.	Depreciación económica	\$3.000
5.	Luz	\$1.500
6.	Agua	\$900

El siguiente es el costo directo de producción total y unitario:

Tabla 6. Costo Directo de Producción Total, \$

Item	Total
Materiales	\$5.583
Mano de obra	\$52.000
Gastos Indirectos de fabricación	\$6.300
Total	\$63.883
Cantidad producida Kg	\$6.304
Costo Directo Unitario \$ Kg	\$10

Costo primo:

Los costos iniciales incluyen la mano de obra directa y los materiales directos. Estos gastos están directamente relacionados con la producción. Por ejemplo, los costos de la mano de obra (Personas que trabajan en una

panadería, realizando tareas específicas como operar maquinaria, supervisar el proceso de producción, elaborar pan, brindar apoyo, etc) y los materiales directos (Ingredientes básicos para elaborar pan.)

Formula de costo primo:

$$\text{Costo directo de produccion} = \text{Costo MPD} + \text{Costo MDO}$$

Costo Directo Unitario:

El costo directo unitario es igual al costo directo de producción, que incluye los gastos indirectos de fabricación, los materiales y la mano de obra, dividido la relación entre la cantidad producida y el costo de producción.

$$\text{Costo directo unitario de produccion} = \frac{\text{Costos directo de produccion}}{\text{Cantidad producida}}$$

1.10.5. Gastos necesarios para mantener una empresa en funcionamiento.

Las empresas tienen tres funciones principales: producción, administración y ventas. Los costos asociados con cada una de estas funciones deben registrarse por separado para fines de contabilidad y análisis. Los costos de producción, en particular, se denominan costos de fabricación o producción. Los gastos de administración serán los gastos de administración, mientras que los gastos de ventas serán los gastos de ventas.

Ejemplo

La tabla siguiente muestra los gastos de gestión y

marketing con la producción de pan del ejemplo anterior. Determine el costo según la empresa.

Tabla 7. Costo de Funcion de la Empresa, \$

ITEM	\$
Materiales	5583
Mano de obra	52000
Gastos Indirectos de Fabricación	6300
COSTO DE FABRICACION	63883
Gastos Generales	600
Alquiler tiendas	3000
Impuestos (IVA)	9502
Depreciaciones	42
GASTOS DE ADMINISTRACION	13144
Publicidad	1100
Transportes	820
GASTOS DE VENTAS	1920
COSTO TOTAL	66903
CANTIDAD PRODUCIDA Kg	6015
COSTO UNITARIO 8/Kg	13,15

1.10.6. Costos por comportamiento en el volumen de producción

Los componentes del costo no siempre tienen comportamientos similares. Los costos se dividen en según la relación entre la cantidad producida y la variación en los costos de producción.

a. Los costos fijos son aquellos que no varían, independientemente del volumen de producción de la empresa.

b. Los costos variables aumentan o disminuyen en función del volumen de producción.

c. Los costos semifijos o semivARIABLES son aquellos que tienen tanto elementos fijos como variables, como la luz, el agua y el teléfono.

Ejemplo

Monica, como propietaria, debe determinar el costo unitario de 550 mermeladas para “Kind Sabor”, un negocio que produce mermeladas caseras. Verifique los cálculos de costos en función del volumen de producción.

Costos de producción, \$

Tabla 1. Costos Fijos

Costos Fijos	
Sueldos empleados	\$ 230,00
Sueldo de Mónica	\$ 100,00
Alquiler del local	\$ 300,00
Herramientas y utensilios	\$ 140,00
Servicios básicos (agua, luz, teléfono)	\$ 150,00
Mobiliario (repisas, muebles)	\$ 55,00
Total, costos fijos	\$ 975,00

Tabla 2. Costos Variables

Costos Variables	
Uvas	\$ 200,00
Frutillas	\$ 150,00
Mango	\$ 210,00
Azúcar	\$ 50,00
Envases	\$ 45,00
Gas	\$ 25,00
Total, costos variables	\$ 680,00

Monica ahora puede calcular el costo total de producción con estos datos.

$$\text{Costo total} = 975 + 680 = \$1655$$

El paso final que Monica debe seguir para determinar el costo por frasco o por unidad es:

$$\text{Costo Unitario} = \frac{1655}{550} = \$\text{Frasco } 3,91$$

Considere su negocio y calcule los costos de producción por función.

1.10.7. Costos relacionados con la adquisición y el almacenamiento de inventario.

a. El costeo por absorción incluye todos los costos de fabricación, tanto fijos como variables, en el costo de los productos, lo que significa que el inventario absorbe todos los costos.

Ejemplo:

La empresa XYZ fabrica un producto "x", y los datos se presentan a continuación.

Producción	\$	1,500,00
MP	\$	5,00
MOD	\$	3,000,00
GIF	\$	3,000,00
Precio de venta	\$	15,00
Costo indirecto variable de producción	\$	0,50
Costo variable de venta	\$	0,50
Costo variable de administración	\$	0,20
Costos fijos de producción	\$	2,000,00
Gastos variables de venta	\$	1,000,00
Gastos variables de administración	\$	500,00
Inicial		55 unidades
Final		100 unidades

El método de costeo por absorción, que incluye todos los costos de fabricación, tanto fijos como variables, en el costo de los productos, se utiliza comúnmente para determinar el costo de los bienes vendidos y la utilidad bruta en el estado de resultados:

Tabla 8. El costeo por absorción acumula todos los costos de fabricación en el costo de los productos, incluidos los costos fijos y variables.

Ventas		400000
(-) Costo de Venta		
Inventario Inicial	500	
(+) Costo de producción		
MP	6000	
MOD	3000	
GIF	3000	
= Disponible		14600
(-) Inventario Final	2000	
<hr/>		
Costo de venta variable	900	
Margen de Contribución de producción		10600
(-) Gastos variables		
Variables Administración	900	
Margen de Contribución		9600
(-) Costos fijos		
Fijos Administración	900	
Fijos ventas	1000	
		2000
Utilidad de operación		6600

b. El costeo directo, también conocido como costeo variable, es un método de costeo que incluye los costos directos de fabricación y los costos generales variables en el costo de los productos. Los costos generales fijos de fabricación se excluyen del costo de los productos y se consideran como costos del periodo en que se incurrieron.

El costo de los productos fabricados con los datos del

ejercicio anterior se calculó de la siguiente manera:

Tabla 9. Costp directo,Estado de resultado, \$

Ventas		400000
(-) Costo de Venta		
Inventario Inicial	500	
(+) Costo de producción		
MP	6000	
MOD	3000	
GIF	3000	
= Disponible		14600
(-) Inventario Final	2000	
Costo de venta variable	900	
Margen de Contribución de producción		10600
(-) Gastos variables		
Variables Administración	900	
Margen de Contribución		9600
(-) Costos fijos		
Fijos Administración	900	
Fijos ventas	1000	
		2000
Utilidad de operación		6600

1.11. Costos de producción de varios bienes

Cada tipo de producto tiene sus propios costos de producción, ya sean directos o variables.

Según la contabilidad de costos, es importante considerar tanto los gastos directos como los indirectos, asignándolos a los productos de manera justa según el tipo de negocio de la empresa.



Los costos indirectos de fabricación:

Los costos generales de fabricación son costos comunes a toda la fábrica, pero que no se pueden asignar directamente a un departamento específico. Por ejemplo, el costo de la energía eléctrica es un costo general de fabricación, ya que se utiliza en toda la fábrica, pero no se puede asignar a un departamento específico. Demás ejemplos incluyen la pérdida de maquinaria, equipo, edificios y otros bienes fijos utilizados en la fabricación, así como los servicios básicos como la luz, el agua y el teléfono utilizados en la industria.

- Seguros para individuos y productos fabricados.
- Mantenimiento de maquinaria y otros activos comerciales
- Alquiler de equipos, edificios y otros activos
- Impuestos, mano de obra indirecta
- Gastos de marketing

Figura 1. Repartición de los costos indirectos de fabricación

Elementos imputables de los CIF	
Reparto Producto A	Producto
Reparto Producto B	
Reparto Producto C	

1.11.1. Las cuotas de distribución de los CIF:

Las cuotas de distribución de los costos indirectos de fabricación (CIF) se utilizan para asignar estos costos a los productos de forma proporcional. Esto se hace para completar el costo de producir un producto, ya que los costos indirectos de fabricación no se pueden asignar directamente a los productos. Las cuotas de distribución de los CIF se utilizan para asignar los costos indirectos de fabricación a los productos. Las cuotas de distribución de los CIF se utilizan para asignar los costos indirectos de fabricación a los productos. La cantidad de costo indirecto de fabricación que se asigna a cada producto depende de la cantidad de cuota de distribución que se le aplica.

Las cuotas de distribución más comunes en las empresas industriales de nuestro medio incluyen:

1. De acuerdo con las unidades de producto
2. De acuerdo con los costos de mano de obra directa
3. De acuerdo con el costo primo
4. Basado en las horas de la máquina

1.11.1.1. De acuerdo con las Unidades de Productos

La cuota de distribución puede aplicarse de acuerdo al número las unidades producidas cuando una empresa industrial fabrica un solo producto o cuando sus productos son homogéneos en cuanto a las características de producción y, particularmente, en cuanto al tiempo

necesario para su fabricación, son aquellas que se han completado en su totalidad y están listas para su venta o distribución.

$$CIF\ LOTE = \frac{CIF\ periodo}{No.\ unidades\ producidas\ en\ el\ periodo} \cdot No.\ unidades\ por\ O.P$$

1.11. Costos de producción de varios bienes

Durante un mes, la empresa industrial XYZ produjo tres órdenes de producción de mesas, como se muestra a continuación:

OP#01= 75 unidades
 OP#02= 85 unidades
 OP#03= 95 unidades
 255 unidades



La empresa gastó \$ 500 en materiales que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio específico. Se requiere la determinación del costo indirecto de fabricación para cada operación.

$$CIF\ OP1 = \frac{500}{255} \cdot 85 = \$147,06$$

$$CIF\ OP2 = 1,96078431372549 \cdot 85 = \$166,67$$

$$CIF\ OP3 = 1,96078431372549 \cdot 95 = \$186,27$$

1.11.1.2. Cuota por Trabajadores Directos

La mano de obra directa es proporcional entre los diferentes lotes de producción que se fabrican cuando la

cantidad de mano de obra necesaria para producir cada lote es la misma, se utiliza esta forma de distribución de los CIF. Los costos indirectos de fabricación pueden distribuirse de la siguiente manera en función de la mano de obra directa consumida en cada lote:

Supongamos que, de acuerdo en los ejemplos anteriores, se utilizaron \$130,00 de mano de obra directa (MOD) para la orden de producción (OP) 01, \$155,00 de MOD para la OP 02 y \$180,00 de MOD para la OP 03. Si la relación entre los CIF y la MOD es:

$$CIF\ LOTE = \frac{CIF\ periodo}{Costo\ MOD\ del\ periodo} + Costo\ MOD\ del\ lote$$

$$CIF\ OP2 = 1,075268817204301 \cdot 155 = \$166,67$$

$$CIF\ OP3 = 1,075268817204301 \cdot 180 = \$193,55$$

1.11.1.3. Porcentaje basada en el Costo Primario

En algunas empresas industriales, el costo primo generalmente da la relación proporcional entre los costos indirectos de fabricación (CIF) y el volumen de las diferentes órdenes de producción (OP) o lotes que se fabrican, proporciona una mayor precisión en la asignación de los CIF a cada OP o lote, lo que resulta en la siguiente relación de cálculo:

$$CIF\ LOTE = \frac{CIF\ periodo}{Costo\ Primo\ del\ periodo} + Costo\ Primo\ del\ Lote$$

Ejemplo:

Calcular el costo primo de cada orden de producción (OP) y aplicar la relación de la cuota de distribución de los costos indirectos de fabricación (CIF) a cada OP anterior de la empresa industrial XYZ.

- C primo OP1 = 200
- C primo OP2 = 250
- C primo OP3 = 360
- 810

$$CIF\ OP1 = \frac{500}{810} * 200 = \$123,46$$

$$CIF\ OP2 = 0,617283950617284 * 250 = \$154,32$$

$$CIF\ OP3 = 0,617283950617284 * 360 = \$222,22$$

Ejemplo

Las ventanas, escritorios, armarios y repisas se fabrican en carpintería. Los siguientes son los costos directos e indirectos y la cantidad producida:

Producto	Orden de producción	Costos Directos \$	Costos Indirectos \$
Ventanas	OP1 = 70 unidades	550	
Escritorios	OP2 = 90 unidades	650	
Armarios	OP3 = 95 unidades	400	1610
Repisas	OP4 = 105 unidades	300	

Compruebe el costo directo de producción de cada producto.

Tabla 10. Costo de producción directo \$

Producto	Orden de producción	Costos Directos \$	Costos Indirectos \$	Total, de costo \$
Ventanas	OP1 = 70 unidades	550		1050
Escritorios	OP2 = 90 unidades	650		950
Armarios	OP3 = 95 unidades	400	1610	810
Repisas	OP4 = 105 unidades	300		700
TOTAL	360 unidades	1900	5,5	1610

1.12. El costo de los servicios

Son los gastos que pagan las empresas que ofrecen servicios. Se podría decir que venden productos intangibles para satisfacer las necesidades de sus clientes.

La mano de obra y los materiales indirectos son los componentes principales de estos costos.

De Según la cita anterior, los costos de servicios son los gastos que una empresa incurre para proporcionar servicios a sus clientes.

La manera de calcular los costos se puede expresar de la siguiente manera:

$$Costos\ fijos\ totales + Costo\ variable\ total = Costo\ Total$$

Por ello, el concepto de costo de servicio por cliente,

también conocido como el costo de servicio es un factor que influye en la rentabilidad de las empresas. La satisfacción del cliente es el objetivo de proporcionar un bien o servicio, los recursos de la empresa se consumen; esto puede variar según el cliente, por lo que no todos los clientes proporcionan la misma rentabilidad a una empresa. Por lo tanto, el desafío radica en determinar cuánto cuesta brindar un servicio a cada cliente.

1.12.1. Aspectos de los Costos de Servicios

- Identificar y evaluar el rumbo de sus servicios
- Imagina preguntas como ¿a quién se dirige? ¿En qué mercado se desempeña con mayor éxito?
- Aprenda sobre tus competidores para poder competir con ellos.
- Establezca sus costos fijos y variables.
- ¿Cuánto gastas cada mes para brindar servicio al cliente? Algunos de estos podrían incluir alquiler, traslado y servicios básicos como agua, luz, teléfono e Internet.
- Los costos de las variables ya están incluidos en los costos de la materia prima.
- Esto te ayuda a determinar si tu servicio se mantendrá en el mercado.
- Para permanecer competitivo en el mercado, es importante evaluar constantemente el valor de los

servicios que ofreces.

- Es decir, ofrecer un servicio que sea sencillo de utilizar.
- “ Debido a la aparición de nuevos mercados, debe mantenerse al día con el cálculo de los costos en algunos casos, es necesario revisar el costo del servicio y, si es necesario, reducirlo para poder mantener el servicio rentable.
- El objetivo es aprender a calcular los costos de los servicios para ofrecer un precio que sea competitivo y satisfaga a los clientes.
- Es importante estar al tanto de los precios de la competencia para poder establecer precios que sean competitivos en el mercado.

Ejemplo:

La peluquería Juanita quiere establecer el precio de los servicios de lavar y peinar para el próximo mes. Para ello, cuenta con la siguiente información:

- El costo estimado del champú por lavado es de 0.5 u.m.
- El costo estimado de los materiales utilizados en el servicio de lavado y peinado es de 0,8 u.m. por lavado.
- El costo anual de la peluquera es de 30.000 dólares.
- En un año, se trabajan 1.620 horas efectivas.

- El tiempo estimado dedicado al servicio es de 2 horas



La dueña de la peluquería sabe que hay otros gastos que podrían considerarse directos, como el agua y la ropa, pero no ha podido establecer un sistema de medición para ellos. Por lo tanto, considera todos los gastos que no se pueden medir directamente como indirectos.

El porcentaje de gastos directos es del 80 %, lo que significa que el 20 % restante son gastos indirectos. Se espera que esta estructura se mantenga este año, ya que no se esperan cambios importantes en el funcionamiento de la peluquería.

1.13. El sistema ABC de costos

El costeo basado en actividades (ABC) es una herramienta que ayuda a las empresas a asignar los costos de manera más precisa y eficiente. Los sistemas de contabilidad de costos convencionales se crearon para cumplir con los requisitos externos, como la valoración de inventarios, pero no son tan efectivos para la gestión interna. ABC aborda este problema asignando los costos a las actividades que los generan, lo que permite a las empresas tomar decisiones más informadas.



El sistema de costos ABC se basa en la idea de que la producción es una actividad que requiere recursos. A partir de esta idea, se identifican las actividades que se realizan en el proceso de producción y se calcula el costo de cada una. Luego, se asigna el costo de las actividades a los productos o servicios que las requieren. Esto permite obtener una estimación más precisa de los costos y la rentabilidad de los productos o servicios.



1.13.1. Procedimiento

(Parfrasear)

Un proceso es una serie de acciones que están relacionadas entre sí y que tienen como resultado un cambio en el objeto o sistema sobre el que se aplican.

1. Establecer un proceso para determinar el costo estándar de cada actividad.

2. La asignación de costos se realiza en dos pasos. Primero, los costos de los recursos se distribuyen a las actividades que los consumen. Luego, los costos de las actividades se asignan a los productos de acuerdo con la cantidad de actividades que cada uno consume.

3. El inductor de costo es un factor que permite asignar costos a los productos o servicios. Se basa en la cantidad de actividad utilizada para producir o entregar un producto o servicio. Cada inductor debe especificarse en unidades de actividad, que son una medida de la cantidad de actividad consumida.

1. Los recursos son los elementos necesarios para la producción y distribución de bienes y servicios. Incluyen cosas como materias primas, mano de obra, capital y tecnología.

2. Los costos directos son aquellos que se pueden asociar directamente con la producción de un bien o servicio. Incluyen cosas como la mano de obra directa, las materias primas y los suministros.

3. Los costos indirectos son aquellos que se asocian con el proceso de producción en general, pero no se pueden asignar directamente a un producto o servicio específico. Incluyen cosas como los costos de alquiler, los costos de administración y los costos de mantenimiento.

Ejemplo:

Miguel Gonzales, fundador de la marca de muebles ALKIN, ha sido el único responsable de la contabilidad de la empresa durante los últimos diez años. La empresa tiene 60 carpinteros y 6 vendedores en su nómina.

ALKIN tiene un presupuesto de \$6.500.679 en gastos generales de fabricación para el año. Este presupuesto se basa en 30.000 horas de trabajo.

Durante diez años, Miguel ha utilizado el enfoque de costos convencional, que asigna los gastos generales de fabricación a los productos en función del número de horas de trabajo utilizadas. Sin embargo, recientemente contrató a un asesor que le recomendó utilizar el modelo de costos ABC, que asigna los gastos generales de fabricación a los productos en función de las actividades que requieren.

Recientemente, un cliente Platinum solicitó 200 unidades de sofás de siete puestos. El pedido se espera que se entregue en un mes y se facturará a Platinum al precio original más un 30%.

Miguel se reunió con su ingeniero jefe, José del Casas,

para determinar las actividades que realiza la empresa en su división de muebles. Creen que el beneficio del sistema de costos basado en actividades superará el costo de implementación.



1. Establecer acciones

A continuación, se calcularon los costos anuales de cada actividad, se identificaron sus controladores y su uso, y se calcularon las tasas estándar para cada actividad.

Actividad	A (\$)	Controlador de Actividad	B	C = A/B (\$)
Producción de componentes	2.524.276	Horas de máquina	30.000	84,14
Ensamblado de componentes	1.502.499	Horas de mano de obra	25.000	60,10
Empaquetado	324.299	Unidades	6.000	54,05
Envío	302.389	Unidades	6.000	50,38
Costos de preparación	42.599	Numero de preparación	251	169,72
Diseño	244.298	Horas del diseñador	2.000	122,15
Prueba de producto	34.899	Horas de prueba	550	63,45
Alquiler	1.445.399	Costo de mano de obra	2.756.755	0,52
Total	6.500.660			

Una vez que el pedido estuvo listo para ser empacado, José entregó un informe que detallaba el costo total del

pedido, así como una lista de las actividades que se habían realizado para completarlo.

HOJA DE COSTOS

Orden: 16x2021

Unidades: 200

Cliente: Platium

Tipo: 7 unidades

	MONTO \$
Costo de materiales directos	30.0000
Costo de componentes comprados	40.000
Costo de mano de obra	16.000

Actividad	Controlador de Actividad	Uso de Actividad
Producción de componentes	Horas de maquina	350
Ensamblado de componentes	Horas de mano de obra	300
Empaquetado	Unidades	200
Envío	Unidades	200
Costos de preparación	Numero de preparación	20
Diseño	Horas del diseñador	75
Prueba de producto	Horas de prueba	25
Alquiler	Costo de mano de obra	5.000

El costo del pedido se puede calcular con el método de costos ABC una vez que se dispone de toda la información necesaria.

2. Identificación de la variable que causa el costo y asignación de los costos a los pedidos en función de esa variable.

En el costeo ABC, el costo de mano de obra, los

componentes comprados y los materiales directos se calculan de la misma manera que en el costeo tradicional. Sin embargo, los gastos generales de fabricación se asignan de manera más precisa.

La siguiente tabla muestra una estimación de los gastos generales de fabricación que se asignarán al pedido de Platinum.

Actividad	Tasa Estándar C = A/B (\$)	Uso de Actividad D	Costos Asignado a la actividad CxD
Producción de componentes	84,14	350	29449
Ensamblado de componentes	61,7	300	18510
Empaquetado	54,05	200	10810
Envío	57,06	200	11412
Costos de preparación	121,36	20	2427,2
Diseño	122,15	75	9161,25
Prueba del producto	63,45	25	1586,25
Alquiler	0,52	5.000	2600
Catálogo	2	1.500	3000
TOTAL, GIF			88955,7

3. Identificar los materiales necesarios para la producción de un producto o servicio.

- Los materiales necesarios para la producción, el costo de la mano de obra y los gastos generales de fabricación.

4. Determinar el costo de los recursos que se utilizan directamente en la producción de un producto o servicio.

- Materiales directos: \$30.000. Son los materiales que se incorporan directamente al producto durante el proceso de producción.

- Componentes comprados: \$40.000. Son piezas o componentes que se compran a proveedores externos y se incorporan al producto durante el proceso de producción.

- Mano de obra: \$16.000. Es el costo de la mano de obra directa, es decir, la mano de obra que se dedica directamente a la producción del producto.

- Gastos generales de fabricación: \$88.955,7. Son los costos de fabricación indirectos, es decir, los costos que no se pueden asignar directamente a un producto o proceso de producción en particular.

5. Asignar un valor monetario a los recursos que se utilizan directamente en la producción de un producto o servicio.

- Ausente o no involucrado en esta situación.

6. Determinar el valor monetario de los recursos utilizados para producir un producto o servicio.

- De acuerdo con el costo basado en actividades, el costo total del pedido es de \$174.956, que se obtiene sumando los costos de materiales directos, componentes comprados, mano de obra y gastos generales de fabricación.

- A partir de esta estimación precisa del costo del pedido, el precio de la factura debe aumentar a \$219.571, que se calcula multiplicando el costo del pedido por un

factor de 5,5.

1.13.2. Períodos de práctica

La implementación del ABC requiere un cambio de mentalidad, un sistema informático y la colaboración de todos.

Procesos	Actividades
Investigar los elementos de costo	<p>→ Identificar y organizar los productos a costear. En esta etapa, se identifican y agrupan los elementos de costo a pagar. Como todo el procedimiento se llevara a cabo sobre ellos.</p> <p>→ Identificar y organizar las actividades: Las actividades se describen a continuación. Se identifican y agrupan las acciones en función de cómo afectan los productos. Ejemplo: primarias o secundarias, repetitivas o no, que afectan el producto, el lote, la línea o todo el proceso, etc.</p> <p>→ Para determinar las actividades del negocio, es recomendable utilizar el concepto de cadena de valor. Dependiendo de su contribución al valor del producto, se pueden tomar decisiones sobre cada actividad a partir de este análisis. La cadena de valor incluye todas las etapas necesarias para crear, comercializar y mantener productos.</p>
Determinación y análisis de las actividades y sus costos	<p>→ Identificando los procesos y su contribución al valor del producto.</p> <p>→ Repartir los recursos a las actividades. Un ejemplo es el arriendo a las actividades.</p> <p>→ Asignación de gastos a las siguientes actividades: Los costos de los recursos se asignan a las actividades basándose en los datos históricos. Por ejemplo, el costo de arrendamiento se asignará a cada actividad de acuerdo con un criterio de costo, como el área de cada actividad.</p> <p>→ Identificar los factores que contribuyen al costo de las actividades en relación con el producto.</p>
	<p>→ Identificar los insumos que contribuyen al costo de cada actividad. La fase de implementación que requiere la mayor cantidad de experiencia y conocimiento del implementador es esta. Se debe determinar cómo el producto consume el costo de la actividad. Incorporar los costos de las actividades en los productos: Una vez que se han identificado los productos y las actividades que conforman su cadena de valor, se utilizan los inductores de costo para inducir los costos de dichas actividades a los productos.</p>
Asignación de los gastos a los elementos	<p>→ Usar inductores de costo para inducir los costos de las actividades a los productos</p> <p>→ Incorporar los costos de las actividades en los productos: Una vez que se han identificado los productos y las actividades que conforman su cadena de valor, se utilizan los inductores de costo para inducir los costos de dichas actividades a los productos.</p> <p>→ Asignación directa de gastos a los objetivos. Por ejemplo, materia prima asignación de gastos directos.</p> <p>→ Los costos directos se asignan directamente a los productos. Por ejemplo, materias primas, recursos.</p>

1.13.3. Los contrastes entre los sistemas de costos ABC y habituales

El sistema de costos ABC y el sistema de costos tradicional son dos enfoques diferentes para asignar costos a los productos. El sistema de costos ABC ofrece una serie de ventajas sobre el sistema de costos tradicional, incluida una mayor precisión y una mejor comprensión de los costos.

A continuación se presentan cinco aspectos principales que distinguen el sistema de costos ABC del sistema de costos tradicional:

1. Base de asignación: El sistema de costos ABC utiliza la jerarquía de actividades como base para asignar costos, mientras que el sistema de costos tradicional utiliza medidas tradicionales como el volumen y la mano de obra.

2. Fundamento de asignación: El sistema de costos ABC utiliza una variedad de fundamentos de asignación en función de las actividades de costos indirectos, mientras que el sistema de costos tradicional utiliza unidades producidas.

3. Objetivo: El sistema de costos ABC se enfoca en las actividades que generan los costos, mientras que el sistema de costos tradicional solo se enfoca en los costos del producto.

4. Proceso de asignación: El sistema de costos ABC

asigna los costos primero a las actividades y luego a los productos, mientras que el sistema de costos tradicional asigna los gastos indirectos a los departamentos involucrados y luego a los productos.

5. Criterio de asignación: El sistema de costos ABC se basa en la relación causa-efecto entre las unidades y los generadores de costos, mientras que el sistema de costos tradicional utiliza horas generales como unidades producidas o horas máquina.

1.13.3. Beneficios y desventajas.

Los sistemas de costos ABC y tradicionales son dos enfoques diferentes para asignar costos a los productos. El sistema de costos ABC ofrece una serie de ventajas sobre el sistema de costos tradicional, incluida una mayor precisión y una mejor comprensión de los costos.

Ventajas del sistema de costos ABC:

- **No afecta la estructura organizativa:** El sistema de costos ABC no requiere cambios en la estructura organizativa de la empresa. Esto es una ventaja, ya que puede evitar la resistencia al cambio por parte de los empleados.

- **Ayuda a comprender el comportamiento de los costos:** El sistema de costos ABC proporciona información sobre las causas que originan los costos. Esto ayuda a las empresas a comprender cómo se comportan los costos y tomar decisiones más informadas sobre la asignación

de recursos.

- **Proporciona información sobre las causas que originan la actividad y el análisis de cómo se realizan las tareas:** El sistema de costos ABC identifica las actividades que generan costos. Esto ayuda a las empresas a mejorar la eficiencia y la rentabilidad al identificar las actividades que pueden optimizarse.

- **Permite tener una visión real de lo que sucede en la empresa:** El sistema de costos ABC proporciona una visión más precisa de los costos de una empresa. Esto ayuda a las empresas a tomar decisiones más informadas sobre el precio de sus productos y servicios.

- **Nos permite conocer medidas de tipo no financiero dentro de la empresa:** El sistema de costos ABC puede proporcionar información sobre medidas de tipo no financiero, como la satisfacción del cliente o la calidad del producto. Esto ayuda a las empresas a comprender mejor el impacto de sus operaciones en el rendimiento general de la empresa.

Desventajas del sistema de costos ABC:

- **La fase de diseño e implementación consume una gran cantidad de recursos:** El diseño e implementación de un sistema de costos ABC puede ser un proceso complejo y costoso. Esto se debe a que es necesario identificar todas las actividades que generan costos y desarrollar sistemas para asignar los costos a los productos.

- **La implementación puede ser difícil:** La implementación de un sistema de costos ABC puede ser difícil, ya que requiere cambios en los procesos y sistemas existentes.

- **Resulta costoso identificar las actividades que generan gastos:** La identificación de las actividades que generan gastos puede ser un proceso costoso, ya que requiere recopilar datos y realizar análisis.

- **Como cualquier cambio, implica una cierta capacidad de adaptación de la empresa:** La implementación de un sistema de costos ABC implica un cambio en la forma en que las empresas gestionan sus costos. Esto requiere que las empresas estén dispuestas a adaptarse al cambio.

1.14 ¿Cómo aplicar los efectos?

Para que el encargado de costos pueda tomar las mejores decisiones para las empresas, es importante realizar los análisis necesarios en el momento adecuado. Estos análisis pueden incluir los siguientes:

- **Análisis de costos de actividades unitarios y totales:** Este análisis permite determinar el costo de cada actividad, así como el costo total de todas las actividades.

- **Análisis de los costos unitarios y totales de las intervenciones:** Este análisis permite determinar el costo de cada intervención, así como el costo total de todas las intervenciones.

- **Contribución de las actividades al costo de la**

intervención: Este análisis permite determinar qué actividades contribuyen más al costo de una intervención.

- **Clasificación de los costos directos e indirectos según la actividad y la intervención:** Este análisis permite identificar los costos que se pueden asignar directamente a una actividad o intervención, y los costos que se deben asignar indirectamente.

- **Visualización del costo total por proceso y actividad:** Este análisis permite visualizar cómo se distribuyen los costos por procesos y actividades.

- **Análisis de costos por mecanismo de entrega y total:** Este análisis permite comparar los costos de diferentes mecanismos de entrega.

Estos análisis proporcionan información valiosa que puede ayudar al encargado de costos a tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos, la mejora de la eficiencia y la reducción de costos.

1.15. Ejercicios para emplear

Consultora S.A. es una empresa de consultoría contable que ofrece servicios de auditoría, asesoría en costos y gestión e impuestos. La empresa cuenta con un equipo de profesionales experimentados que trabajan por honorarios.

Los honorarios por hora de los profesionales de la empresa son los siguientes:

Auditoría:

- o Profesional Senior: 30 dólares
- o Profesional de nivel medio superior: 25 dólares
- o Profesional Junior: 20 dólares
- o Costos y Administración:
- o Profesional avanzado: 45 dólares
- o Profesional Junior: 20 dólares
- o Profesional Semi-Senior: 30 dólares

Impuestos:

- o Profesional Senior: 45 dólares
- o Profesional Semiprofesional: 30 dólares
- o Profesional Junior: 20 dólares

El gerente de la empresa recibe un salario mensual de 9000 dólares. El personal administrativo está compuesto por una recepcionista trilingüe, una secretaria de gerencia, una secretaria ordinaria y un empleado administrativo. Los salarios mensuales de este personal son los siguientes:

- o Recepcionista trilingüe: 1200 dólares
- o Secretaria de gerencia: 3000 dólares
- o Secretaria ordinaria: 1500 dólares

- o Empleado administrativo: 800 dólares

Las cargas sociales para todos los empleados de la empresa son del 17%.

o Los socios de la empresa reciben una remuneración mensual de 30000 dólares, más cargas sociales. Si un trabajo es importante y requieren su participación directa, perciben una tarifa adicional de 200 dólares por hora.

Los costos de estructura mensuales de la empresa son los siguientes:

Fijos:

- o Amortizaciones de bienes y útiles: 300 dólares por área (Auditoría, Costos y Gestión, Impuestos)
- o Oficina de socios: 400 dólares
- o Secretarías y administradores: 500 dólares (secretarías y administrador) y 300 dólares (gerente)
- o Alquiler de oficina: 3000 dólares
- o Limpieza: 200 dólares
- o Mantenimiento de equipos: 500 dólares
- o Servicio de luz: 200 dólares
- o Servicio de teléfono: 100 dólares
- o Papelería y útiles: 400 dólares

- o Seguros: 200 dólares
- o Recepción: 200 dólares

Variables:

- o Luz: 1 dólar por hora
- o Teléfono: 1,50 dólares por hora
- o Papelería y útiles: 0,50 dólares por hora
- o Gastos de representación y gastos de transporte: 0,10 dólares por hora

Los formatos o fichas de costos se encuentran en el Anexo 2.

Durante la semana actual, la empresa consultora Consultora S.A. recibió dos solicitudes de cotización:

CATEDRAL S.A.: La empresa solicita 100 horas de auditoría y 15 horas de asesoramiento fiscal. El trabajo será realizado por un auditor senior durante diez horas y dos auditores junior durante noventa horas. Los seniors tendrán dos horas de trabajo en relación con los impuestos, y los juniors nueve horas.

MIRAL S.A.: La empresa solicita 50 horas de asesoramiento financiero y de gestión. El trabajo será realizado por un profesional semi-senior junto con un junior durante 45 horas, y un profesional senior durante 10 horas.

Los costos comunes a las actividades se distribuyen de la siguiente manera:

- Auditoría: 50%
- Asesoramiento fiscal: 50%
- Asesoramiento financiero y de gestión: 70%

SOCIOS	AUDIT	CY GESTION	IMPLOS	RECEPC	SEC Y ADM	GEREN
ESPACIO M ₀	15	15	11	20	11	17
MANTENEM	En fracción de las asociaciones					
SEGUROS	línea					
LUZ KW	20	25	25	15	20	15
TELEFONO	15					
PAPELERIA %	25	25	25	10	20	10
RECEPCION %	15	15	15	-	15	15
SOC Y ADMIN %	25	25	25	-	-	25
SOCIOS %	15	15	15	-	-	15
GERENCIA %	15	15	15	-	-	-
NIVEL DE ACTIVIDAD						
FIS	200	200	200	200	350	270

Los costos de cada hora de trabajo de los departamentos operativos de la empresa deben redondearse a dos decimales. Los costos de comercialización, gestión y financiamiento del estudio se calculan sobre el valor de facturación, a razón del 10%. La utilidad requerida es del 12%.

Se solicita que se determine el costo de los servicios prestados a Catedral y Miral.

2. En un sistema de producción por órdenes, las empresas fabrican productos personalizados según los requisitos del cliente.

Las empresas utilizan la mano de obra y los activos fijos para satisfacer las necesidades de los clientes. Para comenzar a producir, una empresa debe emitir una orden de producción. Esta orden debe incluir información sobre los productos que se deben producir, los costos asociados con su producción y el costo unitario. El diseño de las órdenes de producción varía según las necesidades de información de cada empresa.

DATOS DE LA OPERACIÓN

- La empresa comenzó con un inventario de 45 kilogramos de yuca a un precio de 0,20 dólares por kilogramo. El 25 de agosto, se compraron otros 45 kilogramos de yuca al mismo precio. Para preparar 85 kilogramos de encebollado, se necesitan 85 kilogramos de yuca. Los tres cocineros que prepararon el encebollado trabajaron nueve horas cada uno y recibieron una paga de 45 dólares por hora. Los costos indirectos asociados con la fabricación del encebollado fueron de 140,15 dólares. La cajera recibió un salario de 20 dólares por día trabajado. Se pagaron 7,00 dólares por un letrero para publicidad.

Materiales:

- o 31.500 gramos de pescado albacora (a \$2,00/100 gramos)
- o 13.500 gramos de cebolla (a \$0,35/100 gramos)
- o 13.500 gramos de yuca (a \$0,20/100 gramos)

- o 60 gramos de sal (a \$1,00/2 gramos)
- o 2,5 kilogramos de gas (a \$2,75/kilogramo)

El costo estimado de la orden de producción es de \$510,57.

- El 5 de diciembre de 2022, la empresa ABC solicitó a LUNA la creación de una mesa de conferencia personalizada y sillas similares por \$13.000. La entrega se realizará antes del 10 de enero de 2023.

- La empresa LUNA compró \$12.000 en materiales para la orden. Estos materiales incluyen:

- o 25 láminas de madera (a \$480/lámina)
- o 105 galones de pintura (a \$9,52/galón)
- o 20 cajas de pegamento (a \$10/caja)
- o 10 cajas de clavos (a \$4,50/caja)

El departamento de producción consumió los siguientes materiales para la orden:

- 10 láminas de madera (a \$480/lámina)
- 15 galones de pintura (a \$9,52/galón)
- 1 caja de pegamento (a \$10/caja)
- 1 caja de clavos (a \$4,50/caja)

Los costos indirectos totales para la orden son de \$115.

El costo de mano de obra para la orden es de \$5.500.

El costo total de la orden es de \$16.635.

- La empresa industrial “D. V. U.” produce el producto “Y” mediante dos procesos (A; B).

En el Proceso “A”, se fabrican 55.000 unidades, de las cuales 45.000 son transferidas al Proceso “B”. 8000 unidades quedan en proceso con un aumento del 105% en materias primas, el 55% en mano de obra y los costos generales de fabricación, mientras que las 1555 unidades restantes se consideran pérdidas normales.

En el proceso “B”, se reciben las 45.000 unidades del proceso “A”, de las cuales 40.000 están terminadas y se transfieren al Inventario de Productos Terminados, mientras que los 5000 restantes están en proceso con un aumento del 50% en mano de obra y costos generales de fabricación.

- o Los gastos de producción incluyen:
 - o Materias primas: \$1.155.000
 - o Mano de obra directa: \$600.000
 - o Costos generales de fabricación: \$300.000

El costo total de producción del producto “Y” en junio es de \$2.055.000.

	Proceso "A" \$	Proceso "B" \$
Materias Primas	20.535	0
Mano de Obra	14.950	9.590
Costos Generales de Fabricación	13.820	8.620
	59.305	18.210

El IVA es un impuesto que se aplica a los bienes y servicios. En este caso, el IVA se considera el 12% del costo.

a) Informes de costos por departamento

Un informe de costos por departamento es un documento que resume los costos de un departamento específico. Los informes de costos por departamento pueden utilizarse para controlar los costos, evaluar el rendimiento y tomar decisiones.

Para calcular los costos por departamento, se deben sumar los costos directos e indirectos asociados con el departamento. Los costos directos son los costos que se pueden asignar directamente al departamento, como los salarios de los empleados del departamento. Los costos indirectos son los costos que no se pueden asignar directamente al departamento, como la depreciación de los equipos.

- En el caso de la empresa Marquito International, el departamento de fundición tiene costos directos de \$55.000 y costos indirectos de \$125.000. Por lo tanto, el

costo total del departamento de fundición es de \$180.000.

b) Costos por procesos

Los costos por procesos son un método de acumulación de costos que se utiliza en las empresas que producen productos similares en lotes o procesos continuos. Los costos por procesos se acumulan por departamento o por proceso de producción.

Para calcular los costos por procesos, se deben sumar los costos de los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Los costos de los materiales directos son los costos de los materiales que se utilizan para fabricar el producto. Los costos de la mano de obra directa son los costos de la mano de obra que se utiliza para fabricar el producto. Los costos indirectos de fabricación son los costos que no se pueden asignar directamente al producto, como la depreciación de los equipos.

- En el caso de la empresa Marquito International, el costo por proceso para el departamento de fundición es de \$24,00 por unidad. Este costo se calcula dividiendo el costo total del departamento de fundición (\$180.000) por el número de unidades producidas (15.000).

c) Muebles de la sala de reuniones

El costo histórico de la sala de reuniones es el costo total de los materiales, la mano de obra y los costos indirectos utilizados para fabricarla. En este caso, el costo histórico

es de \$26.200. Este costo se calcula sumando los costos de los materiales directos (\$9.550), la mano de obra directa (\$6.350) y los costos indirectos imputados (\$3.550).

d) Jeans Paradise

El costo histórico de los jeans Paradise es el costo total de los materiales, la mano de obra y los costos indirectos utilizados para fabricarlos. En este caso, el costo histórico es de \$17.000. Este costo se calcula sumando los costos de los materiales directos (\$10.000), la mano de obra directa (\$4.000) y los costos indirectos imputados (\$3.000).

e) Tarifa predeterminada

Una tarifa predeterminada es una estimación de los costos generales que se utilizarán en un proyecto o período de tiempo determinado. La tarifa predeterminada se calcula dividiendo los costos generales estimados por los costos de mano de obra directa estimados.

- En el caso de la empresa Manufactura Colombiana, la tarifa predeterminada es de 2,00. Esto significa que se utilizarán \$2,00 de costos generales por cada dólar de costo laboral en el proceso de producción.

Por ejemplo, si la empresa está ofreciendo un producto que probablemente cueste \$6.000 en costos de mano de obra, la gerencia podría calcular los costos generales en \$12.000 (\$6.000 multiplicado por 2,00) y agregarlos al precio final de la oferta.

La tarifa predeterminada se puede utilizar para realizar presupuestos, estimar los costos de empleos para próximos proyectos y tomar decisiones.

- Hoja de costos estimados para octubre de 2021 de DANUBE S.A.

HOJA DE COSTO UNITARIO ESTIMADO

Materia prima directa	\$35 x unidad mat A	\$15 mat B \$25
Mano de obra directa	\$15 x unidad	
Cargos indirectos	25 x unidad	
TOTAL DEL COSTO UNITARIO	\$75	

CARGO REALES

Materia prima directa	\$16500
Mano de obra directa	\$4500
Cargos indirectos	\$7500

Clasificación de los gastos



Según su naturaleza, los gastos de la fábrica de chocolates se pueden clasificar de la siguiente manera:

Costos de materiales directos: Son los costos de los materiales que se utilizan directamente en la producción del chocolate. En este caso, los materiales directos son el cacao, el azúcar, la leche y la harina.

Costos de mano de obra directa: Son los costos de la mano de obra que se utiliza directamente en la producción del chocolate. En este caso, la mano de obra directa son los salarios de los empleados que operan las máquinas de la fábrica.

Costos indirectos de fabricación: Son los costos que no se pueden asignar directamente a una unidad de producto. En este caso, los costos indirectos de fabricación son los costos de mantenimiento, los costos de servicios y los costos de patente.

- **Costo directo unitario de producción**

El costo directo unitario de producción es el costo de los materiales directos y la mano de obra directa por unidad producida. En este caso, el costo directo unitario de producción es de:

$$\text{Bs } 4 \text{ (costo de materiales directos)} + \text{Bs } 1,5 \text{ (costo de mano de obra directa)} = \text{Bs } 5,5 \text{ por unidad}$$

- **Costos directos de producción**

Los costos directos de producción son la suma de los costos de materiales directos y la mano de obra directa. En este caso, los costos directos de producción son de:

Bs 4 (costo de materiales directos) + Bs 1,5 (costo de mano de obra directa) = Bs 5,5 por unidad

Gastos previstos

Los gastos previstos para el mes son los siguientes:

Costos de producción:

- Costos de materiales directos: 255 unidades * Bs 4/ unidad = Bs 1.020
- Costos de mano de obra directa: 255 unidades * Bs 1,5/unidad = Bs 382,5
- Costos indirectos de fabricación: Bs 5.500 • Total de costos de producción: Bs 1.657,5
- Costos de servicios: Bs 20.500<
- Costo total previsto: Bs 22.157,5

Notas

Se ha asumido que los costos indirectos de fabricación se asignan de manera uniforme a todas las unidades producidas.

Se ha asumido que los costos de servicios se asignan de manera uniforme a todas las unidades producidas.

La hoja de costos de la orden de producción No 60

Indica que se deben fabricar 105 cajas de velas de referencia 40. La fecha de inicio de la producción es el 2

de septiembre de 2023.



Semana que termina	MPD	MOD	GIF
Septiembre 8/2023	\$3.550	\$5.850	\$4.225
Septiembre 15/2023	\$6.350	\$7.550	\$5.450

- La empresa “Dulces Princalin S.A” necesita información sobre los costos de producción de sus dulces para determinar si el producto es viable.

Los materiales utilizados en la producción de los dulces son:

- Azúcar: \$2500.000,00
- Saborizantes: \$25.000,00
- Colorantes: \$55.000,00
- Moldes: \$35.000,00
- Espesante: \$650,00

Los costos de mano de obra y maquinaria son:

- Mano de obra: \$900.000,00

- Maquinaria: \$400.000,00
- Los costos indirectos de fabricación son:
- Bodega: \$35.000,00
- Distribución: \$55.000,00
- Impuestos: \$55.000,00
- Anuncios: \$1550.000,00
- Personal administrativo: \$1550.000,00
- Seguro: \$1550.000,00
- El costo total de producción es de \$6.700.355,00.
- Las ventas de los dulces generaron \$15.000.000,00.
- La ganancia neta es de \$995.030.655,00.

Para determinar la viabilidad del producto, la empresa debe establecer un límite de utilidad. Este límite será la cantidad de ganancia neta que la empresa necesita para que el producto sea rentable.

Respuesta a la pregunta:

No se puede determinar el costo de cada caja con los datos anteriores. Los datos solo proporcionan el costo total de producción.

Para determinar el costo de cada caja, se necesita saber el número de cajas producidas. Si se conoce el número de cajas producidas, se puede dividir el costo total de

producción por el número de cajas para obtener el costo de cada caja.

Por ejemplo, si se produjeron 100 cajas, el costo de cada caja sería de \$67.003,55.

Si se conoce el número de cajas producidas, se puede calcular el costo de cada caja utilizando la siguiente fórmula:

Costo por caja = Costo total de producción / Número de cajas producidas

Ventas	1500 u
Materia Prima	\$85,00
Mano de Obra Directa	\$20.000,000
Gastos Indirectos de Fabricación	\$25.000,00
Costo indirecto variable de producción	\$1,75
Costo variable de venta	\$3,05
Costo variable de administración	\$1,20
Costos fijos de producción	\$15.000,00
Gastos fijos de venta	\$15.000,00
Gastos fijos de administración	\$10.000,00
Costo de venta	\$120.000,00
Capacidad normal	1250 unidades
Producción	1105 unidades
Ajuste variación capacidad	\$15.000,00
L. Inicial	205 unidades
L. Final	305 unidades
Precio de venta	\$305,00

La empresa “La Cuadruple” produce tres productos: A, B y C. Se pide determinar los costos asignables directamente, indirectamente y que no son de fabricación del producto B.

1. Costos asignables directamente al producto
2. Los materiales empleados en la creación del

producto.

3. La mano de obra empleada para producir el producto.

Estos costos se pueden asignar directamente al producto B porque son específicos del producto B. Los materiales se utilizan únicamente para producir el producto B y la mano de obra se utiliza únicamente para producir el producto B.

4. Costos indirectamente asignables al producto B:
5. La depreciación del edificio.
6. La depreciación de la maquinaria.
7. La fuerza impulsora.
8. El gas utilizado para la calefacción.

Estos costos se pueden asignar indirectamente al producto B porque se utilizan para producir todos los productos de la empresa. Sin embargo, se pueden asignar al producto B utilizando un método de asignación, como el método de asignación por unidades producidas.

1. Costos que no son de fabricación:
2. El salario del gerente de la planta.
3. La publicidad corporativa.
4. El impuesto sobre las ganancias comerciales.

5. El IVA a través de la venta del producto B.

Estos costos no son de fabricación porque no se utilizan para producir el producto B. El salario del gerente de la planta es un costo administrativo. La publicidad corporativa es un costo de marketing. El impuesto sobre las ganancias comerciales es un costo financiero. El IVA a través de la venta del producto B es un impuesto que se cobra al consumidor final.

COSTOS	2023
Costos variables de producción	\$120
Mano de obra directa	\$22.000
Costos indirectos de producción	\$125.000
Costos de comercialización	\$65.000
Costos fijos administración	\$55.000
Capacidad normal	1.205 unidad
Producción real	1.105 unidad

16. Una empresa que fabrica dos modelos de sillas mecedoras:



Las siguientes tareas se realizan para fabricar sillas mecedoras:

- **Recepción de materiales:** Se reciben los materiales necesarios para fabricar las sillas mecedoras.

- **Preparación de la madera:** La madera se corta, se lija y se prepara para su uso.
- **Construcción de piezas:** Se construyen las piezas individuales que componen la silla mecedora.
- **Montaje y conexión:** Se ensamblan las piezas individuales para formar la silla mecedora completa.
- **Cubrimiento de la superficie:** Se aplica una capa de pintura o barniz a la silla mecedora para protegerla y darle un acabado estético.
- **Supervisión y control:** Se supervisa el proceso de producción para garantizar que se cumplan los estándares de calidad.

Los gastos indirectos relacionados con la producción son aquellos que no se pueden asignar directamente a una unidad de producto. Estos gastos se deben asignar a las unidades de producto utilizando un método de asignación, como el método de asignación por unidades producidas.

RECURSOS	COSTO MENSUAL, \$	GENERADOR DE COSTO DE RECURSOS
Mano de obra	1.145.130	Horas Hombre
Alquiler de taller	175.430	Horas Uso
Mantenimiento	200.880	Horas Hombre
Seguros	15.020	Horas Hombre
Energía eléctrica	75.060	KW/hora
Colocación (Ventas y Distribución)	60.405	N° Colocaciones (ventas)

Los factores que generan costos son:

ACTIVIDADES	GENERADOR DE COSTO DE RECURSOS
Recepcion material	Metros cúbicos
Preparacion de la Madera	Metros cúbicos
Elaborar Piezas	Horas uso taller
Armar o Ensamblar	N° piezas
Recubrir Superficie	Horas maquina
Terminar producto	Tasa N° productos
Supervisar y controlar	Tasa N° productos

La tasa porcentual de asignación de los recursos de producción.

ACTIVIDADES	TASA INDUCTOR DE COSTOS	
	MODELO BRISA	MODELO VICTORIA
Recepción material	24,538	22,612
Preparación de la Madera	24538	22,612
Elaborar Piezas	0,2666	0,2289
Armar o Ensamblar	0,6788	0,5497
Recubrir Superficie	0,8377	0,6645
Terminar producto	64,212	243,181
Supervisar y controlar	64,212	243,181

Los siguientes recursos se utilizaron en la producción:

COSTOS DIRECTOS	MADELO BRISA	MODELO VICTORIA
Materia Prima	51282	41714
Mano de Obra	21084	8277
Costos Indirectos de Produccion		
Recepcion material	807	758
Preparacion de la madera	3693	3323
21Elaborar piezas	2681	2116
Armar o ensamblar	784	631
Recubrir superficie	925	2090
Terminar producto	4917	9851
Supervisa y controlar	4763	9049
TOTAL	94846	78111

- La empresa MORITA Shoes produce zapatos que tiene la intención de exportar. Para lograrlo, debe determinar

el costo unitario de cada producto. Actualmente utiliza el método tradicional de asignación de costos.

Como asesor contable, su objetivo es elegir el método de asignación que mejor arroje la estructura de costo de la empresa. Para lograrlo, debe determinar el costo unitario utilizando ambos métodos: el tradicional y el sistema ABC.

El método tradicional asigna los costos indirectos de fabricación a las unidades de producto en función de una base de asignación arbitraria, como las horas de mano de obra directa o las unidades producidas. El sistema ABC asigna los costos indirectos de fabricación a las unidades de producto en función de su consumo real de los costos indirectos.

Para determinar el costo unitario utilizando el sistema ABC, debe identificar las actividades que componen la cadena de valor de la empresa. Luego, debe asignar los costos indirectos de fabricación a las actividades en función de su consumo real de los costos indirectos. Finalmente, debe asignar los costos indirectos de las actividades a las unidades de producto en función de su consumo de las actividades.

Los resultados de cada actividad de la cadena de valor y el impacto de cada método en el costo unitario deben ser informados al director de la empresa.

	BOTAS	ZAPATILLAS	TACONES
			
Unidades de producción en pares	25	55	15
Horas empleadas por par	15	20	10
Numero de corridas al mes	2	2	2
Costo unitario de materia prima	\$30	\$25	\$15
Costo unitario mano de obra directa	\$15	\$20	\$10

Informe de los gastos de actividades

ACTIVIDADES	COSTO INDIRECTO	COST DRIVERS	BOTAS	ZAPATILLAS	TACONES
Recepcion	\$550	No. De vales de almacen	10	15	10
Diseño	450	No. De ordenes de ingeniería	4	5	2
Preparacion de maquinas	105	Tiempo de preparacion por corrida en las	10	10	10
Produccion	\$50	Tiempo de operacion de las maquinas en las	35	35	15
Embarque	305	No. De envíos	10	20	10
TOTAL	2260				



CAPÍTULO II

LOS GASTOS RELACIONADOS CON LA AGRICULTURA

2.1 Resumen

En el sector agropecuario, es importante comprender la situación técnica de la empresa y su impacto económico, ya que la competencia es cada vez más fuerte. El estudio de costos, ingresos y márgenes es una herramienta que permite a los productores evaluar sus acciones y tomar mejores decisiones.

2.2 Definición del costo de la agricultura

Los costos de la agricultura son los gastos incurridos durante el proceso de producción de un producto agrícola o ganadero. Estos costos incluyen los gastos de insumos, mano de obra, maquinaria y equipo, y otros gastos relacionados con la producción.

Por ejemplo, los costos de producción del maíz incluyen los costos de los fertilizantes, el herbicida, la semilla, la mano de obra, la maquinaria y el equipo, y otros gastos relacionados con el cultivo y la cosecha del maíz.

Los costos de producción del ganado porcino incluyen los costos de los alimentos, el alojamiento, el cuidado veterinario, y otros gastos relacionados con la cría y el engorde del ganado porcino.



2.3 Gastos de la empresa agrícola

En la empresa agropecuaria, las decisiones diarias requieren la asignación de recursos. El cálculo de costos es una herramienta que permite estudiar esta asignación.

Para evaluar las decisiones, es importante considerar los elementos involucrados y sus características financieras. Esto significa que es necesario comprender los conceptos, componentes y clasificación de costos al usar una metodología de cálculo de costos.

2.3.1 El concepto de gasto

El gasto es la suma de los valores de los bienes y servicios utilizados en un proceso productivo.

En otras palabras, el gasto es la cantidad total de recursos utilizados para obtener una cantidad específica de producto en un período de tiempo determinado, valorados en moneda.

Los insumos son todos los bienes y servicios necesarios para la producción. Es importante conocer qué insumos intervienen en toda determinación de costo.

Los insumos se clasifican en bienes y servicios. Los bienes se dividen a su vez en durables y no durables.



En economía, un bien económico es un objeto que puede satisfacer una necesidad humana y que se pueden clasificar en dos tipos de bienes económicos.

Los bienes libres son aquellos que se encuentran en cantidad ilimitada, como el aire o el agua. No son apropiados, es decir, no se pueden poseer.

Los bienes económicos son aquellos que se encuentran en cantidad limitada, como la comida, la ropa o la vivienda. Pueden ser apropiados, es decir, se pueden poseer.

Los bienes económicos tienen tres características principales:

- **Utilidad:** Los bienes económicos deben satisfacer alguna necesidad humana.
- **Escasez:** Los bienes económicos son limitados, por lo que deben ser asignados de manera eficiente.
- **Accesibilidad:** Los bienes económicos deben ser accesibles a los consumidores.

La riqueza es el conjunto de bienes económicos que posee una persona o un país.

Los bienes económicos se pueden clasificar en dos categorías adicionales:

- **Bienes primarios:** Son bienes económicos que se encuentran en la naturaleza, como la tierra o los recursos naturales.

- **Bienes manufacturados:** Son bienes económicos que han sido producidos por el hombre, como los automóviles o los electrodomésticos.

Los bienes primarios y los bienes manufacturados son los dos factores clásicos de la producción, junto con el trabajo.



2.4. Elementos de gastos

Después de la breve reseña conceptual anterior, es posible avanzar un poco más y comenzar a considerar los componentes esenciales que componen el costo de una empresa agropecuaria.

Los gastos son los costos de los bienes y servicios que se consumen durante el proceso de producción. Incluyen

los costos de los insumos, como los materiales, la mano de obra y la energía.

Las amortizaciones son la disminución del valor de los bienes de capital con el tiempo. Se calculan como el valor del bien dividido por su vida útil.

Los intereses son el costo del uso del dinero prestado. Se calculan como el monto del préstamo multiplicado por la tasa de interés.

Estos tres elementos, gastos, amortizaciones e intereses, se suman para formar el costo total de una empresa agropecuaria.

En otras palabras, el costo es la suma de los valores de los insumos, la disminución del valor de los bienes de capital con el tiempo y el costo del uso del dinero prestado.

INTERESES + AMORTIZACIONES + GASTOS

2.5. Regulación de préstamos para la agricultura

La Autoridad de Supervisión del Sistema Financiero de ASFI emitió el Reglamento para Operaciones de Crédito Agropecuario No. 357-2015, que contiene las siguientes disposiciones:

- **Sección 1:** Características Generales

Se realizan precisiones en los artículos referidos al objetivo y ámbito de aplicación.

Se agregan definiciones adicionales: producción de animales y servicios no financieros para el sector de animales.

• **Sección 2:** Requisitos para la Concesión de Préstamos al Sector Agropecuario

Se ajusta la redacción del artículo 7, “Servicios no financieros para el sector agropecuario”.

• **Sección 3:** Crédito Agrario Debidamente Garantizado

Se incluye el artículo 6, en el cual se determina la otorgación de créditos al productor agropecuario, con garantías no convencionales.

• **Sección 4:** Otras disposiciones

Se modifican los artículos relacionados con el incremento gradual de la cartera en el sector agropecuario y el registro de eventos adversos climáticos y naturales.

Se establece que el cumplimiento y la difusión interna del Reglamento son responsabilidad del Gerente General o de la entidad supervisada equivalente.

Se redacta con precisión el artículo 5, “Régimen de Sanciones”.



2.6 Recompensas

El Crédito Agropecuario es un crédito destinado a apoyar toda actividad de cultivo y producción agrícola en general, cría de ganado y producción de productos de origen animal, incluida la avicultura, apicultura y cunicultura; así como la comercialización y servicios relacionados con la actividad agropecuaria, siempre y cuando sean realizados por el mismo productor.

Los bancos que ofrecen préstamos agropecuarios son:

- Banco Nacional de Bolivia
- Banco Unión
- Banco Ganadero
- Banco Mercantil Santa Cruz
- Banco Sol
- Banco FIE
- Banco PYME Los Andes
- Banco Bisa



2.6.1 Gastos

Un gasto es el costo de la adquisición de bienes y servicios que se consumen por completo durante un ejercicio productivo. Por ejemplo, semillas, agroquímicos, combustible, pulverización contratada, cosecha contratada y ganado para engordar durante un ejercicio.

El gasto no siempre implica gastar dinero en efectivo. Por ejemplo, la mano de obra utilizada para arar, que es proporcionada por el productor, es considerada un gasto y debe ser incluida en los costos a través de su imputación.

Es importante distinguir entre un gasto y una inversión. Una inversión consiste en la acumulación de recursos financieros en recursos sostenibles, los cuales, como su nombre lo indica, tienen una vida útil superior a un solo acto productivo, como la adquisición de un tractor, la construcción de mejoras o la plantación de alfalfa.

Es crucial resaltar esta distinción, ya que aunque algunos productos (como semillas, agroquímicos, fardos) pueden conservarse durante más de una etapa (como semillas), siguen siendo un gasto porque cuando se utilizan en el proceso de producción se consumen en su totalidad en un solo acto o período económico.

2.7. Costos de operación

El costo operativo se compone de los gastos, las amortizaciones y los intereses, como todos los costos. Para determinar el costo operativo de una labor específica

o de una serie de ellas en un sistema de producción agropecuario, se enumerarán y analizarán en detalle estos elementos.

2.7.1 Costos

2.7.1.1. Costos de equipos

Los costos de equipos incluyen los siguientes elementos:

- **Capacitación teórica para el trabajo:** Costo de la capacitación del personal en el manejo de los equipos.
- **Identificación de la capacidad teórica de trabajo:** Costo de la evaluación del rendimiento de los equipos en condiciones ideales.
- **Costo de la operación:** Costo del combustible, lubricantes, piezas de repuesto, mantenimiento y reparación de los equipos.



$$Ct = \frac{At - VT}{10} = \frac{ha}{hr}$$

Donde:

At = ancho teorico (metros)

Vt = Velocidad teorica de trabajo (m/s)

La capacidad de trabajar de manera efectiva

La capacidad efectiva de trabajo es la cantidad de trabajo que realmente se realiza en un período de tiempo determinado. Se calcula teniendo en cuenta el tiempo productivo y el tiempo improductivo.

El tiempo productivo es el tiempo que se dedica a realizar las tareas de manera efectiva. El tiempo improductivo es el tiempo que se pierde por factores como la mala organización, el mantenimiento de la maquinaria o el descanso.

La eficiencia de campo es la relación entre el tiempo productivo y el tiempo total. Se puede calcular de la siguiente manera:

$$\text{Capacidad efectiva} = \text{Capacidad Teórica} \cdot \text{Eficiencia Efectiva}$$

Se sabe también que:

$$\text{Eficiencia Efectiva} = \text{Eficiencia Operativa} \cdot \text{Eficiencia Horaria}$$

2.7.1.2.1 Eficiencia

La eficiencia de campo se divide en dos categorías: eficiencia operativa y eficiencia horaria. La producción con el menor costo social posible y los bienes o servicios más valorados por la sociedad se conoce como eficiencia.

Por lo tanto, responde a la medida en que las consecuencias económicas del proyecto son favorables. En resumen, supone optimizar el rendimiento de una inversión. Como se muestra en la imagen, una gran

cantidad de tiempo “muerto” se pierde debido a una mala organización y un manejo descuidado del trabajo.

Algunos factores que contribuyen al tipo de eficiencia son por:

- Condiciones del campo en función de la eficiencia horaria
- La eficiencia horaria se basa en los ajustes y reparaciones de averías.
- Virajes en los extremos del campo, considerados en términos de eficiencia operativa
- En términos de eficiencia horaria, equipos mal combinados desbloqueos de mecanismos, eficiencia horaria y
- La eficiencia horaria tiene en cuenta el descanso y las acciones fisiológicas del operador.



Por lo tanto, se puede encontrar la eficiencia operativa de campo de la siguiente manera:

$$\text{Eficiencia Operativa} = \frac{\text{Tiempo Eficiente}}{\text{Tiempo Total}} \cdot 100$$

Además, se considera el tiempo total, el tiempo efectivo más el tiempo muerto o perdido. Por ejemplo:

$$\text{Tiempo Total} = \text{Tiempo Efectivo} + \text{Tiempo Muerto}$$

La eficiencia horaria, por otro lado, se define como el tiempo por hora que un trabajador pierde por descanso o razones fisiológicas dentro de las tareas que se le han asignado.

2.7.2 Costos de Combustible

La potencia del motor de una maquinaria determina cuánto combustible consume. El consumo de la máquina se expresa en litros consumidos por unidad de potencia, es decir litros por hora, para distinguir entre la mayor o menor potencia que puede tener la máquina.

$$\text{Consumo} = \frac{\text{Litros}}{\text{Hora}}$$

La labor que se esté realizando también afecta el consumo. Por lo tanto, las tareas más pesadas, como el arado, requieren más energía que las tareas más ligeras, como cortar rastras de dientes. Teniendo en cuenta que el consumo promedio se utiliza para calcular los costos operativos y que el consumo de motores diésel puede oscilar entre 0,10 y 0,14 litros por hora.

2.7.3 Trabajadores

En cuanto a los gastos de mano de obra, debe tener en cuenta el salario a pagar por:

- Preparación del terreno
- La siembra
 - o Desinfectar la semilla
- Contribución
- Actividades Culturales
 - o La carpida
 - o ¿Por qué?
- Control de plagas y enfermedades.
 - o Fumigado
 - o Cocina
- Ensalada ensalada
 - o Conservación de la cosecha

2.8. Los gastos indirectos

2.8.1. En la agricultura

Además de los gastos de operación, es necesario agregar los costos de establecimiento, seguridad, recolección y venta.

Al examinar una propuesta técnica a llevar a cabo, se pueden identificar los recursos involucrados y sus proporciones por hectárea.

Si sabes el valor unitario de cada sustancia, simplemente debes multiplicarlas para obtener el costo directo por

hectárea.



En función de lo que se paga por hectárea, el servicio de cosecha se incluirá en el costo.

Es aconsejable dividir los elementos componentes del costo en ítems según el tipo de estudio a realizar debido a la importancia de su análisis.

Se debe considerar la tasa correspondiente si los intereses se incluyen en los costos directos.

Los costos agrícolas se calculan en función de todo el rodeo. Para calcular los costos por hectárea, primero se debe calcular la superficie ganadera efectiva, que se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Superficie Efectiva Agrícola} = \frac{\text{Tiempo de ocupación} \times \text{Superficie}}{12 \text{ meses}}$$

Ejemplo:

Considere la siguiente información para determinar los costos de producción por hectárea (Bs) del cultivo de

alfalfa.

Departamento: Oriuro

Localidad: Cashipungo

CAMPAÑA AGRÍCOLA: 2022/2023

VARIEDAD: Ranger

NIVEL TECNOLÓGICO: Semi mecanizado

MES DE SIEMBRA: Enero – Febrero

MES DE COSECHA: Marzo – Abril

PERIODO VEGETATIVO MESES: 4

UNIDAD DE MEDIDA: Costos

	MEDIDA		(Bs)
I. COSTOS DIRECTOS			
A. GASTOS DE CULTIVO			
Mano de obra:			
- Desinfección de semilla			
- Abonamiento	Jornal	2	115
- Cosecha	Jornal	2	115
- Enfilado	Jornal	15	115
- Conservación	Jornal	15	115
Insumos	Jornal	6	105
- Semilla	qf		
- Abono Orgánico	qf		
- Combustible	l		

B. GASTOS MAQUINARIA			
- Andares	Hr	6	195
- Siembras	Hr	6	195
C. GASTOS GENERALES			
- Imprevisto (12 % crédito)			
E. DEPRECIACION			
- Herramientas y equipo	Global		173,81
II. COSTOS INDIRECTOS			
- Costos Financieros (1,90% costos directos/mes)			
Rendimiento Probable (kg./ha.)			5.500

El siguiente es el cálculo de los gastos por hectárea para la producción de alfalfa en el Municipio de Cashipungo:

ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	No. DE UNIDAD	COSTOS UNITARIO (Bs)	COSTO TOTAL Bs
I. COSTOS DIRECTOS				
A. GASTOS DE CULTIVO				
1. Mano de Obra:				
1.1. Preparación de terreno (arbolación)				
1.1.1. Siembras				
- Distribución de semilla Jornal	Jornal	6	195	1170
1.2. Almacenamiento				
- Almacenamiento Jornal				
1.4. Labores Culturales				
- Carga Jornal				
- Aporque Jornal				
1.5. Cultivo				
- Fumigación	Jornal	6	195	1170
- Fungicida Jornal				
1.6. Cosecha				
- Cosecha				
- Escalado	Jornal	15	495	7425

1.7. Cosecha	Jornal	15	495	7425
- Conservación	Jornal	6	195	1170
SUB - TOTAL DE MANO DE OBRA				16.500
2. Maquinaria agrícola y/o tracción animal				
2.1. Preparación de terreno				
- Andares	Hr	6	195	1170
2.2. Siembras				
- Siembras	Hr			
2.3. Conservación				
- Conservación		6	195	1170
SUB - Total de maquinaria agrícola y/o tracción animal				1300
3. Insumos				
3.1. Semilla				
- Semilla	kg	0,10	574	574,00
3.2. Fertilizantes				
- Abono Orgánico	kg	10	10	100
3.3. Pesticidas				
- Fungicida	kg	10	4	40
SUB - TOTAL DE INSUMOS				714,00
TOTAL GASTOS CULTIVO				18018,00
B. GASTOS GENERALES				
1. Imprevisto (12% crédito)				
SUB - TOTAL DE GASTOS GENERALES				1673,81
C. DEPRECIACION				
Herramientas y equipo				
SUB - TOTAL DE DEPRECIACION				173,81
TOTAL DE GASTOS DIRECTOS (A + B + C + D)				19465,61
III. COSTOS INDIRECTOS				
A. Costos Financieros (1,90% Costos Directos/mes)				776,15
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS				776,15
IV. COSTO TOTAL DE PRODUCCION				20007,96
Rendimiento Probable (kg./ha)				5.500
COSTO UNITARIO (kg./ha)				3,65

2.8.2 En la ganadería.

Los siguientes son los insumos directamente relacionados con la ganadería: alimentación, salud, mano de obra, servicios y compra de ganado.



a) Alimentos

Las pasturas, los suplementos, etc., son los principales componentes de esta categoría. Las pasturas pueden ser perennes o anuales. El método utilizado para calcular el costo de estas últimas es el mismo utilizado para calcular el costo de un cultivo de cosecha (costo de implantación y protección).

En el caso de las plantas perennes, es necesario considerar la amortización y el mantenimiento.

La valorización de los suplementos no es complicada, ya que para saber el costo del balanceado utilizado, solo se necesita saber la cantidad consumida y el precio.

Las pasturas naturales, cuyo costo está determinado por los gastos de mantenimiento, y los cultivos agrícolas, son dos formas de valorización. La primera es a través

del costo de oportunidad, ya que son un subproducto de la agricultura y un insumo de la ganadería. La segunda es a través de la integración de ambas actividades en un sistema, en cuyo caso se valoran con:

a) Salud

Todos los productos, ya sean comprados o en depósito, y los servicios utilizados en el rodeo se considerarán de acuerdo con el plan sanitario implementado.

b) Personal

Solo se considerará la fuerza laboral empleada que se vea directamente afectada por la actividad. En el caso de la mano de obra familiar que es temporal, se valora en función de su costo de oportunidad.

c) La adquisición de ganado

Si se incluye la compra de ganado en el cálculo de costos, se debe eliminarla del cálculo de ingresos y se debe tener en cuenta que se están tratando de entradas en efectivo más crecimiento en lugar de ingresos.

$$\text{Margen Bruto} = \text{Ingresos Brutos} - \text{Costos Brutos}$$

$$\text{Ingreso} = \text{Ventas} - \text{Compras} \pm \text{Diferencia entre la existencia final y la inicial}$$

d) Preferencias

El cálculo de intereses se realiza de la misma manera

que en la agricultura

e) Mercantilización.

Dado que las variaciones en los costos de comercialización se deben a las diversas opciones de lugar y fechas de compra y venta, es fundamental incluir la comercialización en los costos directos.

Los costos de la ganadería se calculan tomando en cuenta todo el rodeo. Para calcular los costos por hectárea, primero se debe calcular la superficie efectiva ganadera, que se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Superficie Efectiva Ganadera} = \text{Sup. Util Total} - \text{Sup. Efect. Agrícola}$$

El tiempo que se dedica a la superficie para actividades agrícolas se conoce como tiempo de ocupación.

Ejemplo:

Se trata de una granja de ganado que se dedica a la crianza de animales de cría propia. En una zona tropical de Santa Lucía, se encuentra un área de 1.500 ha. dividida en 8 potreros, algunos de los cuales tienen habilidades agrícolas y están destinados a la plantación de forrajeras para complementar la dieta de los animales. El campo tiene un valor de US\$ 2.500 por hectárea.

La empresa utiliza métodos de selección de vientres en condiciones de reproducción y ofrece un servicio estacional (echar el toro a las vacas) durante la primavera. Los animales de reproducción se compran en el mercado

y se realiza la inseminación artificial en algunas especies de mujeres.

Tabla 12. Existencia Final, US\$

Categorías	Terneros	Vaquill 1-2	Vaquillonas	Vacas	Terneros	Total
Cantidad	85	70	85	415	5	679
Kg/cabeza	175kg	225kg	325kg	415kg	185kg	
Kg totales	14.875kg	15.750kg	27.625kg	172.225kg	925kg	235.400kg
US\$ mercado	US\$ 3.00	US\$2.50	US\$2.00	US\$1.75	US\$2.25	
Total	US\$ 21.000	US\$ 175.000	US\$140.000	US\$723.750	US\$1.125	US\$1.040.750

Los siguientes son los costos anuales y, según la clasificación por funciones, los restantes del ejercicio:

ACTIVIDAD	COSTOS VARIABLES US\$	COSTOS FIJOS US\$
I. COSTOS DIRECTOS		
1. Sueldos hacienda	3000	8000
2. Alimentación	6000	16000
3. Jornales para personal de campo	8000	
4. Sueldos y beneficios		27000
5. Transporte		10000
6. Otros costos de producción		12000
7. Amortización de reproducciones (Anexo 1)		7.500
8. Amortización otros bienes de uso (Anexo 1)		12.000
II. COSTOS INDIRECTOS	Indicados al precio de venta	
9. Costos de comercialización		25.000
10. Costos de administrativos		80.000
11. Costos de financiamiento		80.000

ACTIVIDAD	COSTOS VARIABLES US\$	COSTOS FIJOS US\$	TOTAL COSTOS US\$
I. COSTOS INDIRECTOS			
1. Sanidad hacienda	300	8000	8300
2. Alimentación	8.000	18.000	22000
3. Jornales para personal de campo	8.000		8000
4. Sueldos y beneficios		27.000	27000
5. Transporte		10.000	10000
6. Otros costos de producción		12.000	12000
7. Amortización de reproductores (Año 1)		7783	7783
8. Amortización otros bienes de uso (Año 1)		13.000	13000
TOTAL COSTOS DIRECTOS	14.300	95.783	100.083
II. COSTOS INDIRECTOS			
9. Costos de comercialización	Deducidos del precio de venta		
10. Costos de administración		25.000	25000
11. Intereses		50006	50006
TOTAL COSTOS INDIRECTOS		75.006	75.006
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	14.300	95.783	99.783

ACTIVIDAD	COSTOS VARIABLES US\$	COSTOS FIJOS US\$	TOTAL COSTOS US\$
I. COSTOS INDIRECTOS			
1. Sanidad hacienda	300	8000	8300
2. Alimentación	8.000	18.000	22000
3. Jornales para personal de campo	8.000		8000
4. Sueldos y beneficios		27.000	27000
5. Transporte		10.000	10000
6. Otros costos de producción		12.000	12000
7. Amortización de reproductores (Año 1)		7783	7783
8. Amortización otros bienes de uso (Año 1)		13.000	13000
TOTAL COSTOS DIRECTOS	14.300	95.783	100.083
II. COSTOS INDIRECTOS			
9. Costos de comercialización	Deducidos del precio de venta		
10. Costos de administración		25.000	25000
11. Intereses		50.006	50006
TOTAL COSTOS INDIRECTOS		75.006	75.006
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	14.300	95.783	99.783

Determine los costos del proceso de producción cada año.

El siguiente es el costo de producción:

2.9. Practicas de implementación

1. Avícola Pio Pio cultiva pollos parilleros de razas COBB y ROSS para su comercialización nacional, produciendo 1500 pollos.

VALORES TÉCNICOS		
Tipo de pollo	COBB	ROSS
Bajas %	10	12
Edad. Días	50	40
Peso medio kg	3	2
Índice de conversión	2	1,9

COSTOS FIJOS, \$	
LOTE DE 3500 POLLOS (COBB Y ROSS)	
Item	Costo Total
Permiso de operación	650
Mano de obra (Galpones)	44.550
Luz	16.051,80
Agua	-
Creolina	64
Detergente	30

Yodo	110
Gas	4200,77
Chala de arroz (piso)	450
Seguridad	18605
Depreciación	7.493,04
Combustible	3500

COBB: Costos de Producción de 2000 pollos			
Insumos	Unidades	Cantidad	Costo Unitario \$
Alimento Inicio	Kg	820,25	9
Alimento Crecimiento	Kg	1545,05	8,8
Alimento Final	Kg	1185,45	8,25
Pollitos	Unidades	1550	10,5
Fundas	Unidades	1,5	50,05
Vacuna	Unidades	2	175

ROSS: Costos de Producción de 2000 pollos			
Insumos	Unidades	Cantidad	Costo Unitario \$
Alimento Inicio	Kg	310,8	9
Alimento Crecimiento	Kg	571,1	8,58
Alimento Final	Kg	1548,05	8,88
Pollitos	Unidades	1550	10,5
Fundas	Unidades	1,5	50,5
Vacuna	Unidades	2	175

Establezca el costo de producción y el nivel de bajas.

2. Calcule el costo de producción de papa para cada una de las tres familias en la Comunidad de Troya

– Municipio San Vicente de Olmedo en Uruguay.

Labranza primaria, siembra y cosecha son las áreas en las que se invierte más en Cashipungo (Tabla 2). La inversión en labranza primaria aumenta cuando se utiliza energía humana y disminuye cuando se interviene o reemplaza con energía motriz. Los agregados o el pan de tierra que se forman en la primera labor por el tractor agrícola son de mayor tamaño que los agregados hechos por una herramienta manual. Por lo tanto, el costo de la labor secundaria aumenta de manera inversa a la anterior.

ACTIVIDAD AGRÍCOLA	FAMILIA 1 JOSE MEJIA		FAMILIA 2 MIGUEL CARRASCO		FAMILIA 3 PEDRO BASANTES	
	ENERGIA UTILIZADA	COSTO (R\$/ha)	ENERGIA UTILIZADA	COSTO (R\$/ha)	ENERGIA UTILIZADA	COSTO (R\$/ha)
Labranza primaria	Humana	845	Motriz	1250	Motriz	590,45
Labranza secundaria	Humana	460	Humana	1580	Humana	295
Siembra	Humana	845,35	Humana	650	Humana	455,45
Operaciones de cultivo	Humana	850	Humana	745,25	Humana	790,75
Cosecha	Humana	825	Humana	850	Humana	468,25
Post cosecha	Humana	250	Humana	225	Humana	250
Rendimiento medio kg/ha	4075,35		5200,25		3000,9	

Realice un análisis de la energía utilizada para producir papa

3. La finca Marquito se encuentra en cuatro niveles, donde hay animales de granja como ganado y el hato está formado de la siguiente manera.

Estratos	Categoría									Total, Estrato
	Números de familia	Vacas Producción	Vacas Secas	Terneros		Vaquillonas	Vaquinos	Terretes	Toros	
				M	H					
I	25	3	4.15	0.4	0.5	0.9	0.7	0.4	0.5	7.85
II	10	5	2.5	0.3	0.7	1.35	1.1	1.15	0.5	8.22
III	4	9	1.1	0.1	0.5	2.1	2.1	1	1.1	10
TOTAL, COMUNIDAD	39	17	4.75	0.8	1.8	4.35	3.9	2.55	1.6	18.87

Los costos promedio por estrato son:

ESTRUCTURA DE COSTOS	ESTRATO I	ESTRATO II	ESTRATO III
Total Alimento	4240	4050.5	48375.4
Alquileres	497.4	76	3900
Salud	155.9	185.5	345.6
Inseminación o Mote	485	396	730
Mano de Obra Familiar	9435	8579	6935
Materia de Limpieza	145.5	135	175
Riesgo de Mortalidad	135.5	175	330
Gastos Generales	130.5	100	485
Servicio	385.1	495.5	545.7
Mant. Const y Herramientas	455	460.9	755
Retención sobre la venta leche	1	375	330.6
Amortizaciones	2007	2095	2640
Intereses	300	580.5	390
PRODUCCION Lt LECHE	10760.9	408377.9	32387
RESPUESTA Costo Bs/litro leche	3.50	2.50	2.00

- Clasifique los costos en variables y fijos.
- Calcule el costo de Bs por litro de leche para cada estrato.



CAPÍTULO III

CALCULAR EL PRECIO DE VENTA

3.1 Presentación

El mercado impuso una fuerte competencia en cualquier área, tanto en la prestación de servicios como en la venta de productos, por lo que los empresarios deben mantener sus precios dentro de un patrón específico para evitar perder clientes. Es recomendable no reducir demasiado los valores, ya que esto podría afectar negativamente el margen de beneficio. El desafío del gestor al establecer el precio de venta de los bienes de consumo es encontrar el equilibrio entre estos factores. ¿Cuáles son las acciones que deben tomar los empresarios para garantizar un precio estable?

3.1 El precio de un producto en la factura

Se puede calcular dividiendo el precio de venta sobre el factor de 0,87 o agregando el IVA del 14,94%, que es la alícuota del 13%.

En ciertas situaciones, es común incluir los impuestos IVA y IT, sin embargo, lo adecuado es considerar solo el IVA y el IT como gastos operativos, es decir, como costos de distribución.



La siguiente es la fórmula para calcular el precio con la factura de un producto:

$$PF = PV + I$$

Donde:

PF: Precio de factura

PV: Precio de venta (Costo + Utilidad)

I: Impuesto(s)

Ejemplo 1

La Tabla 4.1 muestra la forma de cálculo esquemática para determinar el precio de venta de \$ 114,94.

Tabla 13. El valor de la factura

MATERIAL DEBIDO	LAJOS DIRECTA	VALOR INDIC. DE FABRICA.	COSTO DE MATERIALES	COSTO DE ADMISION.	COSTO DE FINANCIAM.	OTROS CARGOS	MARGEN DE UTILIDAD	IMPUESTO (I V A)
\$ 20.-	\$ 17.-	\$ 9.-	\$ 9.-	\$ 8.-	\$ 3.-	\$ 4.-	\$ 20.-	\$ 14,94
COSTO DIRECTO \$ 47.-								
COSTO DE COMISION O DE TRANSFORMACION \$ 36.-								
COSTO DE PRODUCCION = \$ 14.-								
			COSTOS DE DEBILITACION = \$ 20.-					
COSTO TOTAL DE LA EMPRESA O COSTO BRUTO = \$ 80.-								
PRECIO DE VENTA (COSTO MAS UTILIDADES) + \$ 100.-								
PRECIO DE FACTURA O PRECIO AL PUBLICO + \$ 114,94								

Ejemplo 2

Considerando el ejercicio de con los costos por orden de

producción de 30 contenedores de aluminio, el resumen de los costos directos de producción es el siguiente:

Resumen

MP \$	4.861
MOD \$	3.511
GIF \$	2.551
TOTAL COSTOS DIRECTOS \$	10.923

Los costos administrativos ascienden a \$ 7.611 y los costos de transporte ascienden a \$ 533,8.

MIP \$	\$4.861
MOD \$	\$3.511
GIF \$	\$2.551
TOTAL, COSTOS DIRECTOS \$	\$10.923
Gastos Administrativos	\$7.611
Gastos de Distribución	\$504
TOTAL, COSTOS INDIRECTOS \$\$	\$8.115
COSTO TOTAL DE PRODUCCION \$	\$19.068
Producción	30
Costo unitario \$	\$635,60

Por lo tanto, tanto el precio de venta como la factura son iguales a:

Costo unitario \$	\$635,60
Utilidad (20%)	\$127,12
Precio de Venta	\$762,72
IVA (14,94)	\$113,28
Precio con factura \$	\$876,00

3.3. El costo de venta

En una situación económica limitada que no permite generar ganancias fácilmente, cuando aumenta la competencia, es hora de incentivar su negocio.

La “Política de precios de ventas” es una de las políticas de marketing.



Se trata del factor que tiene el mayor impacto directo en la demanda (aunque hay muchos casos excepcionales en la teoría, pero en la mayoría de los casos, la baja de los precios de venta provoca un aumento de las ventas, por lo que olvidemos las excepciones).

Debemos hacer una distinción clara entre dos tipos de negocios:

1. El cálculo de los costos incurridos hasta que se entrega la mercadería al cliente es el primer paso. (Este proceso de cálculo nos lleva a “precio-costo”.

2. La fijación del precio de venta es el siguiente paso. Se

trata de determinar la cantidad de dinero que queremos invertir en una transacción de compra o venta de bienes. El “precio de venta” que se realiza es el precio sobre el que se lleva a cabo el negocio. Se obtiene agregando el porcentaje de beneficio deseado, siempre y cuando lo permita el mercado, al costo total o técnico.

3.3.1. El precio de venta basado en los costos

Toda actividad productiva o comercial tiene como objetivo obtener un lucro o una ganancia, que generalmente se estima y prevé a partir de un porcentaje de utilidad calculado unas veces sobre el precio de venta y otras veces sobre el costo de cada artículo una vez que se determinan los costos.



¿Cuánto está dispuesto a pagar un comprador por una mercadería específica en un momento y lugar específico, considerando una serie de factores que influyen en su decisión? El precio de venta tope está definido o limitado por condiciones que resulten de la conocida «ley de la oferta y la demanda». ¿Serán los precios más altos? ¿Qué otra forma se puede utilizar el dinero? ¿Habrá una

distribución continua del producto en el futuro?, etc.)

El valor en dinero en que se estima un bien o servicio se conoce como precio de venta. Calcularás el precio de venta dividiendo el costo utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de Venta} = \frac{\text{Costo unitario total}}{1 - \% \text{ de Utilidad}}$$

Para verificar, se puede usar la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de Venta} - \text{Margen de Utilidad en bolívianos} = \text{Costo Total Unitario}$$

3.3.1.1. El precio de venta de un bien de acuerdo con los costos

Ejemplo:

a) Una empresa pionera fabrica (comercializa) un producto totalmente nuevo a un precio de 110 Bs por unidad y considera que la utilidad fijada de 30 Bs es suficiente y equivale al 30 %.

b) Debido a que somos los únicos que ofrecemos (monopolio temporal), hay poca cantidad disponible. Podríamos pedir 300 Bs por unidad, generando una ganancia de 130 Bs por unidad.

Señores lectores, es posible que algunos se pregunten: “¿No es exagerado ganar el 210%?” ¡Tranquilo! Miremos lo que sucede después.

Otros negocios se dan cuenta debido a su gran ganancia de la necesidad de producir la misma mercancía innovadora que se vende como pan caliente. Como

resultado, la oferta aumenta y posiblemente disminuye la demanda (saturación), llegando a un precio de venta de 95 Bs por unidad. Los que producen a un precio superior a los 80 Bs. por unidad no logran su meta de “ganancia”, sino que tienen pérdidas y dejan de producir si no quieren entrar en bancarrota. Por supuesto, la empresa pionera ya tiene un nuevo producto que le permite tener un monopolio temporal en el mercado.

Por lo tanto, el desafío del empresario es:

1. Provocar con los costos más bajos posibles (controlar los costos).

2. Investigar productos con un alto valor de uso para el usuario o aumentar el valor utilitario de productos existentes para que sean preferidos por el comprador, principalmente mediante mejoras en la calidad. Se debe luchar contra el contrabando de la misma manera.

3. Hay que reconocer que existe un precio de venta establecido por la ley de la oferta y la demanda implica que hay momentos, como el actual, en los que la ganancia es mínima, lo que requiere una política de precios extremadamente flexible.

3.3.1.1. Fijación del Precio de Venta

Cuando la oferta representa un producto atractivo de buena calidad, buena presentación, una novedad en el mercado, de fácil manejo en el uso y siempre considerando productos competitivos y sustitutivos, pero

sobre todo cuando es atractivo en su precio, es decir, cuando el producto representa una relación entre “valor total” y su precio que nuestro comprador considera muy favorable para él “mucho producto por poca plata”, nuestro comprador estará dispuesto a gastar un monto.



Como resultado, como vendedores, nos encontramos en una posición ventajosa: el comprador se encuentra atraído, desea nuestro producto y acepta nuestro precio alto.

Como resultado, dentro del “marketing” debemos hacer todo lo posible para incrementar este atractivo, como variación del producto, mejora de la calidad, empaques útiles y atractivos y beneficios adicionales para el usuario; en definitiva, debemos crear un fuerte deseo de compra de nuestro producto.

Casi siempre se trata de hacer que nuestro producto, siendo, sea más atractivo. Queremos disponer de un gran potencial preferencial para poder actuar como un pequeño “monopolista” en ciertos límites.

Considerando que hemos logrado establecer una posición ventajosa en el mercado (o sea, tener un gran potencial preferencial), podemos imponernos con un precio elevado en las negociaciones, lo que nos permitirá obtener una mayor ganancia deseada.

3.0.0.0.1. Fijación de precios basada en valor

La fijación de precios basada en el valor se basa en las percepciones de los compradores sobre el valor en lugar de los costos del vendedor. La fijación de precios basada en el valor significa que un comerciante no puede crear un producto y un plan de marketing antes de comenzar a hacerlo.

Las marcas líderes en los mercados premium y de lujo (no mezclar con otras) en todo el mundo aportan valor suficiente a sus productos para que puedan implementar este tipo de estrategias de precios. BMW, Mercedes y Ralph Lauren son ejemplos de marcas premium. Entre ellos se encuentran relojes de lujo como Rolex, Rolls Royce, Ferrari, Gucci y Chanel.

Se puede considerar que los productos premium no necesariamente se fabrican en Bolivia.



3.3.1.2.2. Ajustar los precios de venta en función de la competencia

Los clientes evalúan el valor de un producto en función de los precios que cobran sus competidores por productos similares. La fijación de precios de tasa vigente es una forma de fijación de precios basada en la competencia en la que una empresa se basa principalmente en los precios de sus competidores y presta menos atención a los costos o la demanda. La empresa puede cobrar la misma cantidad o incluso más que sus principales competidores.

Los precios de las bebidas Coca-Cola y Pepsi-Cola son el ejemplo más evidente en Bolivia.



3.3.2 El costo de venta de un servicio

Como hemos visto, poner un precio a un servicio es algo subjetivo. Sin embargo, si sabes qué dos métodos básicos puedes usar, será más fácil determinar el precio de venta de cualquier servicio.

El tipo de negocio, los clientes y la competencia determinarán la mejor opción.

3.3.2.1. Un aumento en los costos

Este método consiste básicamente en calcular primero cuánto cuesta producir, promocionar y preparar tu servicio para la venta, luego agregar una cantidad adicional que represente el margen de beneficio deseado.



También estarían incluidos los gastos relacionados con tu negocio, como el alquiler, el internet, los autónomos, los impuestos, el marketing y la publicidad, entre otros, en el precio de costo.

Además, debe incluir los costos de materiales, los costos laborales de empleados o colaboradores que pueda tener y, por supuesto, su tiempo.

Con este modelo, lo que consigues principalmente es conocer cuál es la línea límite sobre la que debes fijar tus precios y cuantos clientes vas a necesitar por servicio

para poder “cubrir gastos”.

Por lo tanto, su servicio no será rentable si sus tarifas están por debajo del costo de ventas.

Y si todos los productos o servicios digitales que vendes están por debajo de esta categoría, su empresa no será sostenible.

Este modelo es el más simple y sencillo, pero no tiene en cuenta la perspectiva de su cliente, su imagen o su posición en el mercado.

3.3.2.1. Valor basado en el precio

Este modelo se enfoca principalmente en la satisfacción de su cliente y responde a dos preguntas importantes sobre él:

¿Está dispuesto a pagarlo?

¿Está dispuesto a pagar?



El valor que ofreces, en lugar de solo lo que cuesta producir o prestar un servicio como en el modelo anterior, es lo que determina el precio de esta estrategia.

Aquí, el precio que crees que tus clientes están dispuestos a pagar teniendo en cuenta los beneficios

reales y tangibles que recibirán es lo más importante.

Con el precio, debe asegurarse de que la venta de un servicio cubra todos los gastos mencionados anteriormente y cumpla sus objetivos de lucro.

Este método puede ser muy rentable y atraer a clientes potenciales solo por el precio, pero también puede atraer a nuevos competidores.

¿Cuál es entonces la mejor opción?

Veamos qué debes tener en cuenta antes de elegir un modelo.

Siete cosas que debes considerar al calcular el precio de venta de un servicio.

1. Comprensión de los costos y su impacto en los precios

Si ofrece una variedad de servicios con una variedad de características, debe tener en cuenta que cada uno tiene sus propios costos y debe tratarse de manera independiente.

De esta manera, al analizar los costos de cada servicio, puede ajustar los precios para maximizar el beneficio y eliminar los servicios que no sean rentables.

2. El costo de su competidor

Es su responsabilidad investigar las estrategias de precios de los competidores para determinar un rango de precios para calcular sus tarifas.

Por lo tanto, debes realizar una investigación de mercado para descubrir quién ofrece servicios similares.

- ¿Es este servicio superior o inferior a tu servicio?
- ¿Cuál es la percepción de sus clientes?
- ¿Qué te distingue de tus competidores?

Puede elegir en qué lugar quieres posicionarte en comparación con ellos una vez que tenga las respuestas, es decir, si quieres ser una alternativa de gama alta para alguien que está en la gama baja del mercado o a la inversa.

3. Varias opciones diferentes con diferentes precios

Puede ofrecer una variedad de servicios an una variedad de precios.

Siempre es mejor ofrecer a los clientes una variedad de opciones y, por lo tanto, cubrir una variedad de niveles de precios para diferentes tipos de clientes.

Por ejemplo, puedes ofrecer servicios básicos a precios muy asequibles, servicios más avanzados a precios medios y servicios premium a precios más altos.

Esta estrategia no solo te permite abarcar diferentes cuotas de mercado, sino que también te permite mostrar a tu cliente todo lo que puedes ofrecer.

4. La calidad de los servicios que brindas

La calidad es fundamental para el éxito de cualquier empresa y, sin duda, debe ser competitiva con su precio.

Pero, ¿qué tan bueno es un servicio?

Como hemos visto, un servicio es algo intangible, pero cuando brindas una experiencia de usuario excepcional, agregas valor a tu oferta.

¡Eso es excelente!

Porque seguramente habrás ganado un cliente para toda la vida cuando los resultados que das a tus clientes y la experiencia que este cliente tiene contigo y con tu empresa son positivos.

Por el contrario, una mala calidad puede arruinar su clientela para siempre.

5. Beneficios para el consumidor

Estos son los beneficios que cualquier cliente de tu empresa puede esperar en relación con la calidad de los servicios que brindas.

Es sorprendente cómo muchos negocios y profesionales pasan por alto los beneficios de su oferta.

Dejan de lado lo más importante: cómo va a beneficiar a sus clientes, aunque siempre mencionan cómo es o qué características tiene.

Un beneficio es un término que se refiere an una utilidad o ventaja que tu cliente considera valiosa para él.

Porque el objetivo de tu cliente es resolver un problema o necesidad.

Y cuando conoces a la perfección a tu cliente ideal y centras tu atención en ayudarlo, sabes perfectamente qué quiere y de qué manera puedes hacerlo.

6. Seguridad

Para vender, debes ganarte la confianza de los potenciales clientes.

Las personas no compran an aquellos en los que no tienen confianza.

De hecho, cuando percibes que alguien a quien no conoces se acerca a ti con la sola intención de venderte algo, piensa en tu reacción.

Lo más probable es que hayas puesto una barrera y lo hayas rechazado rápidamente.

Afortunadamente, establecer una relación y ganarse la confianza de sus clientes es fácil.

Por ello, tu preocupación principal debe centrarse en cómo vas a crear esa conexión con tu cliente y cómo vas a lograr que confíe en ti.

El objetivo es que te vean como la solución a lo que buscan y que te conviertan en su prioridad principal.

7. Poder

Finalmente, pero no menos importante, está tu autoridad.

¿Eres experto en tu campo? ¿Eres el mejor en lo que haces?

Porque debes dar un paso más adelante y luchar por ser el mejor en lo que haces si quieres establecer el precio de tus servicios y obtener una alta rentabilidad.

La gente está dispuesta a pagar por los expertos y escucharlos.

3.4. Practicas de implementación

1. Vemos en un anuncio publicitario de un automóvil que el precio final de un automóvil es de US\$ 36.000. Sin embargo, ignoramos el hecho de que un porcentaje de IVA (en este caso de 4.846 US\$) que va directamente a los Impuestos Internos ya está incluido. El concesionario de automóviles gana US\$ 32376 por esta venta, lo que aumenta el valor y el precio del automóvil debido al IVA.

Todas las cosas que compramos en nuestro día a día tienen este caso. (Electronics, clothing, food, etc...). ¿Está bien? Argumente su respuesta.

2. En el mercado informal, Salito vende poleras (remeras, camisetas) personalizadas a 95 rupias cada una, por lo que no emite factura.

Las poleras son fabricadas por Salito, pero esto implica algunos gastos externos. El diseño no está en su poder y

la serigrafía está hecha por un proveedor. Ninguno de ellos presenta informes financieros. Producir una polera cuesta Bs. 75.

En apariencia, Salito tiene un negocio rentable, ya que obtiene un margen de Bs.15 por cada polera vendida. Es importante recordar este número.

Salito quiere crecer y obtiene un contrato de una empresa que le ha hecho un gran pedido, pero debe emitir factura. ¡Entonces se pone en marcha! Abre su NIT, registre su empresa en MEJIAEMPRESA, abre una cuenta corriente en un banco y ¡listo! está listo para ingresar a la economía “formal”.

Problema: Sumar el 15% parece apropiado. Mi precio de venta es de Bs.227 y tengo que pagar el 15% de impuestos porque vendo algo en Bs.90. Pero hay un detalle significativo. Salito emitirá una factura de Bs. 227, lo que significa que debe restarse el 15% del precio de venta facturado.

Por lo tanto:

$$[\text{Precio de venta con factura}] - \left[\frac{\text{IVA}}{\text{IT}} \right] = [\text{Precio real}]$$

$$[\text{Bs. 227}] - [(\text{Bs. 227}) \cdot 0,15] = \text{Bs. 192,25}$$

Además, teniendo en cuenta que Salito tiene un costo de Bs. 75, su “ganancia” es de Bs. 18,55, lo que es 3,67 menos de lo que esperaba.

Si el análisis es correcto, debe justificar su respuesta.

3. La panadería “My Progress” debe determinar el precio de venta por kilogramo producido (4.316), los costos son los siguientes:

ITEM	\$
Materiales	9.622
Mano de Obra	21.000
Gastos Indirectos de Fabricación	7.300
COSTO DIRECTO TOTAL	37.922
Gastos Administrativos	1.254
Gastos de Comercialización	4.216
COSTO INDIRECTO TOTAL	5.470
COSTO TOTAL	43.392

Porque la ganancia esperada del propietario de la panadería es igual al 10%, el precio de la factura es:

Item	\$
COSTO SUBTOTAL	43.392
Utilidad 10%	4.339
COSTO TOTAL	43.396
Cantidad Producida Kg	4.316
Precio de Factura \$/Kg	10,82

4. Compras un televisor que cuesta Bs. 3.000 en una tienda de electrónica. Es necesario aplicar un impuesto del 13,82% como producto con IVA.

Por lo tanto, el precio total del televisor es de Bs. 3194.17, con IVA de Bs. 319,17.

En este caso, el propietario de la tienda habrá ganado Bs. 3000 a través de la venta, y los Bs. 319.17 restantes

deben pagarse an Impuestos Internos. Argumente por su respuesta.

5. Una empresa que vende capuchas para jovenes tiene un costo de 80.000 unidades.

	Fijos \$	Variables \$	Total \$
Material directo	0	180.000	
Mano de obra directa	0	100.000	
Gastos de fabricación	237.000	90.000	327.000
Gastos de administración	29.000	10.000	39.000
Gastos de comercialización	65.000	15.000	80.000
	94.000	20.000	114.000
			690.000
Los costos unitarios son:			
Material directo		3	
Mano de obra directa		2	
Gastos de fabricación		2	
		7	
Gastos de administración		0,4	
Gastos de comercialización		0,9	
		8,3	

a. Calcule el precio de venta utilizando el costo unitario total.

6. Describa los principales factores que afectan el precio.

7. ¿Por qué uno de los factores que influyen en las decisiones de precio es el cliente?



CAPÍTULO IV

CONTROL ESTRATÉGICO DE COSTOS

4.1 Gestión Estratégica de Empresas

En un mercado tan competitivo, es esencial que los gerentes estén bien informados para que puedan tomar decisiones comerciales que se ajusten a la estrategia de la empresa. No obstante, para comprender mejor la importancia real de la gestión estratégica, es esencial comprender primero el concepto de estrategia:

Una estrategia es un conjunto de componentes y recursos que se utilizan para lograr los objetivos deseados. Está alineado con una visión futurista de las empresas y, por lo tanto, se enfoca en el diferencial competitivo para expandirse. En otras palabras, la estrategia se refiere a la forma en que se diseñan, ejecutan y gestionan las acciones, no al lugar en el que se pretenden alcanzar: el objetivo en si

Figura 4. Estrategia Comercial



En pocas palabras, la gerencia estratégica es

responsable de llevar a cabo lo que se estableció en el planeamiento estratégico.

4.2. Gestión de Costos Estratégicos

Los gerentes utilizan estrategias que solo funcionan a corto plazo, pero que a mediano y largo plazo pueden poner en riesgo la supervivencia de su empresa para reducir los daños causados por las crisis financieras y el uso de los recursos.

Como resultado, las empresas deben considerar la gestión de costos estratégicos como una ventaja competitiva.

Esta es una cuestión de supervivencia en el mercado porque los procesos mal pensados y no preparados al analizar los datos y toda la cadena de valor terminan convirtiéndose en problemas en lugar de herramientas que aseguran el funcionamiento y la salud de las empresas.

4.3. ¿Qué es la gestión de costos estratégicos?

La gestión estratégica de costos se refiere a la visión global y continua de las diversas actividades que componen la cadena de valor de una empresa. Esto ayuda a encaminar las capacidades internas de la empresa y proyectarlas sobre el entorno externo, buscando información para la aplicación prolongada de sus actividades. Los costos se han convertido en un instrumento de toma de decisiones estratégicas porque se utiliza para crear ventajas competitivas sostenibles,

mejorar la calidad de los productos y aumentar la eficiencia de los procesos.

Tres elementos fundamentales de la gestión estratégica de costos son necesarios para llevar a cabo el trabajo con este sistema: la Cadena y el Sistema de Valor, los Generadores de Costos y la Competitividad y el Posicionamiento Estratégico. La figura 5 muestra la lógica que se propone para analizarlos, llegando al final a la base del criterio que sostiene que los elementos estructurales de la gestión estratégica de costos (Gestión Estratégica de Costos)

Figura 5. Gestion de costos estrategicos



4.4 Análisis de la posición estratégica

La gestión estratégica de costos se refiere a la visión global y continua de las diversas actividades que

componen la cadena de valor de una empresa. Esto ayuda a encaminar las capacidades internas de la empresa y proyectarlas sobre el entorno externo, buscando información para la aplicación prolongada de sus actividades. Los costos se han convertido en un instrumento de toma de decisiones estratégicas porque se utiliza para crear ventajas competitivas sostenibles, mejorar la calidad de los productos y aumentar la eficiencia de los procesos.

“Organizar la información para que la empresa mantenga la competitividad, logrando la mejora continua de productos y servicios de alta calidad que satisfagan a los clientes y a los consumidores al menor precio” es el primer objetivo de la gestión estratégica de costos. El objetivo se logra mediante el diseño y la aplicación continua de una combinación productiva o cadena de valor de todas las características que agregan valor a los bienes y servicios que ofrece una empresa.

Cuando Porter publicó su obra *Estrategia Competitiva* en 1980, el término estrategia alcanzó su punto máximo. La forma en que una empresa compete, es decir, el conjunto de objetivos que una empresa busca en el mercado y las políticas necesarias para alcanzarlos, se denomina estrategia competitiva por Porter.

Igualmente, destaca tres métodos relacionados directamente con la gestión estratégica de costos para desempeñar una gestión superior a la de otras empresas

del sector:

- El liderazgo en costos se logra utilizando las economías de escala y reduciendo los costos.
- Diferenciación del producto o servicio, en este caso, el producto o servicio debe tener características que lo hagan percibir como único en el mercado.
- Distribución de la demanda a través de líneas de productos, áreas comerciales, grupos de clientes, etc.

Figura 6. Estrategia Competitiva de M. Porter



Según Shank y Govindarajan, la gestión estratégica de costos es una combinación de tres temas principales: análisis de la cadena de valor, causales de costos y posicionamiento estratégico. En cada uno de ellos, los costos se analizan de manera organizada y se proporciona información relevante para mantener la competitividad de la empresa al lograr la mejora continua de productos y servicios de alta calidad que satisfagan a los clientes y

a los consumidores al menor precio posible.

Se considera que los siguientes elementos deben ser considerados para el análisis:

“Organizar la información para que la empresa mantenga la competitividad, logrando la mejora continua de productos y servicios de alta calidad que

Tabla 14. Analisis Aspectos Estrategicos de Costos

Aspectos	Portabilidad			Debilidad			Impacto		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1. Atraer y retener colaboración creativa en el proceso de producción (innovación)									
2. Responsabilidad en el manejo de la cadena de suministro									
3. Velocidad a la respuesta de las condiciones del mercado									
4. Agresividad para enfrentar a la competencia									
5. Efectividad en el control de la calidad									
6. Desarrollo de innovación en el producto									
7. Disponibilidad de materia prima e insumos									
8. Determinar de costos reales									
9. Reducción de costos por nivel de tecnología									
10. Lealtad y satisfacción del cliente									
11. Disponibilidad para calidad									
12. I&D para desarrollar nuevos productos									
13. Buen desempeño en la línea de producción									
14. Respuesta al cambio de la tecnología									
15. Integración y coordinación de todas las áreas de producción									
16. Competencia por precios									
17. Estabilidad de costos									
18. Considerar a los costos como ventaja competitiva									
19. Disponibilidad de recursos humanos									
20. Conservación y control personal									

4.4.1.1. Paradigmas de producción emergentes

La nueva revolución es fundamentalmente colaborativa y en tiempo real, y depende de nuestra habilidad para colaborar y aprovechar al máximo los recursos propios y ajenos. Es una revolución que borra las fronteras entre lo real y lo virtual, así como entre lo que pertenece a otros o lo que es nuestro. La selección de socios comerciales se basará en nuevos factores y el costo será solo uno.

La base de estos nuevos paradigmas de producción es un conjunto de tecnologías innovadoras que se componen de conocimientos y experiencias aplicables al diseño y fabricación de bienes y servicios. “Su objetivo principal es hacer que un producto o servicio sea más competitivo al tener un bajo costo de fabricación, ser entregado en el momento oportuno, aumentar su confiabilidad en la operación o brindar la solución a un problema específico del cliente”.

En las empresas, la producción es un componente clave de la estrategia, dirigida a vencer la competencia mundial al formar parte integral de las estrategias competitivas. Esto se debe al hecho de que la incorporación de procesos de manufactura integrados a la computadora ha cambiado la estructura de costos, al aumentar los costos indirectos de fabricación por el aumento de la inversión en maquinaria y equipos. Por lo tanto, la expresión de la estrategia empresarial se vincula de algún Los términos productividad, rentabilidad, reestructuración y reorganización están estrechamente relacionados.

4.4.2 Género La Cadena de Valores

4.4.2.1. La Cadena de Valor

En Estrategia Competitiva (1980), Michael Porter desarrolló la idea, que se basa en que cada empresa debe crear una ventaja competitiva continua basada en el costo, la diferenciación o ambas cosas.

El análisis de la cadena de valor comienza reconociendo que cada empresa o unidad de negocios es “una serie de actividades que se llevan a cabo para diseñar, producir, comercializar, entregar y apoyar su producto”. Los administradores pueden obtener una ventaja competitiva duradera para la empresa analizando cada actividad de valor por separado.

Dado que la eficiencia y eficacia de cada una de las actividades afecta el éxito de la empresa en su estrategia, los administradores operan con los elementos esenciales de su ventaja competitiva al identificar y analizar las actividades de valor de la empresa.

Podemos dividir las actividades en dos categorías: primarias y de apoyo. La logística interna, las operaciones, la logística externa, el marketing y el servicio son los primeros. Podemos imaginar esta serie de actividades como una corriente de actividades relacionadas, empezando por la llegada y el almacenamiento de materias primas o insumos para los procesos de producción, su transformación en productos finales que se expiden, las actividades de comercialización y

venta para identificar, alcanzar y motivar a los clientes o grupos de clientes y las actividades de servicio para brindar apoyo al cliente y/o al producto después de la compra.

Figura 7. Cadena de Valor de M. Porter



Como su nombre lo indica, las actividades de apoyo brindan un apoyo general y especializado a las actividades primarias. La administración, los recursos humanos, el desarrollo tecnológico y la infraestructura son los siguientes.

Es importante considerar estas funciones como actividades comerciales, ya que sin ellas no existiría una organización. Junto con su relación con las principales, conforman el análisis de la cadena de valor, una herramienta para la formulación de estrategias que requiere que los administradores no solo analicen por separado cada actividad de valor con todo detalle, sino que también analicen las conexiones cruciales entre las

actividades internas.

Este método es diferente al de la contabilidad tradicional, que se basa en el concepto de valor agregado, que busca maximizar la diferencia entre compras y ventas. En otras palabras, el valor agregado enfoca su atención en las operaciones internas de la empresa, que comienzan con las compras de proveedores y terminan con las ventas. La gerencia estratégica de costos nos explica que la empresa pierde una serie de ventajas y oportunidades al establecer un enfoque tan limitado como el valor agregado. Esto comienza antes de la compra y termina después de la venta al cliente.

Los métodos y sistemas de costos actuales utilizados por las gerencias territoriales no son adecuados para controlar el aumento de los gastos, principalmente los indirectos. El costeo ABC aborda este problema dentro de los elementos esenciales de la Gestión Estratégica de Costos.

4.4.2.2. Metodología de Costos y Cadena de Valor

Los siguientes son los pasos fundamentales para construir una cadena de valor:

1. Determinar la cadena de valor de la empresa
2. Distribuir los gastos, los ingresos y los activos para las actividades que generan valor
3. Determinar los factores de costos que controlan cada actividad de valor.

Ejemplo:

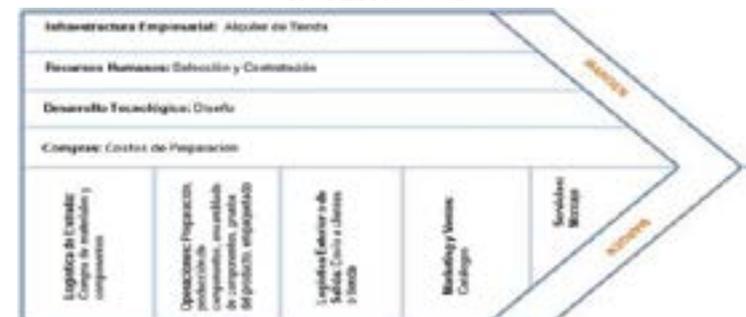
La clasificación de costos y gastos por actividad de la fábrica de muebles Interwood, utilizando el ejemplo de costos ABC, es la siguiente.

Tabla 15. Gastos por Actividad, \$

Actividad	Tasa Estándar C = A/B (\$)	Uso de Actividad D	Costo Asignado a la Actividad C*D	Porcentaje
Producción de componentes	92.53	320	29,608	18.6%
Ensamblado de componentes	61.57	350	15,338	9.7%
Empaquetado	42.62	150	6,394	4.0%
Envío	46.45	150	6,937	4.4%
Costos de preparación	130.18	15	1,953	1.2%
Diseño	123.13	70	8,619	5.4%
Prueba del producto	48.47	22	1,066	0.7%
Alquiler	0.75	15,600	11,700	7.4%
Catálogos	1.5	1,000	1,500	0.9%
Sub Total			83,168	
Costo de mano de obra			15,600	9.8%
Materiales directos			25,000	15.7%
Componentes comprados			35,000	22.0%
Total			158,768	100.0%

La siguiente es la cadena de valor:

Figura 8. Cadena de Valor de mueblería INTERWOOD



Según la clasificación de costos por actividad de la cadena de valor, los siguientes son:

Figura 9. Costo Total de la Cadena de Valor de Mueblería INTERWOOD, En \$



El costo basado en actividades total del pedido fue de \$ 157.768.

La factura debe aumentar a \$ 198.460, que es \$ 157.768 multiplicado por 1,25, con un margen de \$ 39.692.

4.4.3.2. Mapa de Actividades

Mapa o estado que muestra una imagen completa de todas las actividades de una empresa. Las actividades se recopilan en un catálogo o inventario, donde se proporciona una descripción detallada de las actividades, una codificación, una conexión con el proceso o centro correspondiente de la empresa en la que se desarrollan, una descripción de sus inductores de costos, etc. Esto sirve como herramienta fundamental de información para la gestión basada en actividades (ABM).

4.4.2.3.1. Elaboración de un Mapa de Actividades

Paso 1: Establecer las partes interesadas

Todo individuo, grupo o población que puede ser afectado (o percibirse como afectado) o afectarnos a nosotros se conoce como parte interesada.

Hacer una lista de sus partes interesadas: accionistas, proveedores, clientes, etc.

Será adecuado organizar las actividades según el tipo de organización, aunque en la mayoría de las empresas es suficiente mencionar “clientes y partes interesadas”.

Paso 2: Determine los tipos de tareas que realiza en tu empresa.

Los desarrolla en el paso 2 y el paso 3.

Los tipos de tareas ya están establecidos en las organizaciones o los defines usted mismo. Aquí, lo importante es que la clasificación que definas tenga sentido y permita comprender el ordenamiento de tu mapa.

A pesar de que es cierto que ciertas clasificaciones estándar son apropiadas para la mayoría de las empresas en función de su naturaleza empresarial. Las que son más comunes son:

- Logística dentro
- Contabilidad
- Administrar la gestión de la logística externa

- Marketing, Comercio
- Servicios post-venta

Paso 3: ¿Qué actividades realiza tu organización?

¿Qué sucede cuando un consumidor o parte interesada solicita un producto? ¿Cómo se produce el bien o servicio?

Este tipo de cuestiones te permitirá identificar los recursos y los costos por actividad para un producto, como se muestra en la siguiente figura.



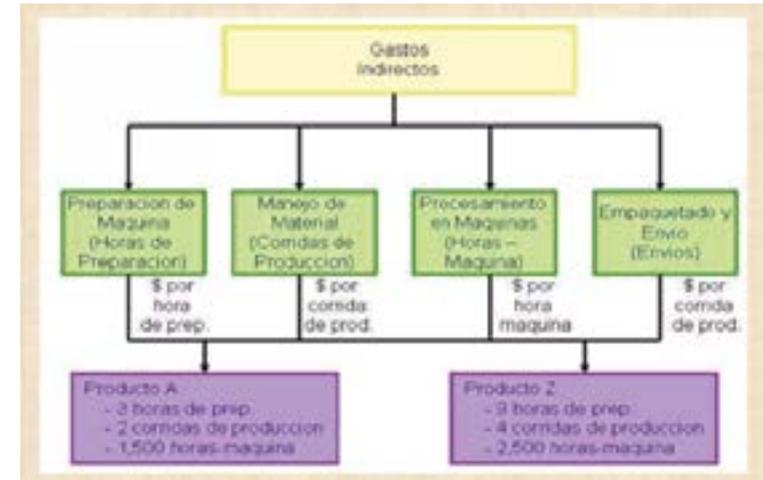
Paso 4: Cree el mapa de actividades.

Después de establecer los recursos y los costos por actividad, el siguiente paso es crear el mapa. Aunque ya mencionamos una variedad de ubicaciones según la clasificación de cada actividad y recurso, el mapa de actividades puede ser cuadrado, triangular o circular.

El mapa de actividades de los gastos indirectos de

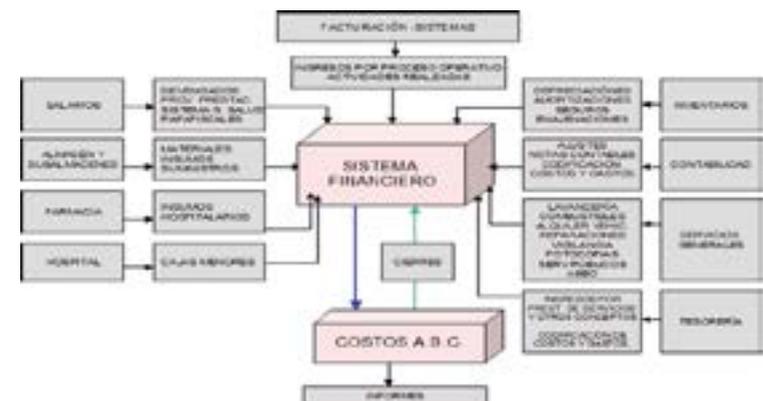
fabricación de producción se muestra ahora.

Figura 11. Mapa de Actividades de los GIF



En este caso, analizaremos el mapa de actividades de un hospital.

Figura 12. Mapa de Actividades de un Hospital, Según Costos ABC



4.4.3 Factores de Costo

Objetivo: determinar el costo del producto identificando los factores costosos.

4.4.3.1. Identificar las causas del costo

Después de establecer las relaciones entre las actividades principales y auxiliares, se determinarán los causales o inductores del costo para cada actividad. En este paso, es crucial establecer claramente la distinción entre la unidad de actividad y el inductor de costo. El inductor del costo es la variable que provoca el nivel de costo alcanzado. Por el contrario, la unidad de actividad representa el efecto y se relaciona con el resultado del proceso; es decir, con el servicio o producto final, y determina o trata de medir el efecto, determinando las variaciones en la estructura de costo de una actividad. Si no se pueden determinar los inductores del costo, se buscarán criterios de reparto o distribución entrevistando a expertos con una amplia experiencia en el proceso, en este caso concentrados en el grupo de gerencia estratégica. Se recomienda la siguiente tabla.

Este paso comienza con la identificación de los gastos previamente registrados por la contabilidad en la información primaria emitida por el área contable de cada unidad económica donde se lleva a cabo el proceso productivo. Luego, se clasifican de acuerdo a su relación con la producción en directos e indirectos. Como se muestra a continuación, se puede procesar la información en una tabla.

4.4.3.2. Acciones

Para distribuir o asignar los gastos indirectos ya identificados entre las actividades, primero se deben establecer criterios de reparto para cada uno de los componentes. Se propone utilizar dos tablas: la primera para definir dichos criterios, y la segunda para distribuir los gastos indirectos entre las actividades auxiliares y principales, como se muestra a continuación.

Después de distribuir los gastos indirectos entre las actividades principales y auxiliares, se asigna el costo de las actividades auxiliares a las principales utilizando los inductores de costo o criterios de reparto que ya se han establecido. Para el procesamiento de datos, es mejor utilizar una tabla con columnas para las actividades auxiliares y filas para las actividades principales.

Los costos asignados directamente a cada una de las actividades principales son los primeros a tener en cuenta para determinar el costo total asociado a cada una de las actividades principales, y luego los costos de las actividades auxiliares que se le han imputado anteriormente.

Las actividades principales, los costos asignados directamente, los costos asignados a las actividades auxiliares y el costo total se pueden incluir en una tabla con cuatro columnas.

4.5. El proceso de gestión estratégica de costos

El procedimiento tiene sus bases teóricas y prácticas en una extensa y exhaustiva revisión de la literatura sobre el tema, que incluye documentos actuales.

Figura 13. Procedimeinto gestion estrategica de costos
\$

PROCIMIENTO GESTION ESTRATEGICA DE COSTOS		
GENERACION DE VALOR	CAUSALES DE COSTO	POSICIONAMIENTO ESTRATEGICO
1. Establecer el grupo de trabajo de gestion estrategica de costos. 2. Determinar las tareas que reducen valor. 3. Crear una cadena de valor 4. Desarrollar un mapa de actividades	5. Identificar las causas del costo. 6. Repartir o asumir los gastos indirectos.	7. Calcular el costo total y unitario del producto. 8. Determinar su posicion en el mercado .

4.5.1. La posición estratégica de la empresa

Objetivo: determinar cómo la empresa se ubicará en el mercado.

El costo de producir una unidad de producto terminado utilizando la filosofía ABC se puede comparar con el costo de producir el método tradicional.

El análisis estratégico se basa en ideas sobre la visión, la misión, los objetivos y las estrategias. Sirven como base para la creación de controles y la posibilidad de obtener ventajas competitivas duradera. Las decisiones sobre la cadena de valor y la estrategia para obtener una ventaja competitiva afectan el control gerencial. Esto se

debe a la estrategia y la misión seleccionadas. En otras palabras, los costos del diseño del producto deberán ser una herramienta crucial para una empresa cuya misión está definida dentro del marco de un mercado maduro, con productos no diferenciados y con una estrategia de liderazgo en costos.

4.5.1.1. Cálculo del Costo del Producto Total y Unitario

El costo total y unitario de un producto se compone de la suma de los costos directos (asignados directamente a los productos) y de los costos indirectos (asociados a las actividades principales), lo que da como resultado el costo en que se ha incurrido en la fabricación del producto mencionado anteriormente. Los inductores de costo, que se describen en el paso 3, se utilizan para imputar los costos de las actividades principales al producto. Estos inductores se calculan con el objetivo de calcular su costo unitario a partir de dividir el costo total de cada actividad principal entre el total de su correspondiente inductor o causal del costo de la actividad en cuestión. Para calcular el total del inductor, es crucial usar una tabla de cuatro columnas que incluya las relaciones de las actividades principales, los inductores elegidos para cada actividad principal, el total del inductor y el costo unitario.

Se recomienda utilizar una tabla de dos columnas para determinar el costo total del producto. La primera columna enumera los gastos y los puede mostrar

clasificados por su incorporación al producto (costo directo o costo indirecto) o por su naturaleza económica (costo del material directo, costo de mano de obra directa y costo de actividades).

La división del costo total obtenido entre las unidades producidas dará el costo de producir una unidad de producto terminado. Se recomienda representarlo en una tabla (11) con tres filas y tantas columnas como se desee calcular los costos unitarios; una fila contiene el costo total del producto que se determinó en el paso anterior, la segunda fila contiene el número de unidades producidas y la tercera fila contiene el costo total de producir una unidad de producto.

4.5.1.2. Establecer una posición en el mercado

Objetivo: determinar cómo la empresa se ubicará en el mercado.

El costo de producir una unidad de producto terminado utilizando la filosofía ABC se puede comparar con el costo de producir el método tradicional.

En este caso, el análisis debe enfocarse en la importancia del costeo por actividades en su eficacia para acumular costos y en la gestión de actividades que contribuyan al uso eficiente de los recursos, lo que permite analizar los siguientes aspectos:

- ¿Qué tareas requieren más recursos?
- ¿Cuál es el costo del producto para cada área de

responsabilidad?

- ¿Cuál es el costo de cada etapa del proceso de producción de un producto?

Después de realizar esta comparación, se considera factible comparar el costo de las producciones de la entidad objeto de estudio con sus similares en el país o una región específica. Esto revelará la posición de la empresa en cuanto a la diferenciación de costos en comparación con sus similares.

Para tomar acciones ofensivas o defensivas y poder enfrentar con éxito a las fuerzas competitivas, este análisis ayuda a definir las reservas existentes en cuanto a la disminución de costos, relacionando a la empresa con su medio ambiente.

4.6. Gerencia Estratégica de Costos:

“La Gerencia Estratégica de Costos es un proceso cíclico, continuo, de formulación de estrategias, comunicación de estas estrategias, desarrollo y aplicación de tácticas para su implementación, y desarrollo y establecimiento de controles para garantizar el éxito de las etapas anteriores. Por lo tanto, la información contable se utiliza para cada paso de este ciclo.

Las resoluciones que se tomarán en el futuro, ya sea cercano o lejano, deben basarse en información. La información obtenida de sistemas es necesaria para la toma de decisiones tanto a nivel gerencial como

operacional. Esta información puede ser utilizada para crear pautas y criterios que, una vez reunidos y sistematizados, permitan orientar las acciones hacia el futuro.

Se han creado varios métodos y estrategias basados en esta noción macro para resolver en parte la opción planteada y enfocarse en la recopilación de información, que es fundamental para la toma de decisiones.

La gestión estratégica de costos (GEC) y su enfoque son muy distintos porque incorporan el tema estratégico dentro del ámbito de los costos, lo cual es nuevo. Las empresas deben tener conocimiento de los costos para poder competir en el entorno cambiante actual. Esto les permitirá tomar decisiones estratégicas y operativas adecuadas. La alta dirección y la gerencia de una empresa dependen de este tipo de información para maximizar su rendimiento. La GEC destaca por su importancia en la administración de la información de costos para tomar decisiones que aumenten el valor de la empresa, lo que la convierte en una herramienta útil para la gestión empresarial.

Se sugiere un enfoque para la gestión estratégica de los costos basado en las actividades que considera las tres líneas generales o temáticas (etapas) necesarias para una gestión efectiva de los costos basado en las actividades, pero especifica cómo se llevará a cabo cada una de las etapas de manera distinta según el tipo de

entidad a la que se aplicará. La siguiente figura muestra los componentes de la gestión estratégica de costos.

Figura 14. Gerencia Estratégica de Costos



4.7. Análisis de aspectos contables y estratégicos

A través de un análisis de los elementos fundamentales del paradigma del costo estratégico en comparación con la contabilidad gerencial, se pueden observar los niveles de ruptura de estos y las tareas importantes que involucra el ABC como parte de la Gerencia Estratégica de Costos.

	El modelo de contabilidad de gestión	El modelo de contabilidad estratégica de costos
	Dependiendo de los productos, los clientes y las funciones.	En función de las distintas etapas de la cadena de valores en la que participa la empresa.
¿Cuál es el método más efectivo para analizar costos?	Con un enfoque estrictamente interno	con un enfoque fuertemente orientado hacia el exterior.
	Un concepto fundamental es el valor agregado.	El concepto de valor agregado se considera muy limitado.

¿Cuál es el propósito del estudio de costos?	Tres objetivos se aplican sin considerar el contexto estratégico: mantenimiento de registros, administración excepcional y resolución de problemas.	A pesar de que los tres objetivos siempre están presentes, el diseño del sistema de gestión de costos cambia significativamente según la ubicación estratégica de la empresa, ya sea en una estrategia de liderazgo en costos o de diferenciación de productos.
¿De qué manera podemos tratar de comprender el comportamiento de costos?	El costo puede ser variable, fijo, escalonado o combinado según el volumen de producción.	El costo es un resultado de las decisiones estratégicas sobre el plan de competencia y las habilidades de gestión para llevarlas a cabo, así como de las causas estructurales y de ejecución de costos.

4.8. Practicas de implementación

1. Valderrama Club está en España. Es un campo de golf de primer nivel con 360 habitaciones de lujo, un centro de entretenimiento, canchas de tenis interiores y varios restaurantes de lujo. Las siguientes son nueve actividades que mejoran la experiencia en Valderrama Club.

A. Todos los empleados reciben capacitación de acuerdo con los estándares de calidad más altos.

B. La gerencia del hotel se concentra en los objetivos que se establecieron en su plan estratégico.

C. Cada campo de golf es regado y cortado todos los días.

D. Se reciben y preparan frutas y vegetales frescos todos los días.

E. El hotel cuenta con un sistema de reservas sofisticado.

F. Valderrama Club se publicita en revistas para ricos y poderosos.

G. La experiencia integral se basa en la alta calidad y el servicio profesional en todas las etapas.

H. Después de que los clientes terminen su estadía, se proporcionan limusinas para llevarlos al aeropuerto.

I. Valderrama Club tiene numerosos acuerdos con productores de carnes y pescados.

Los gastos son los siguientes:

ITEM	COSTO MENSUAL, \$
COSTOS DIRECTOS	
Costos de mano de obra	38.600
Materiales directos para habitaciones	60.000
Capacitación al personal	4.200
LOGISTICA INTERNA	
Materiales e insumos para alimentos	13.000
Componentes comprados	40.000
Contrato con proveedores de carnes y pescados	25.000
OPERACIONES	
Producción de alimentos	30.000
Atención a hospedajes	16.230
Egados y cortados diarios campos de golf (COSTO DIARIO)	600
Mantenimiento canchas de Tenis	2.000
Mantenimiento del Valderrama Club	36.000
LOGISTICA EXTERNA	
Servicio de limosinas	4.000
MARKETING	
Sistema de Promoción	13.000
Publicación Revista	10.000
INFRAESTRUCTURA	
Terreno	1.500.000
Infraestructura	1.600.000
Campos de golf	900.000
Canchas de tenis	700.000
Restaurantes	600.000

Los ingresos pueden llegar a \$ 360.000 por mes.

Determine los costos y la cadena de valor de las actividades primarias y secundarias.



2. Para el caso anterior, cree un mapa de actividades y planes a seguir.

3. La pastelería y panadería CANDY PAN realiza las siguientes tareas:

- Recibir las materias primas para la preparación de pasteles y almacenarlas, junto con otros suministros adquiridos.

- La producción abarca todo el proceso, desde la mezcla de los ingredientes hasta la producción del producto final, como los pasteles y los dulces.

- Almacenar pasteles por un breve período de tiempo, etc.

- la promoción del producto entre los consumidores y las tácticas para persuadirlos a usar sus productos.

- Es la evaluación de la satisfacción del cliente después de la compra y las formas en que se puede mejorar, es servicio postventa.

- Las actividades de apoyo al proceso, como el control de gastos, la planificación de producción y la contabilidad, forman parte de la infraestructura.

- Todo lo relacionado con el personal que ingresará o ya está trabajando en la pastelería, los requisitos de ingreso, la preparación, el progreso de sus tareas, los factores motivadores, etc.

- Comprende los sistemas de información y la optimización tecnológica.

- Compra y gestión de todos los insumos, herramientas, equipos y servicios que se utilizan antes, durante y después del proceso de elaboración del producto final.

Los gastos son los siguientes:

ITEM	COSTO MENSUAL, \$
Actividades primarias	
Logística interna	3,000
Operaciones	18,000
Logística externa	900
Marketing y Ventas	3,000
Servicio post - venta	600
Actividades secundarias	
Infraestructura de la empresa	3,000
Recursos Humanos	6,000
Desarrollo tecnológico	550
Abastecimiento y compras	1,300

En un mes, produce 6700 pasteles y el precio de venta es de 8,25 dólares por pastel.

Determine los costos y la cadena de valor de las actividades primarias y secundarias.



BIBLIOGRAFÍA

- Colin, J. G. (2014). Contabilidad de Costos . Mexico : Editorial Mc Graw Hill.

- García, C. J. (2014). Contabilidad de Costos. México, Editorial Mc Graw Hill.

- Carlos, L. (s.f.). La gestión empresarial para agronegocios. Recuperado <http://La%20Gestion%20Empresarial.htm>

- Cárdenas Nápoles, Raúl, (2006). Costos II, 5a Ed., México: IMCP.

- Del Río González, Cristóbal, (2003). Costos III, 4a Ed., México: CENGAGE Learning.

- AgroWin (2011). Manual Costos de Producción. Recuperado de www.agrowin.com

- Lazo P. Merlin (2013). Contabilidad de los Costos. Recuperado www.ContabilidadParaTodos.com

- Porter, Michael. (2010) Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. México. Editorial. Pirámide,

- Moriillo, Marysela C. (2005). Análisis de la Cadena de Valor Industrial y de la Cadena de

- Valor Agregado para las Pequeñas y Medianas Industrias. Actualidad Contable Faces, vol. 8, núm. 10, enero-junio.

- Quesada G., M. (2007), “Propuesta de Metodología ABC/ABM en empresas cubanas, a partir de un estudio de variables”. Disponible en: <http://gestiopolis.com>
- NN, (2015). Manual de Costos de Produccion, AgroWin Sistema Total para el AgroColombia. Disponible en www.agrowin.com



Jorge Gualberto Paredes Gavilánez

Doctor PhD, en Ciencias Contables y Empresariales; Magister en Proyectos Sociales; Especialista en Liderazgo y Gerencia; Diplomado en Diseño de Proyectos; Licenciado en Contabilidad y administración. En la actualidad es docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo; ha publicado dos libros y más de diez artículos científicos; cuenta con catorce años de experiencia en docencia universitaria a nivel de grado y posgrado; ha generado y gerenciado pequeñas empresas en el ámbito de producción, comercial y de servicios.



Mónica Elina Brito Garzón

Magister en Pequeñas y Medianas Empresas, mención Finanzas, Licenciada en Contabilidad y Auditoría, Contador Público Autorizado; ha publicado varios artículos científicos, cuenta con quince años de experiencia en docencia universitaria (grado y posgrado), actualmente desempeña el cargo de Coordinadora de la Carrera de Turismo, sede Orellana de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo – Ecuador.



Luis Ernesto Merino Sánchez

Master Universitario en Dirección y Asesoramiento Financiero; Ingeniero Comercial. En la actualidad es Coordinador de Posgrado en la Universidad Nacional de Chimborazo “UNACH” del área contable y financiera; ha publicado varios artículos científicos en revistas indexadas; se encuentra cursando el Doctorado en Economía y Finanzas en la Universidad de Investigación e Innovación de México “UIIX”; ha trabajado en el área contable en el sector público.



Lorena Lucía Ramos Merino

Magíster en Contabilidad y Finanzas; Ingeniera en Contabilidad y Auditoría Contador Público Auditor: Actualmente se desempeña como servidora pública del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural (GADPR) de la parroquia El Altar en la provincia de Chimborazo; es Contadora General de procesadora Avícola “El Pechugón”; presta sus servicios profesionales como Contadora a varias empresas y personas naturales del sector productivo local y del país.

ISBN: 978-9942-621-70-2



9 789942 621702