



**Nombre de alumnos:**

**Cristian Aroldo Bernardo Cardona**

**Nombre del profesor:**

**Ronal Zalás**

**Nombre del trabajo:**

**Súper Nota**

**Materia:**

**Costo Para La Toma De Decisiones**

**Grado: 9**

**Grupo: B**

**Unidad II INFORMACION DE COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES.**



2.1 Los costos y la toma de decisiones gerenciales. En la actualidad las organizaciones están en la imperiosa necesidad de tomar decisiones e implementar proyectos estratégicos.

El objetivo de los costos es práctico, no sólo se trata de un asunto teórico o académico, ya que tener claro el significado de los diferentes conceptos de costos es indispensable para poder evaluar los diferentes cursos de acción en una empresa.

La información relativa a los costos tiene diversas aplicaciones, por ejemplo: Costeo de productos. Control. Evaluación del desempeño. Toma de decisiones.

2.1.1. Costos futuros. Costos relevantes Para tomar una decisión correcta, los administradores necesitan estimar todos los ingresos y costos relacionados con la alternativa que se está evaluando, es decir, aquellos ingresos y costos que son relevantes, que tienen una consecuencia o efecto sobre la empresa y la alternativa, por lo que se deben incluir en la información que se está empleando.

2.1.5. Costos de desplazamiento o de sustitución. Este término fue empleado por primera vez en Inglaterra, también se le conoce con el nombre de costo de oportunidad, aplicado por primera vez por David I. Green, popularizado en Estados Unidos por Davenport. Dentro del mundo de los negocios este costo tiene gran aplicación, pues para tomar determinaciones precisan formular los costos estimados anticipadamente para elegir el camino más económico y conveniente.

2.1.2. Costos de oportunidad. Un costo de oportunidad se define como los beneficios que se dejan de recibir al seleccionar una alternativa (la mejor) en lugar de otra. Es decir, el flujo neto de efectivo derivado de una determinada alternativa que se pierde si no se selecciona dicha alternativa.

2.1.4. Costos incrementales y decrementales. Un costo diferencial, como lo indica su nombre, es el monto o cantidad de diferencia de un mismo costo en dos alternativas.

2.1.3. Costos de intereses. Los costos por intereses que sean directamente atribuibles a la adquisición, construcción o producción de un activo calificable se incluyen como costos del mismo. Se debe comenzar la capitalización de los costos por intereses, como parte del costo de los activos cuando se cumpla lo siguiente: Se haya incurrido en desembolsos con relación al activo Se haya incurrido en costos por intereses Se estén llevando a las actividades necesarias para preparar al activo para su uso deseado o para su venta

La identificación de un costo relevante y uno irrelevante es relativamente sencilla ya que los primeros poseen dos características: 1. Son costos futuros, la empresa aún no ha incurrido en ellos, pero estima hacerlo en caso de que se seleccione la opción que se está evaluando. Es importante tener bien definido que todos los costos relevantes son costos futuros, pero que no todos los costos futuros son relevantes. 2. Sus montos son distintos bajo cada una de las alternativas

Unidad 1 ANALISIS DEL MODELO COSTO-VOLUMEN-UTILIDAD



1.1. La naturaleza de los costos y la relación con el modelo de costovolumen-utilidad. El análisis de costo-volumen-utilidad (CVU) examina el comportamiento de los ingresos totales, de los costos totales, y de la utilidad operativa a medida que ocurren cambios en el nivel de producción, el precio de venta, el costo variable unitario o los costos fijos de un producto.

Supuestos del análisis de costo-volumen-utilidad • El precio de venta permanece constante dentro de un rango relevante. • Los costos presentan un comportamiento lineal dentro de un rango relevante. • En compañías que manejan varios productos, la mezcla de ventas es constante. • Los inventarios no cambian, (unidades producidas = unidades vendidas)

1.2. El punto de equilibrio. Una de las maneras más frecuentes de medir el éxito de una empresa es en términos de la utilidad neta, la cual depende de la relación ventas-costos.

Este método se basa en el concepto de contribución marginal o utilidad marginal. La contribución marginal es igual a los ingresos por ventas menos todos los costos variables de producción y operación.

1.3. Determinación de la contribución marginal.  
**MARGEN DE CONTRIBUCION (MC):** El concepto de margen de contribución es esencial en el proceso de la planeación de utilidades y se conoce como la diferencia entre las ventas y los costos y gastos variables. Es decir que es el exceso de los ingresos respecto a los costos variables, que contribuye a cubrir los costos fijos y a proporcionar una utilidad operativa. El margen de contribución puede ser expresado de manera unitaria como:  $Ventas\ Totales - Costos\ variables\ totales = MC\ Total.$   
 $MCu =$  Margen de Contribución unitario  
 $PV =$  Precio de Venta por unidad  
 $CVu =$  Costo Variable unitario