



Nombre de alumno:

Guadalupe Nájera López

Nombre del profesor:

Yaneth del Roció Espinosa Espinosa

Nombre del trabajo:

Súper nota

PASIÓN POR EDUCAR

Materia:

Contabilidad de costos

Grado:

2 cuatrimestres

Grupo:

Naturaleza de los costos.

El objetivo fundamental de todo negocio es la obtención de utilidades; para ello, la empresa tiene que vender los bienes y servicios que produce y distribuye. Las actividades de producción y de distribución consumen una serie de insumos que requieren de inversión. A la inversión efectuada en estas actividades se les conoce como costos. Entonces, los costos son la representación monetaria de todas las erogaciones consumidas por una empresa para producir y distribuir bienes y servicios y, así, realizar las ventas y generar consecuentemente utilidades.

Los costos nacen como una de las variables clave para determinar la rentabilidad del negocio, es decir, la capacidad que tiene éste para generar utilidades. Entre más estrecha sea la distancia entre las ventas y los costos, más margen de utilidad se obtendrá. Los costos también conforman la variable de productividad y eficiencia por excelencia, ya que entre menor sea el costo significa que se han empleado eficientemente los recursos de una entidad.



Centros de costo

Como podemos observar en la codificación de la estructura, el último dígito nos indica la clasificación de los centros de costo; es decir, nos muestra si son:

1. Centros de costo administrativos (CCA)
2. Centros de costo de servicio (CCS)
3. Centros de costo productivos (CCP)
4. Centros de costo de ventas (CCV)

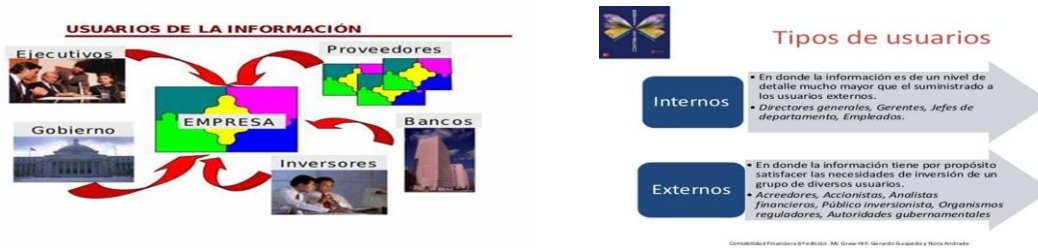


Usuarios de información financiera

Los usuarios de la información financiera pueden clasificarse en dos grupos:

Usuarios internos: Son aquellas personas que laboran en la empresa y que tienen acceso a la información financiera en forma variada; es decir, información según sus necesidades particulares.

Usuarios externos: Se relacionan con la empresa desde afuera y se les proporciona información histórica; es decir, cuando las cosas ya han sucedido y, en algunos casos, reciben también información financiera proyectada. Todos los usuarios acuden a la información financiera de la empresa para satisfacer sus necesidades particulares de información.



Objetivos de la contabilidad de costos.

Los objetivos de la contabilidad de costos son, entre otros:

- Contribuir a fortalecer los mecanismos de coordinación y apoyo entre todas las áreas (compras, producción, recursos humanos, finanzas, distribución, ventas, etc.), para el logro de los objetivos de la empresa.
- Determinar costos unitarios para establecer estrategias que se conviertan en ventajas competitivas sostenibles y para efectos de evaluar los inventarios de producción en proceso y de artículos terminados.
- Generar información que permita a los diferentes niveles de dirección una mejor planeación, evaluación y control de sus operaciones.
- Contribuir a mejorar los resultados operativos y financieros de la empresa, propiciando el ingreso a procesos de mejora continua.
- Contribuir en la elaboración de los presupuestos, en la planeación de utilidades y en la elección de alternativas, proporcionando información oportuna, e incluso anticipada, de los costos de producción, distribución, venta, administración y financiamiento.



Diferentes enfoques de contabilidad y su relación con la administración

Como hemos visto, la contabilidad de una empresa sirve a diversos usuarios. Para nuestro propósito la dividiremos en dos ramas, a saber:

Contabilidad financiera: Sistema de información de una empresa orientado hacia la elaboración de informes externos que da importancia a los aspectos históricos y considera las normas de información financiera.

Contabilidad administrativa: Sistema de información de una empresa orientado hacia la elaboración de informes de uso interno que facilitan las funciones de planeación, control y toma de decisiones de la administración.



Empresa comercial y empresa de transformación.

A continuación se presentan las diferencias entre las actividades de la empresa comercial y la empresa de transformación:

La empresa comercial tiene como principal función económica actuar como intermediario; es decir, compra artículos elaborados para después revenderlos, básicamente en las mismas condiciones. En cambio, la empresa de transformación se dedica a la adquisición de materias primas para transformarlas física y/o químicamente y ofrecer un producto, a los consumidores, diferente del producto que adquirió.

La empresa de transformación introduce: dentro de su cadena de valor, una nueva función, que es precisamente la función de producción o manufactura y cuyos costos se conocen con el nombre de costos de producción, formado por el costo total de la materia prima sujeta a transformación, el costo de la mano de obra necesaria para realizar la manufactura y el costo de diversas erogaciones fabriles (cargos indirectos) que intervienen en la transformación misma.



Bibliografía básica y complementaria:

- GAYLE, RAYBURN LETICIA. (2008). Administración y Contabilidad de Costos. MC GRAW HILL.
- García, Colín Juan. (2001). Contabilidad de Costos. MC GRAWW HILL.
- HORNGREN, CHARLES T. / FOSTER, GOERGE / DATAR, SRIKANT M. (2002). Contabilidad de Costos, un enfoque Gerencial. PERARSON EDUCACIÓN.
- Elías Lara Flores. (2019). Primer curso de contabilidad. TRILLAS.
- Álvaro Javier Romero López. (2012). Contabilidad intermedia. MC GRAWW HILL.
- Ricardo Reveles López. (2018). Como entender los costos elementales. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

