



**Nombre Del Alumno: Luis Gabriel Pale  
Jiménez**

**Nombre del Prof.: Prof. Julio Cesar  
Méndez Gómez**

**Nombre del trabajo: ensayo**

**Materia: contabilidad de costos**

**Grado: 2°**

**Grupo: Contaduría Pública y Finanzas**

Ocosingo, Chiapas 13 de marzo 2023

## **Naturaleza, concepto y clasificación de los costos**

El objetivo esencial de todo comercio es obtener ganancias; para ello, la empresa debe vender los bienes y servicios que produce y distribuye. Los trabajos de producción y distribución consumen una variedad de insumos que requieren inversión. La inversión realizada en esta obra se conoce como precio. Entonces, el precio es la representación monetaria de cualquier gasto que realiza la empresa para producir y distribuir bienes y servicios y, de esta forma, generar ventas y consecuentemente generar utilidades. El precio nació como uno de los cambios clave para determinar la productividad del comercio, es decir, su capacidad para generar ganancias. Cuanto más estrecha sea la brecha entre las ventas y el precio, más márgenes de beneficio obtendrá. El precio es también una variable de productividad y eficiencia por excelencia, ya que a menor precio se han utilizado eficientemente los recursos de una entidad. Por ejemplo, aumentar la producción manteniendo el mismo precio da como resultado un fenómeno económico llamado economías de escala. La contabilidad de precios es un sistema de información de apoyo a la gestión, especialmente en la función de planificación y control de sus operaciones. En un mercado competitivo, el precio es la única variable que controla la empresa, si se tiene en cuenta que los costos variables no se pueden controlar y esto es lo que perjudica directamente el volumen. Cuanto mayor sea el costo de un producto o servicio ofrecido, menor será la porción que se comprará y, a la inversa, cuanto menor sea el costo, mayor será la porción que comprará el cliente. Por lo tanto, las organizaciones que dirijan sus esfuerzos hacia las variables de precios y obtengan información confiable, suficiente e importante sobre las mismas, tendrán la posibilidad de competir y enfrentar los últimos cambios. Cualquier organización que busque la excelencia debe considerar el diseño y desarrollo de sistemas de información críticos, oportunos y confiables como uno de los componentes clave del éxito. El valor de la contabilidad de precios radica en tres puntos principales de registro, control e información, debe reunir los recursos necesarios para orientar adecuadamente a la gestión en la interacción de sus intereses y proyecciones futuras, para el impacto de adoptar medidas correctivas importantes. presentar resultados insatisfactorios o susceptibles de mejora; proporcionar la naturaleza dinámica de la contabilidad moderna. La finalidad de la información de precios, tiene la posibilidad de hacer un resumen de: operación y control de costos, de manera correcta, amplia y adecuada, finalmente, la decisión del precio unitario ideal es fundamental; arreglos para costos de mercadeo, reglas o políticas para reglas de operación o explotación; avalúo de productos terminados, en proceso; determinación del precio de los productos vendidos; opciones de venta, formación o envío a maquila, organización y dirección estratégica, evaluación de proyectos, indicación de idealización y control presupuestario, así como utilidades, en la práctica. La contabilidad es un sistema de información cuantitativa que

debe atender las necesidades de los diversos usuarios que acuden a la información financiera de la empresa, para tomar las decisiones más adecuadas sobre las mismas. Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera, AC (CINIF), La contabilidad de precios es un instrumento importante para fijar el precio de un producto a vender, por lo tanto, las metas son parte de la organización de esas decisiones monetarias, esas metas responderán a qué y para qué. organización. Centro de precios Dado que tenemos la posibilidad de visualizar la codificación compositiva, el último dígito indica la categorización del centro de precios; es decir, nos muestra si ellos:

#### 1. Centro Administrativo de Precios (CCA)

Se integra el área de centro administrativo de precios (CCA) con recursos humanos, materiales y financieros cuyas funciones están relacionadas con la dirección y ejecución de las operaciones generales de la empresa. Por ejemplo: Dirección General, Subdirección de Planificación, Subdirección de Finanzas y Gestión, Subdirección de Estados Financieros, etc

#### 2. centro de precios de servicios (CCS).

El área de centros de carga de servicios (CCS) se integra con recursos humanos, materiales y financieros cuya función se basa en brindar apoyo a los centros de precios administrativos, productivos, comerciales y propios, para que puedan desarrollar su trabajo de manera eficiente. No realizan transformación física y/o química de las materias primas. Por ejemplo: Almacén de Materias Primas, Gestión de Mantenimiento, Laboratorio Empírico, Comedor de Empresa, Servicios Médicos, etc.

#### 3. centro de precios productivos (PCC)

El centro productivo de precios (PCC) está integrado con recursos humanos, materiales y financieros cuya función se basa en la ejecución de la transformación física y/o química de las materias primas; es decir, contribuyen directamente a la producción de bienes terminados. Ejemplo: Fábrica de procesamiento no. 1, apartamento para cortar, pintar, ensamblar, etc

#### 4.centro de precios venta (CCV).

Se integra el área de centro de precios de venta (CCV) con recursos humanos, materiales y financieros cuya función se basa en la promoción y comercialización de los productos terminados. Por ejemplo: Subdirección de Ventas, Gerencia de Ventas Nacionales, Gerencia de Ventas de Exportación, etc. Algunas organizaciones también tienen centros de precios compartidos.

## Usuario de información

Los usuarios financieros de la información financiera tienen la posibilidad de clasificarse en 2 equipos: Usuarios internos: Son personas que trabajan en las organizaciones y que tienen acceso a la información financiera de diversas formas; es decir, información acorde a sus necesidades específicas. Usuarios externos: Se asocian con la organización desde fuera y se les proporciona información histórica; es decir, una vez que ha pasado algo y, en algunas ocasiones, también reciben información financiera proyectada. Todos los usuarios divulgan la información financiera de una organización para satisfacer sus necesidades específicas de información, por ejemplo: Accionistas: Conoce y evalúa el daño y retorno que obtendrá de su inversión. Gerencia: Posee reportes que se utilizan en la organización, control y toma de decisiones para llevar a la organización al logro de las metas planteadas. Empleados: Conocer la utilidad que genera la organización y la colaboración que tienen en esa utilidad, y el equilibrio y expectativas de desarrollo que brinda la organización. Autoridades gubernamentales: Recaudar los impuestos que realizan las empresas, así como obtener información estadística importante para orientar las políticas macroeconómicas de un país. Instituciones de crédito: Determinar si el crédito que requieren las empresas es acorde a sus necesidades y nivel de endeudamiento; conocer la función de pago y averiguar si es factible saldar créditos y saldar deudas en tiempo y forma; Además de eso, también es para conocer la situación financiera de la empresa durante el período de validez del crédito. Proveedores: Conocer la función de pago de la empresa para cubrir el crédito en tiempo y forma. Consumidores: Evaluar la continuidad de las operaciones de una organización y asegurar el suministro de productos o servicios. Público en general: Estudiar y evaluar la facilidad de invertir en empresas. La contabilidad de precios es un sistema de información utilizado para determinar, registrar, recopilar, mantener el control, verificar, dirigir, interpretar y reportar todo lo relacionado con los precios de producción, distribución, comercialización, administración y financiamiento. propósitos de contabilidad de precios. Los objetivos de la contabilidad de precios incluyen: Ayudar a fortalecer los mecanismos de coordinación y apoyo entre cada superficie (compras, producción, recursos humanos, finanzas, distribución, ventas, etc.), para el logro de los objetivos de la empresa. Decidir sobre precios unitarios para participar en tácticas que sean una ventaja competitiva sostenible y con el fin de evaluar los inventarios de producción en proceso y productos terminados. Genera información que permite a los diferentes niveles de gestión idealizar, evaluar y controlar mejor sus operaciones. Ayudar a mejorar los resultados operativos y financieros de la empresa, impulsando el ingreso al proceso de optimización continua. Contribuir a la elaboración del presupuesto, en la idealización de utilidades y en la selección de alternativas, brindando información adecuada e incluso anticipando el precio de producción, distribución, comercialización, manejo y

financiamiento. Mantener el control sobre los precios emitidos a través de comparaciones con precios prefijados y, por tanto, detectar ineficiencias. Crear información que contribuya a fijar resultados por la línea de negocio, producto y centro de costo. Cumplir con los requisitos de la Ley del Impuesto sobre la Renta y su Reglamento. Brindar información conveniente de precios a la gerencia de la empresa, para una mejor toma de decisiones. De este mismo Objetivo tienen la posibilidad de derivar subobjetivos contables de precios tales como: Establecer reglas o políticas de operación. Establecer política de exportación. Apremiar los bienes, ya sean terminados o en proceso, para darles un costo cuantitativo. Definir plan de cuentas contables. Planificar evaluaciones de proyectos o programas, según la situación de la organización comercial o industrial. Mantener el control presupuestario sobre los recursos de fijación de precios. Todos estos objetivos y submetas ofrecen un amplio panorama para mantener el control sobre las operaciones y costos de una organización, buscando así hacer eficiente el proceso, tanto en la elaboración de un producto como en su comercialización. Como consecuencia de la elaboración de estos documentos de precios, se generó amplia y suficiente información que le daría una idea al alto mando para tomar la decisión más alta, aprovechando sus 16 recursos, tanto humanos como financieros, que permitirían un cambio controlable. en tiempo suficiente sin mayores pérdidas, apalancar funciones de producción e incluso decidir abrir una línea de productos o mix que permita la mayor penetración en el mercado como empresa. Criterios de precio Para nuestros propósitos, consideramos precio al costo monetario de los recursos entregados o prometidos a entregar a cambio de los bienes o servicios obtenidos. Al momento de la compra se incurre en un precio, el cual puede derivarse de beneficios presentes o futuros y, por lo tanto, se trata de: Precio del producto o precio del suministro (costo): Es el precio asociado a la capacidad de producción; a saber, materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos. Estos precios se suman a los inventarios de materias primas, producción en proceso y productos terminados, y se reflejan como activo circulante en el balance general. El precio total del producto se transfiere al estado de resultados una vez y, mientras se fabrica el producto, se vende, rompiendo la línea de precio del artículo vendido. Precio de período o precio de no inventario (salida): Es el precio que se identifica por el intervalo de tiempo y no por el producto elaborado. Están relacionados con las funciones de comercialización y gestión de la empresa. Estos precios no están vinculados al inventario: se llevan a la cuenta de resultados a través de las líneas de gastos de comercialización, gastos de administración y gastos financieros, en el período en que fueron fabricados. Precio capitalizable: si el precio se capitaliza como un activo fijo o un cargo diferido y luego se deprecia o amortiza al momento de la implementación o el vencimiento: el precio se deriva del costo (costo) o período (costo) que se puede inventariar. Los precios y costos de los sacrificios realizados se miden en unidades monetarias, reduciendo los activos o aumentando los pasivos cuando se reciben los beneficios. En el

momento de la compra, se incurre en el precio, que puede ser el período en el que se originó o uno o más períodos después de los cuales se creó el precio. Por tanto, en general, precio y coste son los mismos; aunque algunas diferencias específicas entre ellos son: a) Funciones que tienen asignadas. Los precios están relacionados con la capacidad de producción, mientras que los costos están relacionados con las funciones de comercialización, gestión y financiación. b) Procedimientos contables: Los precios están vinculados a los inventarios de materias primas, producción en proceso y productos terminados y se reflejan como activo circulante en el balance general; los precios de producción se llevan al estado de resultados de manera intermedia e incremental; es decir, se venden de una vez por todas los productos elaborados, incidiendo así en la línea de precios de los bienes vendidos. Los costes de comercialización, gestión y financiación no corresponden a un proceso rentable; Es decir, no se integran en el coste del producto elaborado, sino que se consideran precios del periodo: se trasladan a la cuenta de resultados de forma instantánea y íntegramente en el periodo en que se han realizado. El precio es una inversión importante para fabricar y vender bienes porque el concepto de precio adquiere diferentes significados, su categoría económica está asociada con la teoría de costos, y con la teoría de costos. Es necesario acotar el contenido del término en su sentido primario. El término precio puede significar: El conjunto de esfuerzos y recursos invertidos en la creación de un artículo. La inversión se representa en esfuerzo, tiempo y sacrificio. El segundo criterio representa probables consecuencias económicas y se denomina Precio de Reposición. Qué representa: movimiento alternativo. El precio de una cosa es otra cosa que se ha seleccionado en su sitio. Si se elige algo, su precio está representado por lo que se sacrificó o sacrificó para conseguirlo. Por lo tanto, es muy importante entender el significado de estos términos: Renta: Es todo lo que una persona ve o recibe por su trabajo, es decir, por la comercialización de bienes y servicios. Desembolso: Es el acto de repartir o repartir bienes o flujo, en contabilidad se puede decir que el gasto es conforme a pago o promesa de pago Precio: Es un conjunto de esfuerzos y recursos invertidos para obtener bienes. Costo: Es el precio que se ha aplicado a los ingresos durante un determinado período de tiempo Utilidad: La ganancia recibida al enajenar un bien o prestar un servicio. Una vez conocidos estos términos, tenemos la posibilidad de concluir que la utilidad resulta de la diferencia entre ingresos, precios y costos ( $Utilidad = Ingresos - Precios - Costos$ ). El precio es una inversión importante para fabricar y vender bienes porque el concepto de precio adquiere diferentes significados, su categoría económica está asociada con la teoría de costos, y con la teoría de costos, Es necesario acotar el contenido del término en su sentido primario. El término precio puede significar: El conjunto de esfuerzos y recursos invertidos para producir un bien. Costo: Son precios que se han compensado con los ingresos en un momento dado Beneficio: Utilidad obtenida por la venta de un bien o la prestación de un servicio. Si se conocen estos términos, podemos concluir que el beneficio resulta de la

diferencia entre ingresos, precios y costos (utilidad = ingresos - precios - gastos). El precio representa la inversión esencial para generar y vender un artículo, ya que el concepto de precio tiene diferentes significados, su categoría económica está relacionada con la teoría del costo Precio Costo y con la teoría del costo Precio Costo. Es importante especificar el contenido del término en su significado primario. El término precio puede significar: conjunto de esfuerzos y recursos invertidos con la intención de crear un bien. La inversión se presenta en términos de esfuerzo, tiempo y sacrificio. El segundo criterio representa las probables consecuencias económicas y se denomina precio de reposición. Lo que representa: el movimiento de alternativas. El precio de una cosa es la otra cosa elegida en su lugar. Cuando se selecciona un artículo, su precio está representado por lo que se sacrificó o se movió para obtenerlo. Categorización de precios Los precios tienen la capacidad de clasificarse según el enfoque que se les dé; Por lo tanto, hay una gran cantidad de clasificaciones. Aquí nombramos los más importantes, a saber: 1. La funcionalidad resultante: a) Precios (costos) de producción. Se crean en el proceso de convertir materias primas en productos terminados. Hay 3 recursos que incluyen el precio de producción: materias primas directas, mano de obra directa y costos indirectos. b) Premios de Marketing (Costos). Se realizan en el área que se ocupa de la comercialización de los productos terminados. Por ejemplo: sueldos y beneficios de los empleados del departamento de ventas, comisiones de vendedores, publicidad, etc. c) Precios administrativos (costos) Surgen en el área administrativa; es decir, aquellos involucrados en la dirección y conducción de los negocios de la Compañía en general. Por ejemplo: sueldos y beneficios del director general, personal financiero, contable, etc. d) Precios financieros (costos). Surgen como consecuencia de la obtención de recursos externos que la empresa necesita para su desarrollo. Su identificación: a) Precios Directos. Ellos son los que tienen la capacidad de demostrar o cuantificar completamente con los productos terminados o áreas específicas. b) Precios Indirectos. Estos son aquellos que no se pueden detectar o cuantificar completamente con productos terminados o superficies de concreto. 3. El período en que se incluyen en el estado de resultados: precios de productos o precios de inventario (costos). Usted permanece involucrado en la capacidad de producción. Estos precios están vinculados a las existencias de materias primas, producción en curso y productos terminados y se registran como activo corriente en el balance. Los precios de los productos se incluyen en la cuenta de pérdidas y ganancias una sola vez mientras se venden los productos fabricados, por lo que afectan a la partida de precios de venta. b) Precios de período o precios no almacenables (costo). Se identifican con intervalos de tiempo y no con los productos elaborados, se relacionan con las funciones de comercialización y gestión: se reconocen en la cuenta de resultados en el período en que se devengan. 4. Comportamiento relacionado con el volumen de producción o la comercialización de productos terminados. a) Precios fijos Son precios cuya intensidad es

constante en un momento dado, con independencia de las variaciones registradas en el volumen de negocio realizado. b) cambios de precio. Son precios cuya intensidad cambia en proporción directa al volumen de operaciones realizadas. c) Precios semifijos, semivariantes o mixtos. Son los que tienen tanto recursos fijos como variables. 5. Momento de Fijación de Precios: a) Precios Históricos. Se determinan después del final del período de precios. b) Precios fijos. Se fijan antes o durante el período de precio. Así que ahora tenemos la oportunidad, a través del marketing, de garantizar que los precios representen inversiones recuperables, o aquellas partes que se pueden pagar, sacrificar o desplazar para lograr un beneficio superior. Las empresas en las que los precios se expresan de manera notable son las industrias. Los precios industriales representan las inversiones destinadas a crear y distribuir bienes y servicios, a gobernar y financiar negocios, a cubrir contingencias y a hacer frente a obligaciones fiscales y laborales con el fin de que el comercio cumpla sus fines, alcance utilidades y continúe su funcionamiento. El objetivo de este curso es transmitir los precios de las empresas industriales, ya que son los más completos y complicados. Los precios también aparecen en las organizaciones comerciales y de servicios. Una empresa comercializadora se dedica a comprar bienes terminados para su posterior comercialización, sus precios pueden enfocarse más en comprar bienes y distribuirlos y promocionarlos. Una empresa de servicios proporciona un bien intangible que es esencial para la vida, como B. Hospitales, Bancos, Contabilidad, Agencias de Viajes, etc. Sus adjudicaciones pueden estar más enfocadas a trabajos de administración y transporte; Una empresa social (gubernamental o sin fines de lucro) tiene el importante propósito de satisfacer las necesidades de la comunidad, para lo cual existen cuotas, donaciones, aportes, etc. Sus premios se enfocan en ocupaciones prioritarias para lograr sus fines. Precio unitario Un factor clave en las decisiones financieras es el precio unitario. El precio unitario es un coeficiente que se obtiene dividiendo el precio total por las cantidades de producción para evaluar el estado de producción, calcular la utilidad y realizar un estudio de marginalidad. El precio unitario posibilita procedimientos de planificación y control matemático-estadístico. La regla muestra que la producción debe ser completada o calcula su equivalencia de acuerdo al desarrollo del diseño. Posteriormente, se profundiza en este término; Sin embargo, hay que recalcar a partir de ahora, ya que esto es consecuencia de la aplicación de precios en las organizaciones

## **. 2 diferentes enfoques de contabilidad y su relación con la administración**

Como hemos visto, la contabilidad de una empresa sirve a varios usuarios. Para nuestro propósito la dividiremos en 2 ramas, a saber: Contabilidad financiera: Sistema de información de una organización orientado a producir informes externos, dando importancia a los puntos históricos y valorando las reglas que rigen la información financiera. Contabilidad



Administrativa: Sistema de información de una empresa diseñado para producir informes de uso interno que faciliten las funciones de planificación, control y toma de decisiones de la gerencia. La contabilidad de precios se refiere al almacenamiento, estudio, direccionamiento e interpretación de los precios de compra, producción, comercialización, distribución, administración y financiamiento para uso interno, por parte de los ejecutivos de la organización en la organización, control y toma de decisiones. Además, se puede aplicar a cualquier tipo de actividad económica, trayendo grandes beneficios ya que proporciona información a la dirección de la empresa para una mejor toma de decisiones. La interacción de los costos administrativos define la naturaleza de las decisiones que toma la dirección de la organización con relación a la operación de producción, la información contable de precios le dice a la empresa cómo funciona un departamento de precios y de acuerdo con el comportamiento de este, la dirección toma sus decisiones. Lo mismo ocurre con la interacción costo-financiero: la visión financiera de una empresa tiene en cuenta el comportamiento de los precios de producción, según estos hagan rentable o no la producción de un bien, y de ahí deriva una secuencia de decisiones en la subgerencia. de la organización. La contabilidad de precios se refiere al almacenamiento, estudio, direccionamiento e interpretación de los precios de compra, producción, mercadeo, distribución, administración y financiamiento para uso interno de los líderes empresariales en la idealización, el control y la toma de decisiones electorales. De igual forma, los precios de los productos están obligados a consumir con lo dispuesto en la Parte III "Del precio del producto vendido", del Capítulo II, Título II, de la LISR y sus reglamentos, que los exigen para la creación de informes externos. En consecuencia, el cálculo de precios cae dentro de la contabilidad operativa y financiera. Además, se puede aplicar a cualquier tipo de actividad económica, con lo que se obtienen enormes beneficios, ya que brindan información a la dirección de la organización para una mejor toma de decisiones. La contabilidad debe ser integral, debe tener control sobre cada uno de los puntos que componen una organización, la contabilidad es la base de todas las operaciones y cambios fundamentales de una organización, los impuestos se calculan en base a los informes financieros, así como la administración utiliza los Estudio de Finanzas para elaborar sus pronósticos y presupuestos y se realiza exploración financiera con base en el comportamiento de costos, precios e ingresos de la organización. La contabilidad no solo registra los hechos que ya ocurrieron en la organización, sino que se proyecta hacia el futuro en base a los mismos hechos, ya que la contabilidad nos dice cómo sucedieron las cosas y por ende nos iluminará, cómo se desarrollarán en el futuro, haciendo posible anticipar y anticipar eventos futuros. El papel de la fijación de precios en la toma de decisiones. Dentro del modelo de toma de decisiones, la fijación de precios ayuda a mejorar las opciones en función de la calidad de la información disponible. Toda organización toma decisiones a diario, algunas son de rutina, como contratar a un nuevo empleado; otros no, como agregar o

eliminar una línea de productos, ambos necesitan información correcta. La calidad de la selección de organizaciones, sean pequeñas o grandes, depende directamente del tipo de información disponible; Por lo tanto, si desea que una organización se desarrolle en conjunto, debe tener un sistema de información óptimo, cuanto mejor sea la calidad de la información, mejor será la elección. Cálculo de precios como herramienta para la toma de decisiones. Toda organización toma decisiones a diario, algunas son de rutina, como contratar a un nuevo empleado; otros no, como agregar o eliminar una línea de productos, ambos necesitan información correcta. Es obvio que la calidad de las elecciones de cualquier organización, ya sea pequeña o grande, depende directamente del tipo de información disponible, por lo tanto, si una organización se va a desarrollar en conjunto, debe tener un sistema de información óptimo: una mejor calidad de información., una sabia elección está garantizada. La contabilidad de precios, también conocida como contabilidad gerencial, permite tomar decisiones y representa el uso de procedimientos científicos para tomar una decisión correcta basada en el siguiente proceso: Estudiar · Reconocer que existe un problema · Conceptualizar el problema y especificar los datos adicionales requeridos · Obtener y examinar la selección de datos · Proponer diferentes alternativas · Elegir la mejor implementación · Implementar la elección elegida · Realizar el seguimiento imprescindible para controlar el proyecto elegido. Básicamente, la toma de decisiones a corto o largo plazo puede definirse como un proceso de elección entre dos o más cursos de acción alternativos. La toma de decisiones de gestión es un proceso complejo de resolución de problemas basado en una serie de fases continuas. Estas etapas se unirán siempre que sea posible cuando la gerencia espera que el proceso de selección produzca cierto nivel de éxito. Las 6 fases del proceso de selección son: Reconocer e identificar el problema Encontrar un modelo existente aplicable al problema o desarrollar un nuevo modelo. Definir cursos de acción alternativos a la luz del problema y el modelo elegido. Decidir sobre los datos cuantitativos y cualitativos relevantes para el planteamiento del problema y examinar los datos relativos para el curso de acción alternativo. Selección e implementación de una solución óptima consistente con los objetivos de gestión. Evaluar la elección a través de la retroalimentación para permitir que la gerencia determine la efectividad del curso de acción elegido para resolver el problema. Desventajas habituales de la realización de elecciones. Admite un pedido específico: Las industrias producen artículos bajo su propio nombre o en nombre de una cadena de tiendas, los productos vendidos a las cadenas son mayoritariamente modificados y vendidos a un costo menor que los productos elaborados bajo el nombre del fabricante. Además de la producción y las ventas regulares, la empresa a veces puede aceptar un pedido específico de sus productos por debajo de los costos normales. Fabricar o comercializar: es probable que la gerencia fabrique o comercialice partes de un producto del proveedor una vez que tenga espacio en la planta, ensamblajes y tiempo de inactividad. Para evaluar correctamente

la decisión de fabricar o vender, tanto el servicio como los estándares de calidad del artículo deben ajustarse a los dos cursos de acción alternativos. Mezcla de un producto o servicio: un problema de mezcla de productos ocurre cuando se fabrican diferentes productos en una instalación común, limitados por los recursos disponibles, como la cantidad de horas de máquina disponibles o una cantidad fija de unidades disponibles de materiales directos. El gerente debe hacer una selección de la combinación óptima de productos para fabricar de acuerdo con las restricciones de producción. Empresas comercializadoras y empresas procesadoras. Luego se muestran las diferencias entre los oficios de la empresa comercializadora y la empresa transformadora: La función económica principal de la empresa comercializadora es la intermediación; es decir, comprar artículos manufacturados para luego revenderlos prácticamente en las mismas condiciones. Sin embargo, la organización de transformación se dedica a la compra de materias primas para transformarlas física y/o químicamente y entregar a los clientes un producto diferente al adquirido. Como podemos ver en la Figura 1.4, la empresa de transformación incorpora una funcionalidad totalmente nueva a su cadena de costos, la capacidad de producción o fabricación, cuyos precios se conocen como precios de producción y están compuestos por el precio total de la materia prima objeto de la transformación, el precio de la mano de obra básica para la Fabricación y el precio de los distintos costes de fabricación (costes indirectos) asociados a la propia transformación. A continuación, se dan en términos generales las funciones de una organización de transformación: La primera función consiste en la compra de materia prima, cuyo precio está compuesto por los costos de compra cobrados por los proveedores más todos los precios asociados a la prima de entrega de material a nuestra organización, tales como fletes, costos de aduana, impuestos de importación, seguros, etc. Esta funcionalidad finaliza cuando la materia prima llega al almacén y está lista para ser utilizada en el proceso productivo. La segunda funcionalidad es la propia actividad adicional; es decir, la capacidad de producción o fabricación, que comprende el conjunto de gastos relacionados con el almacenamiento, protección y conservación de los materiales en depósito; la conversión de estos en productos realizados mediante la integración del esfuerzo humano y el conjunto de los diversos gastos de fabricación. Esta funcionalidad finaliza en el momento en que los artículos fabricados se encuentran en el almacén de artículos terminados accesible para su comercialización. La tercera función es la de comercialización y gestión e incluye los gastos relacionados con el almacenamiento, protección y conservación de los productos terminados; publicidad y promoción; embalaje, entrega y entrega de productos a los consumidores; gastos del departamento de ventas; los gastos generales de gestión y la financiación de los recursos externos que necesita la empresa para su desarrollo. En una empresa industrial, el papel de un contador es muy básico, es un actor importante en los gastos para el desarrollo de la empresa, debe conocer información básica como: desembolso, proporción de materias

primas, compra y venta de activos, pagos generales, etc. Los elementos de los costos indirectos de fábrica son muy importantes para la contabilidad de precios, entre ellos se fijan: la depreciación para calcular el precio total del producto terminado. La diferencia básica entre la organización comercial y la industrial es que la organización comercial vende su producto terminado, lo que hace es venderlo a los proveedores y lo vende exactamente como se adquiere; sin añadir nada más que decir tampoco. Sin embargo, las empresas industriales llevan a cabo el proceso de conversión: partiendo de materias primas y sumando procesos, tanto de mano de obra directa como de costos indirectos, que llevan a la culminación del producto que se quiere vender en el mercado. Para efectos de los informes financieros, excluyendo los costos operativos de comercialización y los costos administrativos; ya que son equivalentes para las dos empresas en cuestión. Organización industrial: Adquiere materiales y otros insumos, transformándolos parcial o radicalmente.

La empresa comercial

1. Tiene una unidad operativa denominada departamento de producción y una unidad adicional delegada para asuntos comerciales. 2. La producción de bienes o servicios de calidad y la comercialización sustentan su economía.
2. La empresa industrial: 1. Compra y venta de mercadería ajena; a veces ejecutando modificaciones. 2. Contar con una unidad operativa delegada de ventas. 3. La venta de mercancías sustenta su economía.

## **CONCLUSIONES:**

En conclusión, podemos decir que todo negocio tiene como objetivo generar ganancias por ello se dan la tarea de vender sus bienes y servicios por ende los lleva a una actividad de producción y distribución, por lo cual genera una inversión, a esta inversión se le conoce como costos, Entonces, los costos son la representación monetaria de todas las erogaciones consumadas por una empresa para producir y distribuir bienes y servicios y, así, realizar las ventas y generar consecuentemente utilidades. De igual forma nos encontramos con los usuarios de la información que este se divide en 2 ramas que son: Usuarios internos: Son personas que trabajan en las organizaciones y que tienen acceso a la información financiera de diversas formas. Usuarios externos: Se asocian con la organización desde fuera y se les proporciona información histórica.

## **Bibliografía**

- GAYLE, RAYBURN LETICIA. (2008). Administración y Contabilidad de Costos. MC GRAW HILL.
- García, Colín Juan. (2001). Contabilidad de Costos. MC GRAWW HILL.