

**Nombre del alumno: Dulce Yuridia  
Jimenez Ozuna.**

**Nombre del profesor: Yaneth del  
rocio espinosa espinosa.**

**Nombre del trabajo: Mapa  
Conceptual.**

**Materia: Costos.**

**Grado: 3° Cuatrimestre.**

**Grupo: LCF26SSC1022-A**



# CONCEPTO DE CONTABILIDAD DE COSTOS.



Todos los desembolsos, devengamientos o acumulaciones, realizadas por un Ente, inicialmente son "costos" dado que se trata de "sacrificios económicos originados en el desarrollo de determinada actividad a través de la cuál se busca cumplir con un objetivo dado"



La contabilidad de costos, también llamada contabilidad analítica, es una rama de la contabilidad que se encarga exclusivamente de manejar los costos de producción de una empresa.

Los desembolsos pueden "capitalizarse como activo fijo (bienes de uso), gastos o cargos diferidos u otros activos" que después se amortizarán, depreciarán o se agotarán incorporándose en el "inventario del costo del producto en el Proceso Fabril" o "gastarse" si no se relacionan con la producción y si con funciones que no son de fabricación".



Los desembolsos pueden "gastarse" o cancelarse, en el período en el cual se producen, constituyendo gastos necesarios para la obtención de ventas, reflejándose en el "Estado de Resultados".



En un "Costo", tienen la "capacidad de generar ingresos futuros" cuando los mismos sean realizados.



un "Activo" cuando "expira", es decir, desaparece como tal (venta de artículos de reventa, o de bienes producidos en el Ente o de la depreciación de Activos Fijos de las funciones no productivas) generan un ingreso en el Estado de Resultados y, como contrapartida.



## OBJETIVO DE CONTABILIDAD DE COSTOS.



La contabilidad de costos tiene como objetivo principal el mantener establecidos los precios y determinar el costo por unidad de producción.

La realización de la contabilidad de costos supone grandes beneficios para cualquier organización. Se trata de llevar a cabo un análisis minucioso de los costos de la producción, la distribución, la financiación y de la administración para después procesar toda esa información.

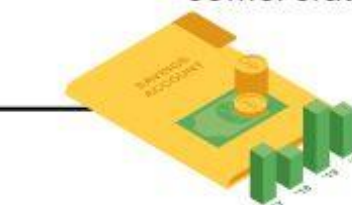
La contabilidad analítica o interna, como también se la denomina, te permitirá obtener información financiera y no financiera comprensible, comparable y útil para el proceso de toma de decisiones de la compañía, además de para evaluar la eficiencia empresarial y optimizar tu estrategia comercial.



El precio de venta normalmente no es un problema, puesto que es un valor que está claro, pero suele haber más conflictos con el coste de producción.



Para que el cálculo del margen de beneficios refleje la realidad y nos sirva en la toma de decisiones estratégicas de la empresa, tiene que ser calculado correctamente con toda la información necesaria.



Un correcto registro y control de los gastos indirectos nos permitirá calcular el margen de beneficios real.

La contabilidad de costes es una de las principales herramientas para mejorar la gestión, administración y eficiencia de tu empresa.



Estos costes indirectos incluyen conceptos muy variados como, por ejemplo, los impuestos, la promoción y publicidad, el sueldo del personal administrativo, los gastos de representación, etc.

Al existir una contabilidad de costos, una empresa es capaz de tomar decisiones de forma racional.



la administración acerca de los costos necesarios para llevar a cabo la producción y las operaciones de manufacturas.



$$\text{Margen} = \frac{(\text{venta} \cdot 100)}{\text{coste}} - 100$$

En cuanto al **beneficio sobre una venta** sabremos el porcentaje que tenemos con esta otra fórmula:

$$\text{Margen} = 100 - \frac{(\text{coste} \cdot 100)}{\text{venta}}$$

Pongamos, por ejemplo, que vendemos un producto a 2.030 euros y su coste de producción total ha sido de 875 euros. Con nuestro ejemplo, el beneficio sobre costes sería  $\frac{(2.030 \cdot 100)}{875} - 100 = 132\%$ , mientras que sobre venta sería  $100 - \frac{(875 \cdot 100)}{2.030} = 56,9\%$ .



# CLASIFICACION DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS



Todos los desembolsos, devengamientos o acumulaciones, realizadas por un Ente, inicialmente son "costos" dado que se trata de "sacrificios económicos originados en el desarrollo de determinada actividad a través de la cuál se busca cumplir con un objetivo dado"

Los desembolsos pueden "gastarse" o cancelarse, en el período en el cual se producen, constituyendo gastos necesarios para la obtención de ventas, reflejándose en el "Estado de Resultados".

Es de resaltar que un "Activo" cuando "expira", es decir, desaparece como tal (venta de artículos de reventa, o de bienes producidos en el Ente o de la depreciación de Activos Fijos de las funciones no productivas)



Costos de Producción: son los costos que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados: se clasifican en Material Directo.

Costos de Administración: son los generados en las áreas administrativas de la empresa. Se denominan Gastos.



Directos: son los costos que pueden identificarse fácilmente con el producto, servicio, proceso o departamento. Son costos directos el Material Directo y la Mano de Obra Directa.

Indirectos: su monto global se conoce para toda la empresa o para un conjunto de productos.

Predeterminados: son costos que se calculan con base en métodos estadísticos y que se utilizan para elaborar presupuestos.

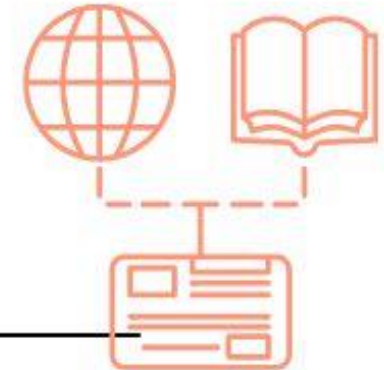


Costos del producto: este tipo de costo solo se asocia con el ingreso cuando han contribuido a generarlos en forma directa, es el costo de la mercancía vendida.



Costos Controlables: Son aquellos costos sobre los cuales la dirección de la organización (ya sea supervisores, subgerentes, gerentes, etc) tiene autoridad para que se generen o no.

Costos del periodo: son los costos que se identifican con periodos de tiempo y no con el producto, se deben asociar con los ingresos en el periodo en el que se generó el costo.



Costos de oportunidad: es el costo que se genera al tomar una determinación que conlleva la renuncia de otra alternativa.

Fuente bibliográfica: El costo es una erogación que se realiza para la adquisición de un bien o servicio con el propósito de generar ingresos (Jiménez, 2010; Warren, Reeve y Duchac, 2010).