

A large, dark blue logo consisting of a stylized graphic of three curved lines on the left, followed by the letters "UDS" in a bold, sans-serif font, and the text "Mi Universidad" in a smaller, bold, sans-serif font below it.

Nombre del Alumno: Elvin Higinio López Borrallas

Nombre del tema: investigacion

Parcial: 2^{do}

Nombre de la Materia: Contabilidad de costos

Nombre del profesor: Ronal Salaz

Nombre de la Licenciatura: contaduría

Cuatrimestre: 2^{do}

Depósitos en Garantía

- Definición: Son montos de dinero que se entregan como parte de un acuerdo para garantizar el cumplimiento de alguna obligación futura. En el caso de los activos fijos, podrían estar relacionados con la adquisición o arrendamiento de bienes de largo plazo.
- Ejemplo en activo fijo: Un depósito realizado por una empresa para garantizar el cumplimiento de un contrato de arrendamiento de una propiedad para la operación de la empresa.

Inversiones Permanentes

- Inversión Permanente: Son aquellos activos fijos adquiridos por una empresa con el propósito de mantenerlos a largo plazo (por más de un año), con el fin de utilizarlos en la producción o prestación de servicios.

documentos por cobrar a largo plazo

Los documentos por cobrar son obligaciones que otras personas o empresas tienen de pagarnos una cantidad de dinero en el futuro. Pueden derivar de diversas situaciones, como préstamos otorgados, ventas a crédito o acuerdos contractuales. Estos documentos, por lo general, toman la forma de letras de cambio o pagarés.

Cuando hablamos de documentos por cobrar a largo plazo, nos referimos a aquellos que tienen un vencimiento superior a un año (es decir, a largo plazo), lo que implica que no se espera que se paguen en el corto plazo. Por ejemplo, si una empresa otorga un crédito a otro negocio con un plazo de pago de 3 años, este crédito será clasificado como un documento por cobrar a largo plazo.

Gastos de Investigación

De acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF o IFRS) y otras normativas contables como las Normas de Información Financiera (NIF) en México, los gastos de investigación generalmente no se capitalizan como activos, sino que se reconocen como gastos en el período en el que se incurre el gasto.

Sin embargo, existe una excepción en cuanto a los gastos de desarrollo, que son una fase posterior a la investigación y que sí podrían ser capitalizados como activos diferidos si se cumplen ciertas condiciones.

gastos en etapas preoperativas

Los gastos preoperativos son aquellos que no se consideran necesarios para la operación diaria de la empresa, sino que son gastos relacionados con la fase previa al inicio de la actividad productiva o comercial. Algunos ejemplos comunes incluyen:

- Gastos de constitución: Costos asociados con la creación legal de la empresa (notaría, registros, etc.).
- Gastos de promoción o marketing previos al lanzamiento.
- Estudio de viabilidad o investigación de mercado.
- Adecuación de instalaciones antes de iniciar operaciones.
- Honorarios de consultores para planificar las operaciones.

¿Qué son los gastos de organización y administración?

1. Gastos de organización: Son aquellos costos incurridos en la fase inicial de creación de la empresa, como los honorarios legales, los costos de registro y los gastos relacionados con la constitución formal de la empresa. Por ejemplo:
 - Honorarios de abogados para la constitución de la empresa.
 - Gastos de notaría para la firma de documentos legales.
 - Registros y licencias necesarias para iniciar actividades comerciales.
2. Gastos de administración: Son aquellos costos asociados con la administración inicial del negocio, que pueden incluir:
 - Consultoría y asesoría administrativa para establecer los procesos internos.
 - Gastos de planeación y estructuración para crear políticas internas de la empresa.
 - Costos de contratación y formación de los primeros empleados clave para el funcionamiento de la empresa.

gastos de mercadotecnia

Los gastos de mercadotecnia incluyen una variedad de actividades y costos, como:

- Publicidad: En medios como televisión, radio, internet, redes sociales, etc.
- Promociones y descuentos: Ofrecer descuentos, cupones o concursos para atraer clientes.
- Investigación de mercado: Estudios y análisis para entender las necesidades y preferencias del consumidor.
- Materiales promocionales: Diseño y producción de folletos, carteles, anuncios, etc.

¿Cómo se tratan los gastos de mercadotecnia en contabilidad?

Generalmente, los gastos de mercadotecnia se reconocen como gastos en el periodo en el que se incurre en ellos. Es decir, no se capitalizan, ya que se considera que estos gastos se relacionan directamente con la operación y el ciclo de ventas de la empresa, y no se espera que generen un beneficio futuro a largo plazo.

Sin embargo, existen excepciones en las que ciertos gastos de mercadotecnia pueden ser capitalizados como un activo diferido, si cumplen ciertos requisitos.

gastos de organización

Cuando se incurre en gastos de organización, la empresa no los registra como un gasto inmediato. En su lugar, estos gastos se registran en el balance general como un activo diferido, que luego se amortiza durante un período determinado.

gastos de instalación

Los gastos de instalación incluyen una variedad de costos necesarios para la puesta en marcha de una empresa, tales como:

- Gastos de adecuación de local o planta: Costos relacionados con la adecuación de un espacio para que sea apto para operar, como reparaciones, remodelaciones, instalación de equipos, etc.

- Instalación de maquinaria o equipos: Costos asociados con la instalación de maquinaria y equipos necesarios para la producción o para realizar las actividades comerciales.
- Costos de habilitación de sistemas o tecnologías: Gastos para instalar sistemas informáticos o tecnológicos, como software de gestión, redes, etc.
- Instalación de mobiliario y otros elementos: Gastos relacionados con la compra e instalación de mobiliario de oficina, equipos de trabajo, etc.

Tratamiento contable de los gastos de instalación:

1. Capitalización como activo diferido:
Los gastos de instalación se capitalizan como activo diferido porque se espera que estos gastos generen beneficios futuros para la empresa. En lugar de reconocerlos como un gasto inmediato en el estado de resultados, se registran como un activo en el balance general, distribuyéndose en el tiempo mediante amortización.
2. Amortización:
Estos gastos se amortizan durante un periodo determinado, que generalmente es de 3 a 5 años, dependiendo de la normatividad contable que la empresa siga (por ejemplo, NIIF o NIF). La amortización permite reflejar en los estados financieros el impacto de estos gastos de forma gradual.

papelería y útiles

Los gastos de papelería y útiles incluyen todos aquellos costos asociados con la compra de materiales que se utilizan en la oficina o en las operaciones diarias de la empresa, tales como:

- Papelería: Papel, sobres, carpetas, libretas, etc.
- Útiles de oficina: Bolígrafos, lápices, marcadores, calculadoras, impresoras, etc.
- Otros suministros de oficina: Cartuchos de tinta, toners, hojas de presentación, etc.

¿Cuándo podría ser un activo diferido?

En situaciones excepcionales, si la empresa compra papelería y útiles a gran escala que se espera utilizar durante varios años o si se adquieren en grandes cantidades

para usarlos a lo largo de un largo periodo de tiempo (por ejemplo, una empresa que compra gran cantidad de papelería y suministros para toda una sede corporativa), esos suministros podrían ser clasificados temporalmente como activo diferido. Sin embargo, esto no es lo más común, y debe seguirse la política contable específica de la empresa.

propaganda y publicidad

Los gastos de propaganda y publicidad incluyen todos los costos relacionados con la promoción de productos, servicios o la marca de una empresa. Algunos ejemplos son:

- Anuncios en medios tradicionales: como televisión, radio, prensa escrita.
- Publicidad en línea: como anuncios en redes sociales, banners en páginas web, campañas de Google Ads.
- Material promocional: como folletos, carteles, y otros artículos publicitarios.
- Eventos y patrocinios: costos de eventos promocionales o patrocinios de actividades.

¿Cómo podrían ser activos diferidos?

En algunos casos, los gastos de publicidad y propaganda podrían ser considerados activos diferidos si están relacionados con una campaña publicitaria de largo plazo que tiene como objetivo un beneficio a largo plazo o si la campaña incluye costos asociados a contratos o promociones de largo plazo (por ejemplo, una campaña en medios digitales que se distribuirá a lo largo de varios años o un patrocinio significativo con beneficios prolongados).

las primas de seguro

Las primas de seguro son los pagos que realiza una empresa (o persona) a una aseguradora para tener derecho a recibir cobertura de riesgos durante un período determinado. Los seguros pueden incluir coberturas como:

- Seguro de automóvil
- Seguro de propiedad (edificio, equipo, etc.)
- Seguro de responsabilidad civil

- Seguro de salud, entre otros.

Cuando una empresa paga una prima por adelantado, por ejemplo, una prima anual, mensual o trimestral, el beneficio de la cobertura se distribuye a lo largo de ese tiempo. Por lo tanto, solo una parte de la prima se debe reconocer como gasto en el período correspondiente, mientras que el resto se capitaliza como activo diferido y se va amortizando durante el tiempo que dure la cobertura del seguro.

primas de seguro como activo diferido

1. Pago anticipado:
Si una empresa paga una prima de seguro por adelantado (por ejemplo, una póliza de un año), el pago inicial se registra como un activo diferido en el balance general.
2. Amortización:
A medida que pasa el tiempo, el valor de la prima se va reconociendo como gasto de seguro en el estado de resultados. Este proceso se conoce como amortización del activo diferido. La amortización se realiza proporcionalmente al periodo de tiempo cubierto por la póliza.

¿Qué son las rentas pagadas por anticipado?

Las rentas pagadas por anticipado son pagos que una empresa realiza por un servicio (como alquiler de una propiedad o equipo) que cubrirá un período futuro. Si se paga la renta antes de que el servicio se haya recibido, se considera un gasto pagado por anticipado y se capitaliza como un activo diferido en el balance general. A medida que pasa el tiempo y el servicio se va consumiendo (por ejemplo, el alquiler se utiliza mes a mes), el valor de este activo diferido se va amortizando y se convierte en gasto en el estado de resultados.

Tratamiento contable de las rentas pagadas por anticipado:

1. Capitalización como activo diferido:
Cuando una empresa paga la renta antes de que el período de alquiler comience, el pago se registra como un activo diferido en el balance general. Este activo se amortiza a medida que se recibe el servicio.

2. Amortización mensual:
A medida que pasa el tiempo y el servicio de alquiler se utiliza, el activo diferido se amortiza de manera proporcional. En general, se distribuye el valor total de la renta a lo largo del tiempo que cubre la renta.

¿Qué son los intereses pagados por anticipado?

Los intereses pagados por anticipado son aquellos pagos realizados antes de que el período correspondiente de tiempo haya transcurrido. Estos pagos no se reconocen como un gasto inmediato, ya que el beneficio se consumirá durante un período futuro. Por ejemplo, si una empresa paga intereses de un préstamo de 12 meses por adelantado, el pago se registra inicialmente como un activo diferido y luego se va amortizando mes a mes.

Tratamiento contable de los intereses pagados por anticipado:

1. Capitalización como activo diferido:
Cuando la empresa paga los intereses por adelantado, el monto pagado se registra inicialmente como un activo diferido. Este activo se va amortizando durante el período en que el beneficio de esos intereses se va consumiendo.
2. Amortización mensual:
A medida que pasa el tiempo y los intereses se van consumiendo, el activo diferido se va amortizando, reconociéndose como gasto en el estado de resultados.

¿Qué son las patentes y marcas?

- Patentes: Son derechos exclusivos otorgados a una empresa o persona para fabricar, usar, o vender una invención por un período determinado (generalmente 20 años). Estos derechos son valiosos para las empresas que tienen productos innovadores y buscan proteger su invención.
- Marcas: Son signos distintivos que permiten identificar productos o servicios en el mercado. Las marcas registradas otorgan el derecho exclusivo de uso, evitando que otras empresas utilicen nombres o símbolos similares en sus productos o servicios.

Ambos tipos de activos intangibles (patentes y marcas) tienen un valor para la empresa, ya que representan derechos legales que pueden generar ingresos a lo largo del tiempo.

Tratamiento contable de las patentes y marcas como activo diferido:

Si una empresa incurre en gastos relacionados con la obtención o el registro de patentes y marcas y esos gastos no corresponden a un pago inmediato, pueden ser tratados como activo diferido hasta que el beneficio económico asociado con esos activos se materialice. Los gastos de obtención o registro son considerados un activo diferido porque la empresa espera que generen beneficios durante varios años.

1. Gastos de obtención o registro:

Si los gastos relacionados con la patente o marca se realizan por adelantado (por ejemplo, tarifas de registro, honorarios legales, etc.), se pueden capitalizar como activo diferido en el balance general de la empresa.

2. Amortización:

Como los activos intangibles tienen una vida útil limitada, los gastos relacionados con ellos se amortizan durante su vida útil. La amortización es el proceso contable que distribuye el costo de estos activos a lo largo de su vida útil estimada, reconociendo el gasto gradualmente en el estado de resultados.

¿Qué son los proveedores en pasivo circulante?

Cuando una empresa compra mercancías o servicios a crédito, se genera una obligación de pago a corto plazo, que se registra como proveedores en el pasivo circulante. Este tipo de cuenta refleja el dinero que la empresa debe a sus proveedores, y se espera que la deuda se pague en un corto plazo.

Características de los proveedores en el pasivo circulante:

1. Obligaciones a corto plazo:

Los proveedores son cuentas que se deben liquidar en un plazo corto, generalmente en menos de un año.

2. Compra de bienes o servicios a crédito:

El proveedor ha entregado bienes o servicios a la empresa, pero el pago se hará en el futuro cercano, de acuerdo con las condiciones pactadas (por ejemplo, 30, 60 o 90 días).

3. Componente del ciclo operativo:
- Estas cuentas forman parte del ciclo normal de operaciones de la empresa. Por ejemplo, en una tienda minorista, los proveedores serían aquellos que suministran mercancías para la venta, y la obligación de pagar a esos proveedores generalmente vence en un corto periodo.