



INSTITUTO SUPERIOR  
TECNOLÓGICO PEILEO

# CONTABILIDAD DE COSTOS Y EMPRENDIMIENTO

---



# CONTABILIDAD DE COSTOS Y EMPRENDIMIENTO

## Directorio editorial institucional

Dr. Rodrigo Mena Mg. Rector  
Mg. Sandra Cando Coordinadora Institucional  
Mg. Oscar Toapanta Coordinador de I+D+i  
Ing. Johanna Iza Líder de Publicaciones

## Diseño y diagramación

Mg. Belén Chávez  
Mg. Santiago Mayorga

## Revisión técnica de pares académicos

Juan Carlos Pico  
IST PELILEO  
Correo: [jcpico7@gmail.com](mailto:jcpico7@gmail.com)  
Marisol Hidalgo  
IST PELILEO  
Correo: [gladysmarisolhidalgoosilva1406@gmail.com](mailto:gladysmarisolhidalgoosilva1406@gmail.com)

ISBN: 978-9942-686-66-4

DOI: <https://doi.org/10.59602/re.114>

Primera edición

Agosto 2024

<https://istp.edu.ec>

*Usted es libre de compartir, copiar la presente libro en cualquier medio o formato, citando la fuente, bajo los siguientes términos: Debe dar crédito de manera adecuada, bajo normas APA vigentes, fecha, página/s. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma arbitraria sin hacer uso de fines de lucro o propósitos comerciales; debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar restricciones digitales que limiten legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.*

Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

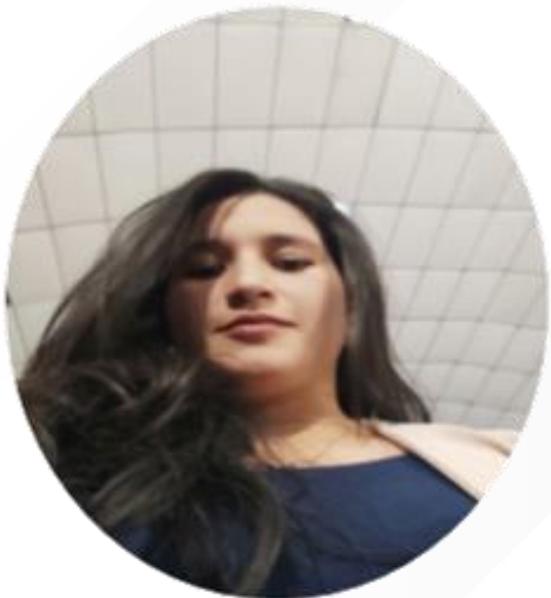


# AUTORES



*Ing. Fernando Sánchez, Mg.*

**DOCENTE**



*Ing. Graciela Hidalgo, Mg.*

**DOCENTE**

Luis Fernando Sánchez profesional en el área de Contabilidad, en el proceso de estudio en la Universidad Técnica de Ambato en su maestría en Contabilidad Mención Costos vino desarrollando investigaciones por parte de su educación realizando artículos "Los costos del contrato juvenil en las empresas industriales del Ecuador". En la actualidad docente Instituto Superior Tecnológico Pelileo, es mérito también destacar que trabajado en la Sector Industrial como FAIRIS C.A. como Jefe de Talento Humano y el sector cuero como Auxiliar de Contabilidad.

Graciela Hidalgo, es una mujer docente y emprendedora, Magíster en Contabilidad mención Costos de la Universidad Técnica de Ambato. Ingeniera en Contabilidad y Auditoría por la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador). Dedicada a la investigación sobre la moda sostenible como una estrategia de negocio. Actualmente es docente-investigadora en el Instituto Superior Tecnológico Pelileo. Ha emprendido su propia empresa de producción textil ASOTEXEL llevando su administración, gracias a su liderazgo es representante legal de JAAPS Huambaló, en calidad de contador y experta en cotos con su firma de responsabilidad lleva la contabilidad de varias empresas locales.

# PRÓLOGO

La contabilidad de costos es una disciplina fundamental de la contabilidad porque brinda a las organizaciones las herramientas necesarias para analizar, controlar y tomar decisiones basadas en la información financiera relacionada con los costos de producción de bienes y servicios. La capacidad de gestionar y optimizar los costos se ha convertido en esencial para el éxito de cualquier empresa en un entorno empresarial cada vez más competitivo y en constante cambio.

Se abordan temas importantes como los elementos del costo, los sistemas y procedimientos de costeo por órdenes, la determinación de costos para la toma de decisiones y el análisis comparativo entre varios métodos de costeo, incluido el costeo ABC.

La estructura del material está diseñada para facilitar la comprensión y aplicación de los conceptos, y proporciona ejemplos prácticos para que los lectores puedan contextualizar y reforzar lo que han aprendido.

La contabilidad de costos no es solo una herramienta para el control interno de las empresas; en realidad, es una fuente de información estratégica que ayuda a los directivos a tomar decisiones inteligentes, mejorar la eficiencia operativa y maximizar la rentabilidad.

Para tener éxito en las empresas modernas, la contabilidad de costos es esencial y nos ayuda a crecer tanto académicamente como profesionalmente.





# PRÓLOGO

El emprendimiento es una herramienta clave para la innovación, el crecimiento económico y la creación de oportunidades en un mundo en constante cambio. Esta realizada para sumergir en el fascinante universo del emprendedor, presentando un enfoque práctico y teórico que busca formar profesionales capaces de identificar oportunidades, generar ideas innovadoras y llevarlas a cabo con éxito.

A lo largo de este libro, se desarrollan temas esenciales como la creatividad, el análisis de mercado, la organización legal y técnica, y la toma de decisiones basadas en estudios de costos.

Cada capítulo está diseñado para proporcionar las herramientas necesarias a quienes buscan no solo emprender, sino también consolidar proyectos sostenibles en un entorno competitivo.

Motiva a los estudiantes a adoptar una actitud emprendedora, a innovar y a tomar riesgos calculados.





INSTITUTO SUPERIOR  
TECNOLÓGICO PELILEO

# **TOMO 1:**

# ***GENERALIDADES***

# ***CONTABILIDAD DE***

# ***COSTOS Y***

# ***EMPRENDIMIENTO***

---

Ing. Fernando Sánchez Mg.



# CONTENIDOS

## 01

### UNIDAD UNO

#### GENERALIDADES DE CONTABILIDAD DE COSTO

- 1.1. Introducción a la Contabilidad de Costos.
  - 1.1.1. La Entidad.
  - 1.1.2. Entidades mercantil y fabril.
  - 1.1.3. Distinción contable.
  - 1.1.4. Distinción entre los informes financieros.
- 1.2. Costo y contabilidad financiera.
  - 1.2.1. Costo y su clasificación.

#### EMPRENDIMIENTO Y CREATIVIDAD

- 1.3. Conceptos de emprendedor y emprendimiento.
- 1.4. La capacidad emprendedora.
- 1.5. Los escenarios del emprendimiento.
- 1.6. Creatividad

## 02

### UNIDAD DOS

#### ELEMENTOS DEL COSTO

- 2.1. Coste y gastos conceptualización.
- 2.2. Materia prima conceptualización y manejo de inventarios (Kardex).
- 2.3. MOD conceptualización, clasificación y rol de pagos.
- 2.4. CIF o GGF conceptualización.
- 2.5. Técnica que se obtienen combinando los componentes de coste.
- 2.6. Estado de coste de producción y ventas.

#### ESTUDIO DE MERCADO

- 2.7. 1 Análisis del sector seleccionado.
- 2.8. Análisis del mercado actual.
- 2.9. Análisis e identificación de las características de nuestro producto o servicio.
- 2.10. El problema de Investigación.
- 2.11. Los objetivos y supuestos de la investigación.



# CONTENIDOS

## 03

### UNIDAD TRES

#### SISTEMA DE COSTO POR ÓRDENES Y COSTOS POR PROCESOS

- 3.1. Sistema de Costos por Órdenes
  - 3.1.1. Conceptualización, objetivos y características.
  - 3.1.2. Empresas que lo utilizan.
  - 3.1.3. Ciclo y contabilización.
  - 3.1.4. Aplicación de ejercicios.
- 3.2. Sistema de Costos por Procesos.
  - 3.2.1. Conceptualización, objetivos y características.
  - 3.2.2. Empresas que lo utilizan.
  - 3.2.3. Ciclo y contabilización.
  - 3.2.4. Aplicación de ejercicios con uno y dos procesos.

#### ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

- 3.3. Determinación de objetivos y funciones de los miembros del grupo emprendedor.
- 3.4. Determinación de la estructura organizacional.
- 3.5. Aspectos legales de un negocio.

## 04

### UNIDAD CUATRO

#### DETERMINACIÓN DE LOS COSTE PARA LA TOMA DE DECISIONES COSTEO NORMAL VS ESTÁNDAR

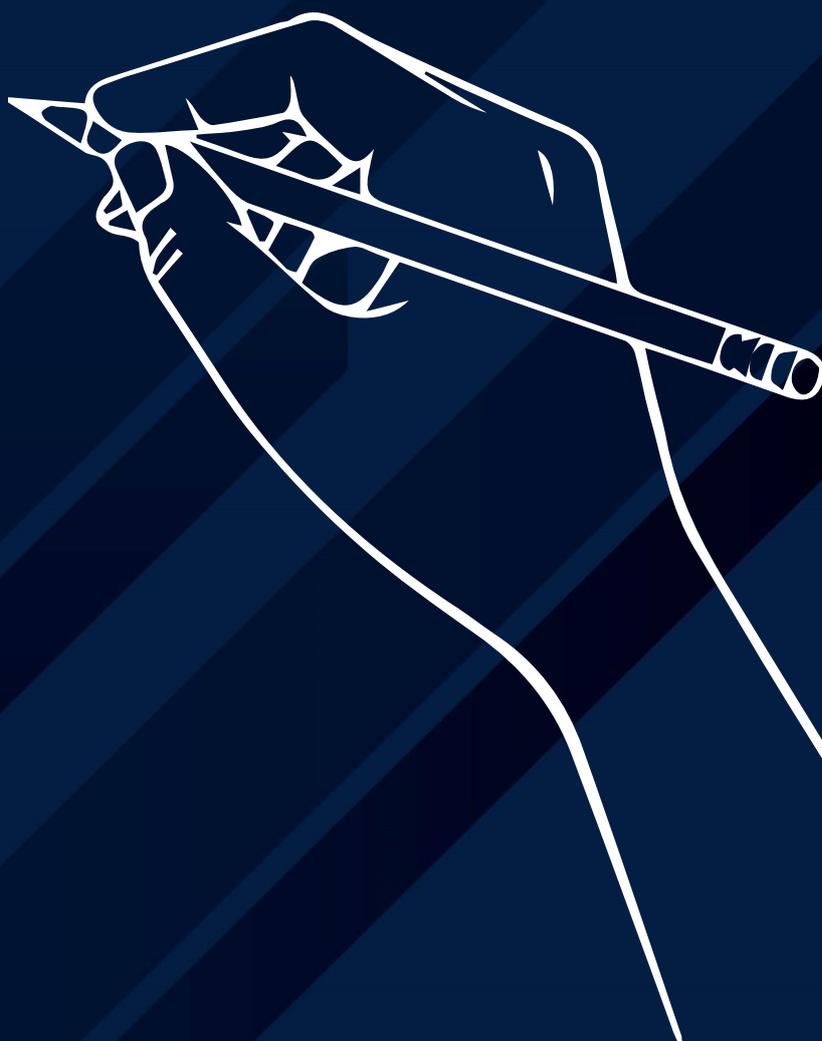
- 4.1. Conceptualización, objetivo, ventajas.
  - 4.1.1. Comparación de coste estimado y estándar.
  - 4.1.2. Determinación de coste estándar.
- 4.2. Costo ABC.
  - 4.2.1. Conceptualización, características, ventajas y desventajas.

#### ESTUDIO TÉCNICO

- 4.3. Proceso de producción, tamaño, localización
- 4.4. Materias primas, insumos, talento humano
- 4.5. Maquinaria y equipos
- 4.6. Seguridad industrial y calidad



01



# GENERALIDADES

DE CONTABILIDAD DE COSTO;  
EMPRENDIMIENTO Y CREATIVIDAD

---



# 1.1. Introducción a la Contabilidad de Costos

La contabilidad de costos es esencialmente una herramienta importante para la contabilidad y la administración, ya que proporciona a los administradores una fuente de información útil. Las empresas suelen cambiar constantemente sus productos y servicios en un entorno empresarial dinámico y competitivo, lo que requiere que la contabilidad de costos se ajuste constantemente a técnicas y criterios modernos. Debido a esa necesidad en la carrera de contabilidad del Instituto Superior Tecnológico Pelileo se comparte dentro de la malla curricular.

La materia Contabilidad de Costos tiene como objetivo orientar las técnicas para calcular los costos de bienes y servicios, así como documentar las operaciones financieras de una organización enfocada en la producción. Además, es importante que en este momento se entienda la importancia del estudio de Contabilidad de Costos II, ya que los conocimientos adquiridos nos permitirán proyectarnos en la carrera.

Los temas que se deben estudiar en este nivel pertenecen a cuatro unidades. En el primer módulo, habla pliego de los elementos del costo que utilizan las empresas industriales. También aborda los sistemas de costos por órdenes y procesos. El tratamiento contable y administrativo de los elementos de costo incluye la elaboración de

informes sobre los costos de producción individuales y agregados por cada departamento o fase del proceso productivo. Además, se examinará el sistema de costos por procesos para determinar el costo unitario de cada producto, utilizando asignaciones de recursos por departamento y transferencias de costos a las unidades finalizadas. Además, se examina una estrategia útil que puede mejorar el método de acumulación de costos. Se proporcionan pautas para establecer estándares de precio y cantidad para cada elemento de costo, así como posibles causas y efectos de las variaciones. También se ofrecen soluciones para reducir las variaciones que aumentan los coeficientes. Además, se analizan los costos ABC en el proceso de toma de decisiones.

## 1.1.1. La Entidad



**Figura 1. Entidad.**

Elaboración <http://adrian-empresas.blogspot.com/2009/09/25-palabras-claves-de-la-administracion.html>.

La empresa se dedica a ofrecer productos y servicios de alta calidad a precios competitivos con el objetivo de obtener ganancias económicas y/o sociales mediante el uso eficiente de los recursos. Toda empresa, ya sea en el ámbito industrial, comercial o de servicios, realiza operaciones económicas y financieras que afectan a la sociedad, por lo que necesita una base legal para la rendición de cuentas y una estructura financiera que permita comunicar su situación de manera clara y precisa.



**Figura 2. Clasificación Empresas.**

Elaboración

<https://www.acasesorias.com/clasificacion-de-las-empresas-por-tamano/>.

## 1.1.2. Entidades mercantil y fabril.

### **Las empresas comerciales.** -

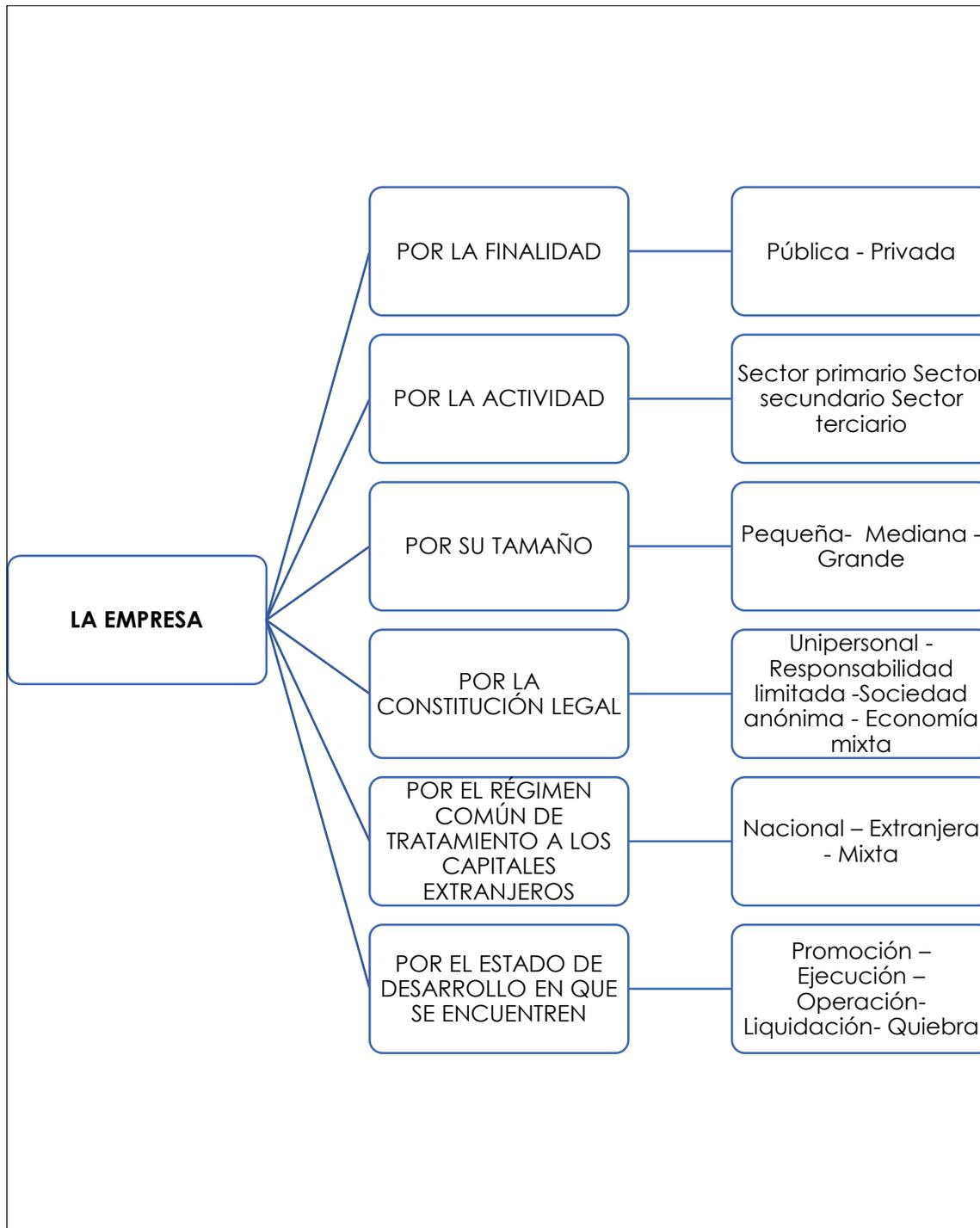
Estas empresas sirven como intermediarios entre los fabricantes y los consumidores y se dedican a la compra y venta de bienes. Esta intermediación les permite obtener altos márgenes de ganancia.

### **Las empresas industriales.** -

Aquellas que transforman la forma o de fondo las materias primas en productos terminados o semielaborados, los cuales son comercializados generando márgenes de utilidad utilizando los factores de fabricación (dinero, maquinaria, materiales, mano de obra y tecnología).

## Clasificación

Los siguientes razones por los cuales se clasifican las empresas:



**Figura 3.** Clasificación empresa.  
Elaboración propia.

## 1.1.3. Distinción contable.

EMPRESA COMERCIAL		EMPRESA INDUSTRIAL
	3. Cuenta de Inventario (Estado de situación financiera): -Mercaderías	3. Cuentas de Inventario (Estado de situación financiera): -Materia prima - Productos en proceso - Productos terminados
	2. Costo de Ventas = Precio de compra de la mercadería adquirida para la venta	2. Costo de Ventas = Costo de las materias primas + costo de su transformación en productos terminados
	1. Adquiere productos terminados y los comercializa	1. Adquiere materia prima y lo transforma en producto terminado o semielaborado. Determinar el costo de producción de los artículos terminados

**Figura 4.** Diferencias contables.  
Elaboración propia.

## 1.1.4. Distinción contable.

Las empresas comerciales administran una cuenta de inventario, pero las empresas industriales hacen lo mismo con varias cuentas.

ESTADO DE SITUACIÓN			
EMPRESA COMERCIAL		EMPRESA INDUSTRIAL	
1. ACTIVO	\$ -	1. ACTIVO	\$ -
1.1. Activo Corriente	\$ -	1.1. Activo Corriente	\$ -
1.1.1. Caja	\$ -	1.1.1. Caja	\$ -
1.1.2. Bancos	\$ -	1.1.2. Bancos	\$ -
1.1.3. Inversiones temporales	\$ -	1.1.3. Inversiones temporales	\$ -
1.1.4. Cuentas por cobrar	\$ -	1.1.4. Cuentas por cobrar	\$ -
1.1.5. Documentos por cobrar	\$ -	1.1.5. Documentos por cobrar	\$ -
1.1.6. Inventarios de mercaderías	\$ -	1.1.6. Inventarios de materiales	\$ -
		1.1.7. Inventarios de productos en proceso	
		1.1.8. Inventarios de productos terminados	
2. PASIVOS	\$ -	2. PASIVOS	\$ -
2.1.1. ....	\$ -	2.1.1. ....	\$ -
2.1.2. ....	\$ -	2.1.2. ....	\$ -
2.1.3. ....	\$ -	2.1.3. ....	\$ -
3. PATRIMONIO	\$ -	3. PATRIMONIO	\$ -
3.1.1. ....	\$ -	3.1.1. ....	\$ -
3.1.2. ....	\$ -	3.1.2. ....	\$ -
3.1.3. ....	\$ -	3.1.3. ....	\$ -

**Figura 5.**

*Diferencia del estado de situación financiera.*  
Elaboración propia.

## Estado de resultados

En las empresas industriales, el costo de ventas se calcula teniendo en cuenta tanto el costo de los materiales utilizados como otros costos relacionados con la producción y venta de bienes. Por otro lado, en las empresas comerciales, el costo de ventas se determina teniendo en cuenta el precio de compra de la mercancía que se adquiere y vende.

EMPRESA COMERCIAL		EMPRESA INDUSTRIAL	
Ventas Netas	\$ -	Ventas Netas	\$ -
(-) Costo de Ventas	\$ -	(-) Costo de Ventas	\$ -
<b>(=) Utilidad (Pérdida) Bruta</b>	<b>\$ -</b>	<b>(=) Utilidad (Pérdida) Bruta</b>	<b>\$ -</b>
(-) Gastos de administración, ventas y financieros	\$ -	(-) Gastos de administración, ventas y financieros	\$ -
<b>(=) Utilidad (Pérdida) Neta en Operaciones</b>	<b>\$ -</b>	<b>(=) Utilidad (Pérdida) Neta en Operaciones</b>	<b>\$ -</b>
<b>(=) Utilidad (Pérdida) del ejercicio antes de participación trabajadores e impuestos a la renta</b>	<b>\$ -</b>	<b>(=) Utilidad (Pérdida) del ejercicio antes de participación trabajadores e impuestos a la renta</b>	<b>\$ -</b>

**Figura 6.** Diferencia de los estados resultados.  
Elaboración propia.

## 1.2. Costo y contabilidad financiera.



**Figura 7.** Contabilidad Financiera y Costos.  
Elaboración propia.

### Contabilidad general. -

La contabilidad financiera es esencial para la gestión empresarial, con un enfoque principal en la preparación de estados financieros para clientes externos, como proveedores de fondos

y personas que están interesadas en las operaciones financieras de la empresa. Estos usuarios generalmente incluyen accionistas (propietarios) y acreedores que aportan recursos. Los informes

financieros también son útiles para inversores y analistas financieros.

Todas las transacciones económicas de la empresa se registran en la contabilidad financiera. Se elaboran estados financieros que resumen la situación económica a través del estado de situación financiera y los resultados económicos a través del estado de resultados, que destaca las ganancias o pérdidas.

**Contabilidad de costos.** - La contabilidad de costos es un sistema contable especializado diseñado para calcular, controlar y analizar los costos relacionados con la producción de bienes o servicios. La reunión y evaluación de información para uso interno ayuda a los gerentes a planificar, controlar y tomar decisiones en la organización.

La contabilidad de costos proporciona información detallada sobre los

componentes individuales del costo de producción de bienes o servicios, lo que permite calcular el costo por unidad para determinar el precio de venta y administrar las ganancias empresariales.

Para llevar a cabo este proceso contable de manera efectiva, es necesario contar con un marco legal adecuado que respalde tanto la contabilidad financiera como la contabilidad de costos. En Ecuador, el marco legal cuenta con una variedad de leyes, como las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), la Ley de Economía Popular y Solidaria, la Ley de Compañías, la Ley de Régimen Tributario y su reglamento, el Código Tributario, el Código Laboral y el Código de Producción, entre otras.

### Fines principales de la contabilidad de costos

- a) Calcule el costo unitario del producto final.
- b) Cálculo de utilidades y evaluación de inventarios.
- c) Tomar decisiones con conocimiento de cada uno de los componentes del costo.  
Establecer planes y políticas que se mantendrán a largo plazo.
- d) Ampliar o reducir el perfil de producción.



## 1.2.1. Costo y su clasificación.

Los costos industriales se pueden clasificar de varias maneras, por ejemplo:

1. De acuerdo con su función.
  - a) Costos de producción (o costos de fabricación)
  - b) Costos de marketing.
2. Acorde con el tipo de operaciones de fabricación.
  - a) A través de pedidos de producción.
  - b) A través de procesos.
3. De acuerdo con la forma en que se expresan los datos, según la fecha y el método de cálculo.
  - a) Costos acumulados.
  - b) Costos anticipados

Estimaciones

Estándar

4. Según su variabilidad.
  - a) Fijos.
  - b) Variables.
  - c) Conjuntos híbridos.

Escalonados

SemivARIABLES

5. De acuerdo con los factores económicos que afectan las decisiones administrativas.
  - a) Costos a largo plazo (Costos diferenciales, que pueden ser incrementales o decreméntales).
  - b) Los gastos incurridos
  - c) Gastos relacionados
  - d) Costos de oportunidad, y así sucesivamente.
6. Debido a su conexión con el producto.
  - a) Directos

## 1.3. Conceptos de emprendedor y emprendimiento.



### Emprendimiento.

El emprendimiento implica creación, visión y cambio, según Kuratko (2008, p. 4) y Morris (1998, p. 17), citados por Romero (2010). Para desarrollar e implementar soluciones y nuevas ideas, este proceso requiere una gran cantidad de energía y pasión.



Según Romero (2010), el emprendimiento es la habilidad de alguien para imaginar una posibilidad de negocios en el futuro, dentro de un contexto de tendencias y fuerzas macroeconómicas, y tomar las decisiones apropiadas para convertir esa idea en realidad, sin estar limitado por los recursos disponibles.

## 1.2. Actitud emprendedora

La habilidad de una persona para crear un proyecto o empresa, basada en la inspiración, la confianza y la valentía para actuar y perseverar diariamente en la consecución de sus sueños, se conoce como actitud emprendedora.

Esta actitud proviene de nuestro espíritu, el cual nos impulsa a trabajar hacia nuestros objetivos y a continuar creando un plan de vida sin conformarnos con lo que ya hemos logrado.

La iniciativa, la acción y la determinación de no esperar son características de la actitud emprendedora; refleja un fuerte deseo de autorrealización y de alcanzar el máximo potencial personal. Mantiene la pasión por alcanzar los objetivos y fomenta la creatividad, la innovación y la singularidad. Es una mentalidad que busca constantemente el éxito y la prosperidad, enfocada en el futuro. La gente que tiene una actitud emprendedora tiene ideales, evalúa constantemente su potencial y adopta una perspectiva positiva ante la vida, creando una mentalidad enfocada en el éxito.

En la economía global actual, el emprendimiento se ha convertido en una parte fundamental del espíritu empresarial, como afirman González y Parra (2008, p. 41). Salir de la zona de confort, desafiar la situación actual y romper con los paradigmas

establecidos que han influido en la cultura son aspectos de este espíritu. También requiere un cambio personal significativo, lo cual, sin duda, distingue al empresario de los demás.

Se requieren cambios en los hábitos diarios, así como la creación de nuevas estructuras mentales para examinar los problemas desde una variedad de puntos de vista y encontrar soluciones innovadoras y creativas. Es motivador recordar que, entre otros, grandes empresarios como Henry Ford, Walt Disney, Bill Gates y Steve Jobs comenzaron como emprendedores en circunstancias difíciles y lograron alcanzar el éxito empresarial.

Es posible que estos individuos hayan superado una gran cantidad de desafíos y dificultades, pero su carácter, su fortaleza, su persistencia, su carisma y su liderazgo fueron fundamentales para hacer realidad sus sueños, inspirando y realizando las aspiraciones de muchas personas a su alrededor. Según Amaru (2008, p. 1), los que movilizan recursos y asumen riesgos para establecer empresas o negocios están asociados con el espíritu emprendedor.

En su sentido más específico, el emprendimiento se refiere a aquellos que establecen una empresa, a pesar de que se presenta en múltiples campos. La capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo estilo de vida, basada en la confianza en uno mismo y la determinación de luchar diariamente por alcanzar los sueños es la actitud emprendedora.

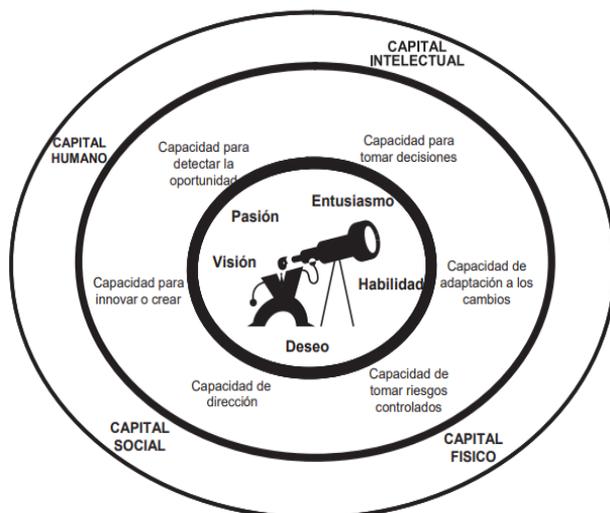
Nuestro espíritu tiene una actitud emprendedora que nos da la fuerza necesaria para luchar por nuestros principios, explorar nuevos horizontes en nuestras vidas y no conformarnos con lo

que ya tenemos. Para lograr el éxito y la prosperidad en los ámbitos personal, profesional, laboral y familiar, esta actitud es fundamental. Incluye:

- Creer.
- Inventar.
- Actuar de otra manera.

Por lo tanto, ¿qué habilidades distinguen a los empresarios exitosos de los que no lo son? Las características, habilidades y recursos fundamentales que contribuyen al éxito de los empresarios en micro y pequeñas empresas se muestran en la Figura N°1. Cada una de estas cualidades se explica a continuación. (Imagen 1)

**Figura N° 1: Características fundamentales de los emprendedores.**



Elaborado por: Ing. Graciela Hidalgo.

## 1.4. La capacidad emprendedora.

**Capacidad para detectar oportunidades**

Para un empresario es fundamental la habilidad de reconocer oportunidades; es decir, la capacidad de percibir un negocio en situaciones donde otros solo ven caos, problemas, riesgos o conflictos. Es necesario estar siempre preparado para actuar y estar informado sobre los cambios en su entorno para lograr esto. Tener humildad para reconocer que siempre hay algo nuevo que aprender, mantener una curiosidad constante para explorar el ambiente y estar muy motivado para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales también es esencial.

### **Capacidad para innovar o crear**

Para satisfacer de manera más efectiva las necesidades de los clientes en un ambiente muy cambiante, el empresario requiere la habilidad de innovar o crear nuevos productos, servicios o procesos. Estar bien informado y utilizar su ingenio para crear y comercializar productos o servicios mejorados, con el fin de obtener mejores resultados y beneficiar a los clientes, es fundamental para lograrlo. La innovación es una característica fundamental de los empresarios exitosos, según Schumpeter.

### **Capacidad para luchar frente a los inconvenientes del entorno**

La vida del empresario está llena de dificultades y cambios debido a los constantes cambios en el ambiente empresarial, los cuales pueden afectar a la empresa directa o indirectamente. Tanto el empresario como la empresa deben ser adaptables para adaptarse rápidamente a estas variaciones. El tipo de cambio, las tasas de interés, la inflación, los aranceles de importación, los métodos de pago de los clientes, los cambios demográficos, las preferencias del consumidor, los avances

tecnológicos, los desastres naturales, las plagas agrícolas y la disponibilidad de mano de obra son algunos de los factores que pueden influir en los resultados empresariales. En este contexto, el empresario debe estar preparado para adaptarse a estos cambios y anticiparlos.

### **Capacidad de adaptación a los cambios**

El empresario exitoso se adapta rápidamente a los cambios, tanto internos como externos, considerándolos como algo natural y ventajoso. Es una persona optimista que anticipa y aprovecha el cambio, transformando una amenaza en una oportunidad mediante entusiasmo, esfuerzo, dedicación, conocimientos y largas horas de trabajo. Un empresario optimista, por ejemplo, puede percibir la posibilidad de capacitar a su equipo o realizar mantenimiento en momentos de baja producción y bajos ingresos. Durante el fenómeno de El Niño, los empresarios agroindustriales tienen la posibilidad de reemplazar sus cultivos convencionales con variedades que sean resistentes a las altas temperaturas y lluvias intensas. Se esfuerza por aprovechar cualquier circunstancia, incluso las más adversas.

### **Capacidad de dirección**

Con especial énfasis en liderar el proceso de creación, visión y cambio, el empresario debe planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de su empresa mediante su iniciativa, habilidad e ingenio. Aunque es capaz de dirigir a un grupo hacia los objetivos, también debe motivar a sus compañeros para que alcancen esos objetivos con entusiasmo y dedicación. El empresario tiene la responsabilidad de establecer los objetivos y los cambios

necesarios para garantizar el desarrollo y la supervivencia a largo plazo de la compañía.

### **Capacidad para tomar riesgos calculados**

El empresario debe tomar decisiones en situaciones de alta incertidumbre porque con frecuencia no tiene toda la información necesaria. Para tomar decisiones con mayor seguridad, sin embargo, un empresario exitoso siempre se esfuerza por recopilar la mayor cantidad de información posible. Contradiendo la creencia generalizada de que toman decisiones de manera impulsiva, realiza una investigación, análisis y evaluación minuciosa antes de actuar.

### **Capacidad para tomar decisiones**

El empresario (emprendedor) se entusiasma más con el proceso de iniciar y construir una nueva empresa que con la observación y el análisis de una empresa ya establecida, a diferencia de un administrador o gerente que se concentra en dirigir y controlar las actividades de una empresa ya establecida. Por lo tanto, debe tomar decisiones para establecer un equipo fundador que pueda identificar, reunir, administrar y garantizar los recursos necesarios para la creación y el mantenimiento de la nueva empresa. Utilizando su racionalidad y su intuición, fundamentada en conocimiento, experiencia y perspectiva futura, el empresario toma decisiones incluso cuando no hay información precisa.

## 1.5. Los escenarios del emprendimiento.

Los escenarios del emprendimiento pueden variar ampliamente según diversos factores, como la industria, la ubicación geográfica, el nivel de desarrollo económico, las tendencias tecnológicas y sociales, entre otros. Aquí hay algunos escenarios comunes en los que los emprendedores pueden encontrar oportunidades:

- **Tecnología y Startups:** En un escenario tecnológico, los emprendedores pueden aprovechar avances en inteligencia artificial, blockchain, realidad aumentada, Internet de las cosas (IoT) y otras tecnologías emergentes para desarrollar nuevos productos o servicios disruptivos.
- **Economía Colaborativa:** Con el auge de la economía colaborativa, los emprendedores pueden explorar oportunidades en sectores como el transporte compartido, el alojamiento compartido, el coworking y el intercambio de habilidades y recursos.
- **Sostenibilidad y Energías Renovables:** En respuesta a las preocupaciones ambientales, los emprendedores pueden centrarse en soluciones sostenibles, como energía solar, eólica, biomasa, reciclaje, agricultura urbana y tecnologías limpias.
- **E-commerce y Mercados Digitales:** El crecimiento del comercio electrónico y los mercados digitales ofrece oportunidades para emprendedores que deseen crear plataformas de venta en línea, servicios de entrega, aplicaciones móviles de compras, marketing digital y más.
- **Salud y Bienestar:** Con el aumento del interés en la salud y el bienestar, los emprendedores pueden explorar áreas como la atención médica digital, el fitness en línea, la nutrición personalizada, la salud mental y el bienestar en el lugar de trabajo.
- **Educación y Aprendizaje Online:** El aprendizaje en línea está en auge, lo que brinda oportunidades para emprendedores en el desarrollo de plataformas educativas, cursos en línea, tutoría virtual, habilidades técnicas y educación corporativa.
- **Turismo y Experiencias** En el sector del turismo, los emprendedores pueden crear experiencias únicas, tours especializados, alojamientos temáticos, aplicaciones de viaje, servicios de reserva y actividades de turismo sostenible.
- **Ciudades Inteligentes y Movilidad:** Con la urbanización en aumento, hay oportunidades para emprendedores en áreas como la movilidad urbana, la gestión de residuos, la infraestructura inteligente, la seguridad ciudadana y la conectividad IoT en entornos urbanos. Estos son solo algunos ejemplos de escenarios en los que los emprendedores pueden encontrar oportunidades para iniciar nuevos negocios. Cada uno presenta sus propios desafíos y oportunidades, y es importante

que los emprendedores investiguen y comprendan el mercado antes de embarcarse en un nuevo proyecto empresarial.

## 1.6. Creatividad.



La creatividad es una capacidad fundamental en el mundo del emprendimiento y más allá. Aquí hay algunos aspectos clave de la creatividad y cómo puede influir en el emprendimiento:

**Generación de Ideas:** La creatividad impulsa la generación de ideas innovadoras para nuevos productos, servicios o soluciones a problemas existentes. Los emprendedores creativos pueden pensar de manera original y encontrar oportunidades donde otros no las ven.

**Resolución de Problemas:** Los desafíos son inevitables en el camino del emprendimiento, y la creatividad es esencial para encontrar soluciones efectivas y fuera de lo común. Los emprendedores creativos son hábiles para pensar de manera flexible y buscar enfoques no

convencionales para resolver problemas.

**Adaptación al Cambio:** En un entorno empresarial en constante cambio, la creatividad es una habilidad invaluable para adaptarse y prosperar. Los emprendedores creativos son más propensos a ver los cambios como oportunidades en lugar de amenazas, y pueden pivotar sus negocios de manera efectiva cuando sea necesario.



**Comunicación y Colaboración:** La creatividad también es crucial para la comunicación efectiva y la colaboración. Los emprendedores creativos pueden transmitir sus ideas de manera clara y persuasiva, y fomentar un entorno donde la colaboración y el intercambio de ideas florezcan.

**Motivación y Pasión:** La creatividad alimenta la motivación y la pasión en el emprendimiento. Cuando los emprendedores pueden expresar su creatividad a través de sus negocios, están más comprometidos y entusiasmados con su trabajo, lo que les impulsa a superar los desafíos y perseguir sus objetivos con determinación.

# PRÁCTICA 1.

**Tema:** Interés simple y compuesto.

**Resultado de aprendizaje:**

Comprender los conceptos fundamentales de la contabilidad de costos y su importancia en la toma de decisiones empresariales.

Desarrollará la capacidad de clasificar, identificar y analizar costos directos e indirectos, así como costos fijos y variables.

**Objetivo:**

Entender los principios básicos de la contabilidad de costos y su función en la gestión empresarial.

Diferenciar los tipos de costos y aprender a clasificarlos adecuadamente según su naturaleza y relación con los productos o servicios.

**INSUMOS:**

¿Qué es la contabilidad de costos y cuál es su objetivo principal?

.....  
 .....

¿Cuál es la diferencia entre la contabilidad financiera y la contabilidad de costos?

.....  
 .....

Enumera y describe brevemente los diferentes métodos de costeo utilizados en contabilidad.

.....  
 .....

¿Cuál es la importancia de la contabilidad de costos en la toma de decisiones empresariales?

.....  
 .....



¿Qué papel juega la contabilidad de costos en la determinación del precio de venta de un producto o servicio?

.....  
.....

¿Cómo se clasifican los costos según su comportamiento en relación con el volumen de producción?

.....  
.....

¿Cuál es la relación entre la contabilidad de costos y la gestión de inventarios?

.....  
.....



**Introducción contabilidad de costos**

# PRÁCTICA 1.

**Tema: Emprendimiento y creatividad.**

**Resultado de aprendizaje:**

Desarrollar la capacidad de transformar ideas creativas en proyectos empresariales viables, evaluando oportunidades de negocio.

Fomentar el pensamiento crítico y la innovación en la creación de productos o servicios, y aprenderá a superar desafíos comunes en el proceso emprender.

**Objetivo:**

Desarrollar habilidades para generar ideas innovadoras y convertirlas en oportunidades de negocio sostenibles.

Aplicar técnicas creativas en la resolución de problemas y la identificación de nuevas oportunidades en el entorno empresarial, con una visión estratégica para el desarrollo de proyectos emprendedores.

**INSUMOS:**

¿Qué nos conlleva la actitud emprendedora?

- a) No buscar nuevas oportunidades ni desafíos
- b) Permanecer en la zona de confort
- c) No tener metas claras
- d) Inventar, innovar y actuar diferente

¿Qué es el secreto para alcanzar el éxito y la prosperidad?

- a) La actitud emprendedora
- b) La falta de determinación y pasión
- c) No tener metas claras
- d) La conformidad con lo que se tiene.

¿Qué debe tener el empresario para visualizar un negocio donde otros solo ven caos o amenazas?

- a) Capacidad para luchar frente a los inconvenientes del entorno
- b) Capacidad de adaptación a los cambios
- c) Capacidad emprendedora
- d) Capacidad para innovar o crear

¿Qué debe tener el empresario para inspirar a sus colaboradores y lograr los objetivos planteados?

- a) Capacidad emprendedora
- b) Capacidad de dirección
- c) Capacidad para tomar riesgos calculados
- d) Capacidad de adaptación a los cambios

¿Qué debe tener el empresario para convertir una amenaza en una oportunidad?

- a) Capacidad para innovar o crear
- b) Capacidad de adaptación a los cambios
- c) Capacidad para luchar frente a los inconvenientes del entorno
- d) Capacidad emprendedora

¿Qué debe tener el empresario para tomar decisiones en situaciones de alta incertidumbre?

- a) Capacidad emprendedora
- b) Capacidad de adaptación a los cambios
- c) Capacidad para tomar riesgos calculados
- d) Capacidad para luchar frente a los inconvenientes del entorno.

¿Qué impulsa la generación de ideas innovadoras en el emprendimiento?

- a) La imitación de otros
- b) La creatividad
- c) El conformismo
- d) La planificación detallada

¿Qué impulsa a los emprendedores a superar desafíos y perseguir sus objetivos con determinación?

- a) La imitación de otros
- b) La conformidad
- c) La motivación y la pasión
- d) La falta de creatividad

¿Qué aspecto clave de la creatividad permite a los emprendedores pensar de manera original y encontrar oportunidades únicas?

- a) La resistencia al cambio
- b) La flexibilidad mental
- c) La planificación detallada
- d) La imitación de otros

¿Por qué es esencial la creatividad en la resolución de problemas en el emprendimiento?

- a) Para seguir las normas establecidas
- b) Para mantenerse en la zona de confort
- c) Para encontrar soluciones efectivas
- d) Para evitar los desafíos



# 02

## **ELEMENTOS**

*DEL COSTO y*

*ESTUDIO DE MERCADO.*

---

## 2.1. Coste y gastos conceptualización.

### Costos

Es el conjunto de valores que se aplican durante un período de tiempo que está claramente relacionado puede ser recuperado con la venta del producto fabricado.

### Gasto

Los recursos se utilizan en las áreas de gestión, comercialización y financiamiento.

### Gastos de administración

Son el resultado de la planificación, organización, dirección, control y evaluación que realiza la empresa.

### Costos Ventas

Ingresos generados como resultado de la actividad de ventas.

### Gastos financieros

Además, se incluyen obligaciones financieras. Las instituciones bancarias y financieras reciben pagos en forma de intereses y comisiones.

### Costos asociados con la producción

Son los gastos que surgen cuando se utilizan mano de obra, maquinaria, equipos y otros recursos para transformar materias primas en productos terminados o semielaborados. Tres componentes principales componen este gasto:

- Material de origen directo MD
- Trabajadores directos MOD
- Costos de producción. GGF

### Material directo

Este elemento crucial incluye materiales que cambian de forma o estructura para producir un producto semielaborado o terminado. Estos materiales son medibles y fácilmente distinguibles en el producto final. La tela, el hierro, la madera y otros materiales similares son ejemplos comunes.

### Material indirecto

Estos componentes pueden o no estar en el producto final. Por ejemplo, la soldadura y los hilos pertenecen al primer grupo, mientras que los empaques y los empaques pertenecen al segundo grupo. Los principales obstáculos para la cuantificación de materiales indirectos son el tiempo y los gastos.

### Materiales consumibles

A pesar de que no se incluyen en el producto final, estos componentes son necesarios para el funcionamiento normal del proceso productivo. Combustibles, lubricantes, grasas y productos de limpieza son ejemplos.

### Mano de obra directa

Es el personal que participa directamente en el proceso de transformación de materias primas en productos terminados, utilizando tanto trabajo manual como máquinas.

### Manera de trabajo indirecta

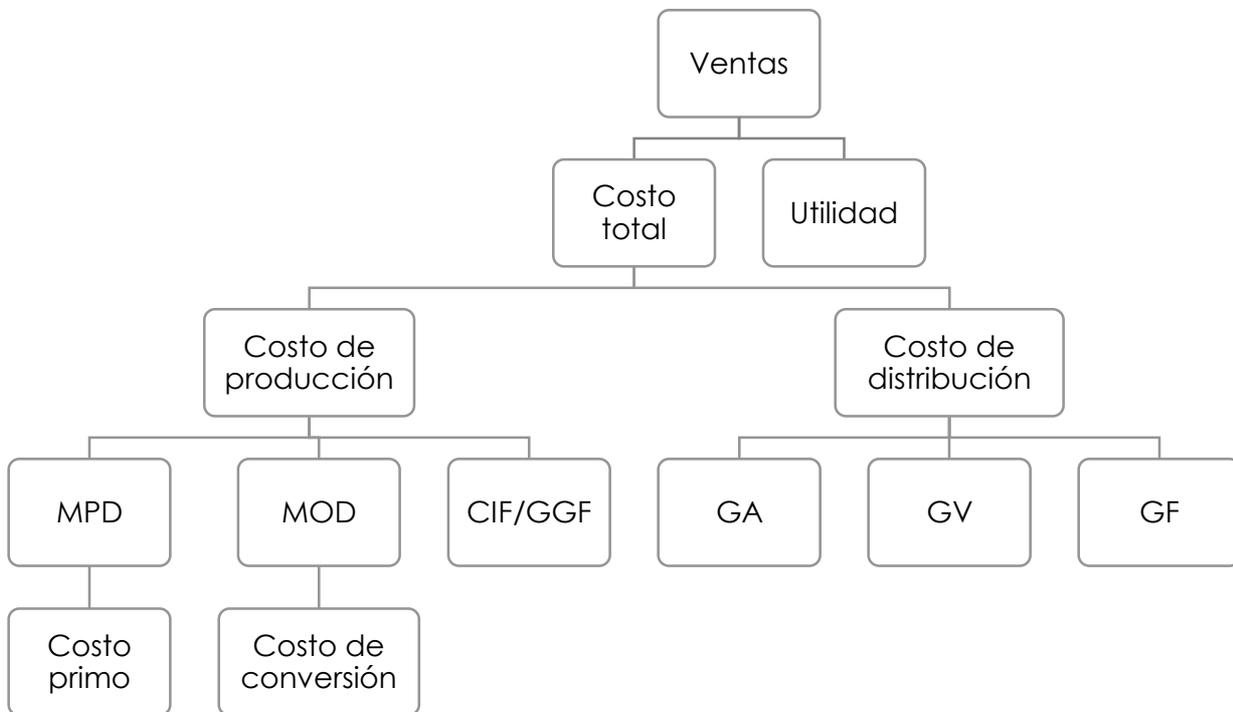
Los supervisores de fábrica, capataces, personal de mantenimiento, empleados de oficina, entre otros, son trabajadores que participan de manera indirecta en la producción de un producto.

## Costos generales asociados con la fabricación

El término "carga fabril" también se refiere a los costos generales destinados

**Fórmulas que se obtuvieron de los componentes del costo total.**

a beneficiar a todos los diversos artículos que se fabrican, y no están relacionados con un proceso o producto específico.



**Figura 8.** Componentes del costo total.  
Elaboración propia.

Las cuentas contables son útiles para los contadores y administradores porque al costear, los procesos de información creados en cada cuenta sujetarán

### a. COSTO TOTAL. (CT)

$$CT = CP + CD$$

$$CT = CP + GA + GV + GF$$

### b. COSTO DE DISTRIBUCIÓN. (CD)

$$CD = GA + GV + GF$$

### c. COSTO PRIMO. (CPr)

$$CPr = MD + MOD$$

### d. COSTOS DIRECTOS. (CDi)

$$CDi = MD + MOD$$

indicadores que les permitirán administrar y definir estrategias en relación a productos y servicios en el mercado.

### e. COSTO DE CONVERSIÓN. (CC).

$$CC = MOD + GGF$$

### f. COSTO DE PRODUCCIÓN. (CP).

$$CP = MD + MOD + GGF$$

$$CP = CPr + GGF$$

$$CP = MD + CC$$

$$CP = CDi + GGF$$

**g. EL COSTO DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD (CPu).** El resultado se puede obtener dividiendo el costo de

producción por el número de unidades producidas.

$$CPu = \frac{CP}{Q}$$

#### H. EL COSTO TOTAL POR UNIDAD (CTU).

Es la relación existente entre el número de unidades producidas y el costo total.

$$CTu = \frac{CT}{Q}$$

#### i. VENTAS (V)

$$V = CT + \text{Utilidad}$$

$$V = CT + U$$

#### j. PRECIO DE VENTA UNITARIO (PVU)

$$PVu = CPu + CDu + \text{Utilidad}$$

$$PVu = CTu + Un$$

## 2.2. Materia prima conceptualización y manejo de inventarios (Kárdex).

Desde el punto de vista contable, los materiales forman parte del inventario e incluyen todos los artículos, materiales, suministros, productos y recursos, tanto renovables como no renovables, que se pueden transformar, consumir, alquilar o vender durante las operaciones normales de una empresa.

El término genérico "materiales" se refiere a las materias primas utilizadas en la fabricación. Incluye materiales directos e indirectos.

#### Materiales directos

Es la parte del proceso de producción que cambia para convertirse en un producto final. Como la tela, la madera, el hierro y otros materiales similares, es fácil de reconocer y medir.

#### Materiales indirectos

Estos elementos no representan una porción significativa del producto final y pueden o no formar parte del mismo.

Aunque son esenciales para el producto terminado, puede ser difícil asignarlos directamente a él.

Por ejemplo, hilo, solda, pintura, fundas plásticas, cajas, etiquetas y así sucesivamente.

#### Materiales consumibles

Aunque no están incluidos en el producto terminado, son necesarios para el proceso productivo. Por ejemplo, gasolina, aceites, lubricantes, etc.

#### Vigilancia de materiales

El control de materiales se lleva a cabo en cinco etapas:

- 1) La planificación de la producción está a cargo de analizar los requisitos de materiales y hacer sugerencias sobre su adquisición.
- 2) Adquisición de materiales: recibe solicitudes de compra, obtiene



- cotizaciones de proveedores y elige el mejor; crea y emite órdenes de compra; verifica y aprueba las facturas de los proveedores, luego remite las facturas aprobadas al departamento de contabilidad general.
- 3) Recibir y examinar. Recibe materiales, verifica su cantidad, peso, calidad y otras especificaciones, ordena su traslado al almacén y envía copias de las instrucciones al almacén y al departamento de compras.
  - 4) Conservación y devolución. Recibe y firma los documentos de recepción, verifica la cantidad, el peso, la calidad y otros aspectos de los materiales, coloca los materiales en los lugares adecuados, entrega los materiales a los departamentos que lo requieran y registra la recepción y entrega en las tarjetas de almacén, prepara informes para el departamento de costos, devuelve materiales de mala calidad, recibe materiales sobrantes de los talleres y mantiene un inventario constante de materiales.
  - 5) Administración de materiales. Comprende la compra, el uso y las operaciones especiales.

### **Métodos para evaluar los inventarios y calcular los costos.**

El método de valoración de inventarios depende del costo de adquisición o producción. El costo de producción se aplica a los bienes que han sido transformados internamente, mientras que el costo de adquisición se aplica a

los bienes comprados externamente que no han sido transformados.

- i. El precio de adquisición incluye el valor de la factura, menos los impuestos deducibles y todos los gastos adicionales que surjan, hasta que los bienes se encuentren en la bodega. Solo se incluirán las imposiciones no recuperables.
- ii. El precio de producción: se calcula agregando al monto de adquisición la parte proporcional de los costos indirectos.

Los siguientes gastos fueron excluidos de los inventarios y examinados como egresos en el tiempo en que se inciden:

1. Cantidad excesiva de materiales desperdiciados, costos de mano de obra u otros costos de producción.
2. Costos de almacenamiento previos a un proceso de elaboración, a menos que sea necesario durante el proceso productivo.
3. Costos indirectos de gestión que no favorezcan a la condición y ubicación actuales de los inventarios
4. El costo de la venta.

Los métodos de valoración de costos reconocidos por NIC 2 son:

1. PEPS; primero en entrar, primero en salir
2. Promedio ponderado

### **Contabilización de los materiales.**

Es importante tener en cuenta que cuando hablamos de materiales, incluimos materiales directos para uso en proyectos particulares y materiales secundarios que se utilizan en todos los procesos productivos de la empresa.

## 1. La adquisición de materiales.

Cuando se reciben los materiales, se almacenan y se registra la factura que llega al departamento de contabilidad general, se contabiliza.

El seguimiento se lleva a cabo en tres registros:

- Registro de compras. Ingreso de materiales.
- En el libro diario general del área de Contabilidad. Se lleva a cabo el asiento contable.
- Kárdex. Registro de compras realizadas en la columna de entradas.

### Gráfica 6

Asiento contable.

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Inventario de materiales		xxx	
	Materiales directos	xxx		
	Materiales indirectos	xxx		
	Bancos			xxx
	Doc. por pagar			xxx
	v/ compra de materia prima			

**Figura 9.** Asiento Contable.  
Elaboración propia.

## 2. La utilización y/o uso de materiales.

Cada vez que se requieren materiales para el proceso de producción, se debe presentar un registro contable conocido como "Solicitud o decomiso".

La contabilidad se lleva a cabo en el departamento de contabilidad general, en este departamento.

- ✓ Se separan las solicitudes de materiales directos según el orden de producción y luego se combinan para obtener el monto total.
- ✓ Se separan las solicitudes de materiales indirectos y luego se combinan para obtener el monto total.
- ✓ Coloque el asiento contable en el libro de registro general.

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Inventario de productos en proceso		xxx	
	OP1 (MPD)	xxx		
	OP2 (MPD)	xxx		
	GGF-C		xxx	
	Materiales indirectos	xxx		
	Inventario de materiales			xxx
	Materiales directos	xxx		
	Materiales indirectos	xxx		
	v/ utilización de materia prima			

**Figura 10.** Asiento Contable.  
Elaboración propia.

### 3. Procedimientos especiales.

Cada transacción tiene sus propios procedimientos que dependen del periodo contable en que ocurra. No obstante, es importante destacar que la negociación permite obtener beneficios financieros para la empresa, como descuentos y reducciones. Además, una gestión ineficaz resultará en la

- ✓ Al costo neto

*Asiento contable*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Inventario de materiales		xxx	
	Bancos			xxx
	v/ compra de materia prima, descuento comercial ...%			

**Figura 11.** Asiento Contable.

Elaboración propia.

devolución, es posible evitar una serie de procedimientos cuando se trata de devolver materiales a los proveedores. Estas situaciones están relacionadas con los sistemas de registro y control de inventarios, como los sistemas de inventario permanente o continuo y los sistemas de inventario por cuenta múltiple o periódico.

- ✓ Al precio de factura (costo bruto)

*Asiento contable*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Inventario de materiales		xxx	
	Descuento en compras			xxx
	Bancos			xxx
	v/ compra de materia prima, descuento comercial ...%			

**Figura 12.** Asiento Contable.

Elaboración propia.

- ✓ Registro a precio de factura.
- ✓ Al momento de la compra

*Asiento contable*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
Xxx	Inventario de materiales		xxx	
	Cuentas por pagar			xxx
	v/ compra de materia prima.			

**Figura 13.** Asiento Contable.

Elaboración propia.

- ✓ Pago dentro del periodo de descuento

*Asiento contable*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Cuentas por pagar		xxx	
	Bancos			xxx
	v/ se cancela la cuenta pendiente.			

**Figura 14.** *Asiento Contable.*  
Elaboración propia.

- ✓ Pago después del periodo de descuento

*Asiento contable*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Cuentas por pagar		xxx	
	Bancos			xxx
	v/ se cancela la cuenta pendiente.			

**Figura 15.** *Asiento Contable.*  
Elaboración propia.

- ✓ Registro a precio neto (precio bruto menos descuento anticipado)  
Al momento de la compra

*Asiento contable*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Inventario de materiales		xxx	
	Cuentas por pagar			xxx
	v/ compra de materia prima.			

**Figura 16.** *Asiento Contable.*  
Elaboración propia.

- ✓ Pago dentro del periodo de descuento

*Asiento contable*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Cuentas por pagar		xxx	
	Bancos			xxx
	v/ se cancela la cuenta pendiente.			

**Figura 17.** *Asiento Contable.*  
Elaboración propia.

Pago después del periodo de descuento

Asiento contable

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	Cuentas por pagar		xxx	
	Costo financiero		xxx	
	Bancos			xxx
	v/ se cancela la cuenta pendiente.			

**Figura 18.** Asiento Contable.

Elaboración propia.

- ✓ Devoluciones en compras.

Asiento contable

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
Xxx	Bancos		xxx	
	Inventario de materiales			xxx
	Materiales directos		xxx	
	Materiales indirectos		xxx	
	v/ devolución de materia prima			

**Figura 19.** Asiento Contable.

Elaboración propia.

- ✓ Devoluciones de materiales a bodega (almacén).

Asiento contable

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
Xxx	Inventario de materiales		xxx	
	Materiales directos	xxx		
	Materiales indirectos	xxx		
	Inventario de productos en proceso			xxx
	OP1 (MPD)		xxx	
	OP2 (MPD)		xxx	
	GGF-C			xxx
	Materiales indirectos	xxx		
	v/ devolución de materia prima			

**Figura 20.** Asiento Contable.

Elaboración propia.

## 2.3. Mano de obra conceptualización, clasificación y rol de pagos

### Concepto

Es una parte adicional del costo de producción que implica el esfuerzo físico y mental de los trabajadores para convertir las materias primas en productos terminados o semielaborados. Las empresas industriales suelen clasificar a sus empleados según las funciones que realizan, como por ejemplo:

- ✓ Personal administrativo, que incluye directivos y colaboradores de departamento.
- ✓ Personal de fabricación, que incluye directores de producción, técnicos, mecánicos, supervisores, personal de mantenimiento, oficinistas de fábrica, diseñadores, trabajadores y otros.
- ✓ Personal de ventas: personas que distribuyen y venden productos terminados.

Es común que los gastos administrativos se encarguen de los costos del personal que trabaja en tareas generales, como personal de seguridad, barrenderos (limpieza), conserjes, y otros. Sin embargo, es recomendable distribuir los costos del personal proporcionalmente a las áreas en las que brindan sus servicios, como administración, producción y ventas.

### Aspectos jurídicos.

#### Los siguientes son los principales derechos laborales de un empleado:

- ✓ Estar afiliado a la seguridad social IESS desde el primer día de trabajo.
- ✓ La tabla sectorial representa el salario mínimo básico.
- ✓ Aceptar horas extras.
- ✓ Considerar los fondos de reserva a partir del año de servicio de trabajo.
- ✓ Tomar vacaciones laborales compensadas.
- ✓ Albergar un pago justo.
- ✓ Durante un período de licencia por maternidad.
- ✓ Subsidio por embarazo.

#### Las siguientes son las principales responsabilidades laborales del empleador:

- ✓ Firmar un acuerdo de trabajo.
- ✓ El contrato de trabajo debe registrarse en el Ministerio de Trabajo.
- ✓ Inscribir a su empleado en el Seguro Social.
- ✓ Pago del salario básico según la tabla sectorial.
- ✓ Asumir el 12,15% correspondiente a la seguridad social del empleador.
- ✓ Pago de horas extras.

- ✓ Realizar el pago de los sueldos décimo tercer y cuarto.
- ✓ Depositar los fondos de reserva a partir del año de labores.
- ✓ Brindar compensación por un salario justo.
- ✓ Pago de utilidades y otras ganancias que la empresa otorga al empleado.

- Área de costos
- Área de control de calidad
- Jefatura y supervisión
- Oficinistas de fabrica
- Tiempo ocioso
- Trabajo indirecto de la mano de obra directa
- Prestaciones sociales de la mano de obra directa

## Clasificación de los trabajadores

### Mano de obra directa

Es el grupo de trabajadores designados para producir una orden específica y que están directamente involucrados en la transformación de los materiales en productos terminados o semielaborados.

### Mano de obra indirecta

Los gastos generales de fabricación incluyen al personal que contribuye de manera indirecta a la producción de un producto. Para este propósito contable, se utiliza con frecuencia una cuenta conocida como mano de obra indirecta, la cual se divide en varias subcuentas debido a varios conceptos:

- Trabajo indirecto personal de fabricación
- ✓ Pago de la nómina de fábrica

### Asiento contable

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
Xxx	Nómina de fábrica		xxx	
	Bancos			xxx
	IESS por Pagar			xxx
	v/ pago de mano de obra de fábrica			

**Figura 21.** Asiento Contable.  
Elaboración propia.

## Contabilización mano de obra directa

Los departamentos de contabilidad general y de costos participan en la contabilización del 2 elemento del costo de producción. Los asientos contables de pago y cargo a la producción serán realizados por contabilidad general. El valor de la mano de obra directa se incluirá en las hojas de costos de las órdenes de producción correspondientes en la contabilidad de costos.

## Contabilización mano de obra indirecta

El asiento contable solo es elaborado por el departamento de contabilidad general.

Los gastos generales de fabricación incluyen la mano de obra indirecta.

## Nómina de fábrica

La nómina de fábrica es un papel de pago mediante el cual el negocio paga a sus empleados.

- ✓ Distribución de la nómina

#### Asiento contable

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
Xxx	Inventario de productos en proceso		xxx	
	OP1 (MOD)	xxx		
	OP2 (MOD)	xxx		
	GGF-C		xxx	
	MOI	xxx		
	Nómina de fábrica			xxx
	v/ Cargo del costo de la mano de obra de fábrica al IPP.			

**Figura 22.** Asiento Contable.  
Elaboración propia.

#### Beneficios sociales.

Son beneficios sociales de tipo legal (Código de Trabajo) y contractual (contrato colectivo) que se satisfacen y provisionan mensualmente. Se contabiliza mediante la creación de

una cuenta de pasivos sociales por pagar.

Los asientos contables siguientes se realizan por el departamento de contabilidad general:

- ✓ Beneficios sociales

#### Asiento contable

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
Xxx	Nómina de fábrica		xxx	
	Prestaciones sociales por pagar			xxx
	v/ para registrar las bonificaciones sociales por pagar.			

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
Xxx	Inventario de productos en proceso		xxx	
	OP1 (MOD)	xxx		
	OP2 (MOD)	xxx		
	GGF-C		xxx	
	MOI	xxx		
	Nómina de fábrica			xxx
	v/ Cargo del costo del costo de las prestaciones sociales a IPP.			

**Figura 23.** Asiento Contable.  
Elaboración propia.



## 2.4. Costos indirectos de fabricación conceptualización

### Definición.

Los gastos necesarios para la producción que no están directamente relacionados con el producto que se fabrica se conocen como gastos generales de fabricación. También se conocen como costos indirectos. Es difícil atribuir estos gastos a pedidos de producción particulares. Los materiales indirectos, la mano de obra indirecta, la depreciación, los impuestos, los seguros, los alquileres, los beneficios sociales para el personal indirecto, los servicios públicos y otros gastos relacionados son algunos ejemplos.

## 2.5. Técnica que se obtienen combinando los componentes de coste.

### Métodos utilizados para calcular la tasa predeterminada

La tasa predeterminada se puede calcular de varias maneras, dependiendo del fundamento que elija la empresa y expresando el nivel de fabricación presupuestado, así:

#### 1) Base: “Unidades de producto”

Característica: Producción uniforme que se centra en la producción de un solo producto.

$$TP = \frac{\text{CIF Presupuestada}}{\text{Nivel Producción Presupuestada}}$$

#### 2) Base: “Horas de mano de obra directa”.

Característica: El trabajo humano es más importante que la máquina.

$$TP = \frac{\text{CIF Presupuestada}}{\text{HMOD Presupuestada}}$$

#### 3) Base: “Costo de las horas de mano de obra directa”

Característica: Los salarios de los trabajadores directos no difieren mucho.

$$TP = \frac{\text{CIF Presupuestada}}{\text{CMOD Presupuestada}}$$

#### 4) Fundamento: “Horas máquina”.

Característica: La máquina domina la labor humana, fabricación crecientemente mecanizada y/o automatizada.

$$TP = \frac{\text{CIF Presupuestada}}{\text{H Maquina Presupuestada}}$$

### 5) Apoyo: “Costo de los materiales directos”

Característica: El costo del material directo en el producto terminado es muy representativo o importante.

$$TP = \frac{\text{CIF Presupuestada}}{\text{CMD Presupuestada}}$$

### 6) Base: “Costo primo”.

Característica: El costo de la mano de obra directa y los materiales directos influyen significativamente en el costo de producción del producto terminado.

$$TP = \frac{\text{CIF Presupuestada}}{\text{CPr Presupuestada}}$$

## 2.6. Estado de coste de producción y ventas.

La contabilidad de las empresas industriales es más complicada que la de las comerciales, ya que el costo de cada producto que vende una comercializadora será el precio de compra neto más los gastos por fletes, acarreos, y así sucesivamente. Sin embargo, la adquisición de materias primas para su transformación y posterior venta genera un costo en una industria. El costo de venta del período y los productos incluidos en el inventario

final se calculan utilizando este costo de producción.

El principal objetivo de este estado es proporcionar información útil, confiable y oportuna sobre los costos de producción en un periodo determinado, el importe de las existencias en los diferentes inventarios y calcular los costos de producción de los productos durante el período y los costos de venta.

*Formato estado de producción y ventas; estado de resultados.*

#### CASOPRACTICO S.A. ESTADO COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA

	INVENTARIO INICIAL DE MATERIA PRIMA	\$ -
(+)	COMPRA DE MATERIA PRIMA	\$ -
(=)	<b>MATERIA PRIMA DISPONIBLE</b>	<b>\$ -</b>
(-)	INVENTARIO FINAL MP	\$ -
(=)	<b>MATERIA PRIMA USADA</b>	<b>\$ -</b>
(+)	MANO DE OBRA DIRECTA	\$ -
(+)	<b>CIF</b>	\$ -
(=)	<b>COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>\$ -</b>
(+)	INVEN. INICIAL DE PRODUCTOS EN PROCESO	0
(=)	<b>COSTO DE PRODUCTOS EN PROCESO</b>	<b>\$ -</b>
(-)	INVEN. FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO	0
(=)	<b>COSTO DE PRODUCTOS TERMINADOS</b>	<b>\$ -</b>



(+)	INVEN. INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS	\$	-
(=)	<b>COSTO DE PRODUCTOS TERM DISPON VENTA</b>	\$	-
(-)	INVEN. FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS		0
(=)	<b>COSTO DE VENTAS</b>	\$	-

**Figura 25. Estado de Producción y Ventas.**

Elaboración propia.

CASOPRACTICO S.A.  
ESTADO DE RESULTADOS

	VENTAS	\$	-
(-)	COSTO DE VENTAS	\$	-
(=)	<b>UTILIDAD INDUSTRIAL</b>	\$	-
(-)	GASTOS OPERACIONALES ADMINISTRACIÓN	\$	-
(-)	GASTOS OPERACIONALES VENTAS	\$	-
(=)	<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	\$	-
(-)	15% TRABAJADORES	\$	-
(=)	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO RENTA</b>	\$	-
(-)	25% IMPUESTO RENTA	\$	-
(=)	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	\$	-

**Figura 26. Estado de Resultados.**

Elaboración propia

## 2.7. Análisis del sector seleccionado.

El estudio de mercado es una investigación sistemática que se realiza para recopilar, analizar y comprender información relevante sobre un mercado específico. Su objetivo principal es proporcionar información detallada y precisa que ayude a los emprendedores, empresas o inversionistas a tomar decisiones informadas sobre estrategias de marketing, lanzamiento de productos, expansión de negocios u otras iniciativas comerciales.



Un estudio de mercado típicamente incluye los siguientes componentes:

- **Análisis del Mercado:** Esto implica examinar el tamaño y la segmentación del mercado, identificar a los competidores clave, comprender las tendencias y patrones de consumo, así como evaluar cualquier regulación o tendencia del mercado que pueda afectar a la empresa.

- **Investigación de la Demanda:** El propósito es comprender las preferencias, necesidades y comportamientos de los clientes en el mercado objetivo. Encuestas, entrevistas, grupos focales y el análisis de datos pictográficos y demográficos pueden lograr esto.
- **Análisis de la Competencia:** Se analizan y analizan tanto los competidores directos como los indirectos en el mercado, incluyendo sus estrategias de marketing, precios y productos, así como sus fortalezas y debilidades. La empresa puede reconocer amenazas y oportunidades gracias a este análisis.
- **Estudio de Precios y Rentabilidad:** Se evalúan los precios actuales en el mercado y se analiza la sensibilidad al precio de los consumidores. También se examinan los costos de producción, distribución y marketing para determinar la viabilidad económica y la rentabilidad del negocio.
- **Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas):** Se realiza un análisis exhaustivo de las fortalezas internas y externas, las oportunidades de mercado, las debilidades internas y las amenazas externas que puedan afectar a la empresa en el mercado.

**Proyecciones y Conclusiones:** Basándose en los datos recopilados y el análisis realizado, se hacen proyecciones sobre el potencial del mercado y se extraen conclusiones sobre la

viabilidad y las estrategias recomendadas para la empresa.

## 2.8. Análisis del mercado actual.

El estudio de mercado es una herramienta fundamental para comprender el entorno comercial en el que opera una empresa, identificar oportunidades y desafíos, y tomar decisiones estratégicas fundamentadas que maximicen las posibilidades de éxito en el mercado

El mercado potencial es un conjunto de personas que tienen la posibilidad de convertirse en clientes porque podrían estar interesadas en comprar los bienes o servicios de una compañía. Este mercado potencial incluye tres grupos diferentes de individuos:

- Aquellos que nunca han recibido los servicios o bienes de la compañía.
- Los individuos que requieren los servicios o bienes de la compañía, pero no son conscientes de ello.
- Aquellos que ya han recibido servicios o bienes similares de otra compañía.

## 2.9. Análisis e identificación de las características de nuestro producto o servicio.

Las siguientes son las características de un mercado potencial:

Es un mercado al que los posibles clientes aún no han llegado: los negocios o clientes aún no han llegado a este mercado, por lo que es fundamental utilizar estrategias para posicionar la marca y atraerlos.

Los cálculos del mercado potencial son estimaciones: son aproximaciones que podrían transformarse en datos concretos.

El mercado potencial debe satisfacer las necesidades y demandas de los clientes: ofrece un producto que satisfaga al cliente potencial.

Adapta los canales de venta para cada mercado potencial: cada mercado potencial tendrá canales de venta distintos. Por ejemplo, es posible que una persona de 20 años busque un producto de manera diferente a la de una persona de 60 años.

### Segmentos del mercado potencial

## 2.10. El problema de Investigación.

Por el contrario, el mercado potencial se organiza en los siguientes grupos:

- **El mercado potencial:** Todos los posibles clientes están incluidos en este segmento más amplio. El mercado potencial sería, por ejemplo, todas las mujeres de clase media en edad fértil en España que buscan opciones



de higiene conscientes para un aceite corporal antiestrías elaborado con ingredientes 100% bio.

- **El mercado disponible:** Solo incluye a los consumidores potenciales que estén dispuestos a adquirir el servicio o producto. Las mujeres que están embarazadas serían el mercado disponible en el ejemplo.
- **El mercado efectivo:** Se refiere a los consumidores que han identificado una necesidad particular y han tomado la decisión de comprar el servicio o producto. Las mujeres embarazadas que buscan específicamente un aceite corporal anti-estrías serían el mercado efectivo en este caso.
- **Mercado meta o mercado objetivo:** Reúne a los clientes particulares de tu servicio o producto. Este grupo estaría compuesto por mujeres embarazadas que han sufrido una disminución de la elasticidad de su piel y que buscan una crema anti-estrías para prevenir su aparición. Además, debido a su compromiso con el consumo consciente y el desarrollo sostenible, también prefieren productos bio-sostenible.

La intención de compra de los clientes es la principal distinción entre el mercado meta y el mercado potencial. El mercado meta está formado por aquellos que comprarán con seguridad, mientras que el mercado potencial incluye a aquellos que podrían estar interesados en hacerlo. Además,

este segmento incluye los objetivos de ventas que una compañía establece para un período de tiempo determinado.

### Análisis de mercado potencial

Se deben evaluar múltiples factores para determinar el mercado potencial de una empresa:

Tamaño del mercado potencial: Por ejemplo, es importante considerar cuántas personas en Madrid están interesadas en este tipo de productos si tiene la intención de establecer una tienda de productos ecológicos.

- **Crecimiento del mercado:** Como se mencionó anteriormente, es posible que el grupo de interesados aumente en el futuro debido al incremento de la población joven en Madrid, a la construcción de nuevas viviendas y a un mayor interés por el medio ambiente.
- **Rentabilidad:** Se analiza esta característica mediante fórmulas como el retorno sobre las ventas y el retorno de la inversión. Podrías considerar aumentar tu margen de beneficio utilizando el caso de la tienda de productos ecológicos; al examinar los precios de los competidores y descubrir que tu calidad es superior, podrías considerar aumentar tu margen de beneficio.
- **Competencia:** Las barreras para acceder al mercado serán significativas si hay un alto nivel de competencia. Es fundamental que descubras una manera de distinguirte. Hay muchas tiendas de productos ecológicos en

Madrid, pero la tuya será la única que brinde productos de proximidad, lo que la hace destacar entre las demás.

## 2.11. Los objetivos y supuestos de la investigación.



Según el análisis previo, el negocio está dirigido a personas de entre 30 y 60 años que están preocupadas por su salud y el medio ambiente. Este grupo es tu mercado potencial porque representa el 20% de la población de la ciudad.

### El método para encontrar el mercado potencial:

Se emplea la fórmula:  $Q = n \times p \times q$  para encontrar el mercado potencial de un servicio o producto. Se explica cada variable a través del ejemplo de una tienda de vino ecológico en Madrid:

**N:** La cantidad de compradores potenciales en el segmento. Esto equivale a 40,000 personas si Madrid tiene cuatro millones de habitantes y el 1% de ellos son compradores potenciales.

**P:** El costo promedio del servicio o bien. El precio promedio del vino ecológico en este caso es de siete euros.

**Q:** El consumo promedio de cada persona. Tu investigación indica que el consumo promedio de vino ecológico es de un litro al mes.

El cálculo sería el siguiente con estos datos:

$Q = 40\,000 \times 7 \times 1 = 28\,000$  unidades de dinero.

### ¿Por qué es importante definir el mercado potencial?

Por varias razones, una empresa debe realizar un análisis del mercado potencial:

**Aumento de ventas:** Permite descubrir clientes potenciales que no se habían considerado en el pasado. Esto podría generar oportunidades de venta nuevas.

**Establecimiento de objetivos:** Al comprender el mercado potencial, ayuda a establecer metas a corto, medio y largo plazo.

**Expansión y desarrollo:** Facilita la internacionalización de la empresa y la entrada en nuevos mercados y segmentos.

El cálculo del mercado potencial debe realizarse con regularidad, ya que pueden ocurrir cambios en los resultados, como la aplicación de nuevas regulaciones que puedan afectar su servicio o producto.

## PRÁCTICA 2.

**Tema:** Elementos del costo

**Resultado de aprendizaje:**

El estudiante será capaz de identificar y clasificar los tres elementos principales del costo: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación (CIF).

Comprenderá cómo estos elementos se integran para formar el costo total de un producto o servicio.

Desarrollará la habilidad de calcular y analizar los costos asociados a la producción, y cómo estos impactan la rentabilidad de la empresa.

**Objetivo:**

Comprender los elementos del costo y su función en la determinación del costo de un producto o servicio.

Distinguir entre los costos directos (materia prima y mano de obra) y los costos indirectos de fabricación, y entender su impacto en el proceso de producción.

Aplicar métodos para el registro y control de los elementos del costo en diferentes tipos de actividades productivas, mejorando la toma de decisiones empresariales.

**INSUMOS:**

¿Qué son los elementos del costo en contabilidad?

.....  
 .....

Enumera y describe brevemente los principales elementos del costo.

.....  
 .....

¿Cuál es la diferencia entre costos directos y costos indirectos?

.....  
 .....



¿Qué son los costos fijos y los costos variables?

.....  
.....

¿Cuál es la importancia de comprender los elementos del costo en la gestión empresarial?

.....  
.....

¿Cómo se clasifican los costos según su comportamiento en relación con el volumen de producción?

.....  
.....

¿Qué papel juegan los elementos del costo en la determinación del precio de venta de un producto o servicio?

.....  
.....



**Elementos del costo**

## PRÁCTICA 2.

**Tema: Estudio de mercado.**

**Resultado de aprendizaje:**

Comprender y aplicar las herramientas necesarias para realizar un estudio de mercado que permita identificar las oportunidades y desafíos en un entorno competitivo.

Desarrollar habilidades para analizar la demanda, la competencia y los precios, y para identificar los segmentos de mercado potenciales.

Ser capaz de evaluar el mercado objetivo y tomar decisiones estratégicas fundamentadas en el análisis de datos obtenidos del estudio de mercado.

**Objetivo:**

Realizar un análisis exhaustivo del mercado para identificar las características del público objetivo, las tendencias y oportunidades en el sector.

Aplicar técnicas de investigación de mercado para obtener datos precisos sobre los consumidores, la competencia y el entorno en el que se desenvuelve el negocio.

**INSUMOS:**

¿Qué segmento del mercado potencial abarca a todos los potenciales clientes?

- a) Mercado objetivo
- b) Mercado potencial
- c) Mercado disponible
- d) Mercado efectivo

¿Cuál es el objetivo principal de un estudio de mercado?

- a) Realizar encuestas sin sentido
- b) Vender productos en el mercado objetivo
- c) Analizar la competencia de manera superficial
- d) Proporcionar información detallada y precisa para tomar decisiones informadas

¿Qué incluye el mercado disponible dentro de los segmentos del mercado potencial?

- a) Clientes que no están interesados en el producto
- b) Clientes que ya han comprado el producto
- c) Aquellos potenciales clientes dispuestos a comprar el producto o servicio
- d) Todos los potenciales clientes

¿Qué se busca comprender en la investigación de la demanda dentro de un estudio de mercado?

- a) Costos de producción
- b) Precios de la competencia
- c) Tendencias del mercado
- d) Necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores

¿Qué componente de un estudio de mercado implica examinar el tamaño y la segmentación del mercado?

- a) Análisis de la Competencia
- b) Estudio de Precios y Rentabilidad
- c) Investigación de la Demanda
- d) Análisis del Mercado

¿Qué implica el análisis FODA en un estudio de mercado?

- a) Estudio de la competencia
- b) Investigación de la demanda
- c) Análisis de precios y rentabilidad
- d) Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas

¿Qué se busca al realizar proyecciones y conclusiones en un estudio de mercado?

- a) Analizar la competencia directa
- b) Evaluar los costos de producción
- c) Entender las necesidades de los consumidores
- d) Hacer predicciones sobre el potencial del mercado y extraer conclusiones sobre estrategias recomendadas



# 03

**SISTEMA DE COSTO,  
POR ÓRDENES Y COSTOS POR  
PROCESOS;  
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y  
LEGAL.**

---

## 3.1. Sistema de Costos por Órdenes



**Figura 27. Costos por Órdenes.**

Elaboración  
<https://depositphotos.com/es/vectors/industry-worker.html>

### 3.1. Conceptualización, objetivos y características.

#### Conceptualización

Este sistema, también conocido como costos por pedidos de fabricación, lotes de trabajo o pedidos de clientes, funciona básicamente de la siguiente manera: La producción de un lote de productos idénticos generalmente comienza con una disposición de fabricación. Se pueden presentar situaciones en las que un pedido genere múltiples órdenes de producción

diferentes, lo que significa que los costos se registran según cada proceso de fabricación específico.

#### Objetivos

Se sugiere que las empresas que producen lotes individuales o unidades claramente distintivas implementen un sistema de costeo por órdenes de producción. Este método divide los gastos en costos directos e indirectos. Antes de comenzar la fabricación, se elaboran órdenes de trabajo específicas, cada una de las cuales incluye un informe detallado de los gastos.

Este sistema, también conocido como costos por pedidos de fabricación, lotes de trabajo o pedidos de clientes, funciona básicamente de la siguiente manera: La producción de un lote de productos idénticos generalmente comienza con una disposición de elaboración. En algunos procesos, un pedido puede resultar en diversas disposiciones de fabricación diferentes, por lo que los costos se acumularán por cada orden de producción individual.

#### Características

Se recomienda que las empresas que fabrican lotes o unidades individuales fácilmente identificables implementen un sistema de costos basado en órdenes de producción. Este método divide los gastos en costos directos e indirectos. Antes de comenzar la producción, se elabora una hoja de costos para cada orden específica, y la fabricación comienza con órdenes de trabajo específicas.

- Identificar los sistemas de producción en función de las

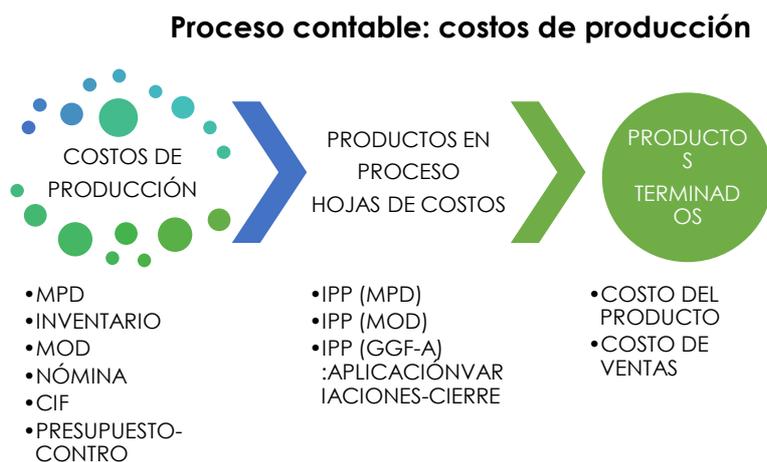
salidas de transformación y las demandas de producción.

- Investigar los costos de las disposiciones de fabricación y encontrar áreas de aplicación.
- Saber cómo se contabilizan y costean los materiales utilizando la técnica de órdenes de producción.
- Realizar ejercicios con respecto a los costos por orden de producción. Primero, los gastos materiales.

## 3.1.2. Empresas que lo utilizan.

- De impresión
- Astilleros
- Aeronáutica
- De construcción
- De ingeniería

## 3.1.3. Ciclo y contabilización.



**Figura 28. Proceso Contable costos de producción.**  
Elaboración propia

### Inventarios/Kárdex

Es un procedimiento de registro que permite un control detallado de los movimientos de inventario de una empresa. Ayuda a administrar la mercancía en el almacén al

concentrarse en los movimientos de entradas y salidas, lo que facilita la toma de decisiones sobre la reposición de productos.



Formato tarjeta Kárdex.

TARJETA KARDEX											
NOMBRE DEL ARTICULO		TABLONES PINO							N°		1
UNIDAD DE MEDIDA		TABLAS									
RESPONSABLE DE CUSTODIA											
METODO DE CONTROL		PROMEDIO									
FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS - EXISTENCIAS			
		CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL	
1/3/2021	IIMP							4	10,25	41,00	
5/3/2021	COMPRA	16	11,35	181,6				20	11,13	222,6	
16/3/2021	REQ.#125				13	11,13	144,69	7	11,13	77,91	

Figura 29. Tarjeta Kárdex.

Elaboración propia



## Mano de obra/Rol de pagos

Rol de pagos ejemplo.

#	NOMBRE	CARGO	SECCIÓN	FECHA DE INGRESO AL IESS	HORAS	HORAS NO LABORALES POR SUBSIDIO	SUELDO	SUELDO NOMINAL	INGRESOS						TOTAL INGRESOS	IESS			EGRESOS										TOTAL	LIQUIDA	PROVISIONES					
									XI II	XI V	FONDO DE RESERVA	COMIS.	EXTRAS			9.45%	PRÉSTAMOS	TOTAL	Consumo	ANT.	TRANSPORTE	FALTAS DE CAJA	MULTA	TRIBUNAL DE MENORES	SUBSIDIO IESS	OTROS DESCUENTOS	EGRESOS	RECIBIR			12.15% IESS	Vacaciones	Fondos	TOTAL	COSTO	
													H.E. 25%	H.E. 50%																						H.E. 100%
1	CORTADOR			8/6/2015	240	0	459,84	459,84	38,32	37,50	38,30	0,00	0,00	0,00	0,00	573,96	43,45	0,00	43,45	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	43,45	530,51	55,87	19,16	0,00	75,03	649,00

Figura 30. Rol de Pagos.

Elaboración propia

## Hoja de costos

Es un instrumento contable que registra y suma los costos de materiales directos, mano de obra directa y costos generales de fabricación asociados con

cada pedido individual de producción. Antes de crear las hojas de costos, es importante conocer las necesidades del cliente en una orden de producción.

Hoja de costos.

CASO PRÁCTICO								
HOJA DE COSTOS								
<b>PRODUCTO:</b>	ARCHIVADORES	NUMERO			N° 001	ORD. 234		
<b>CANTIDAD.</b>	0	TIEMPO EN PRODUCCION						
DESCRIPCION	MATERIA PRIMA DIRECTA			MANO DE OBRA			COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	
	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL	N° HORAS	VALOR HORA	TOTAL		
LAMINAS MDF	x	\$	\$					
TABLONES DE LAUREL	x	\$	\$					
SELLADOR	x	\$	\$					
LACA	x	\$	\$					
Trabajador 1				x	\$	\$		
Trabajador 2				x	\$	\$		
Trabajador 3				x	\$	\$		
CIF							\$	
			\$			\$	\$	
			-			-	-	
<b>COSTO DE PROD:</b>							\$	-
COSTO DE PROD: unitario.							\$	-
COSTO DE PROD+% DE UTILIDAD							\$	-
								0

Figura 31. Hoja de Costos.

Elaboración propia

El costo total puede calcularse sumando los costos de producción y dividiéndolo por el número de unidades producidas en la orden, lo

que el costo por unidad del producto producido es el resultado final. Este procedimiento se denomina "hoja de costos de liquidación".

*Estado de producción y ventas.*

### Estado de producción y ventas

EMPRESA ABC  
ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y  
VENTAS  
PERÍODO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020

Inv. Inc. Materia P.		
(+) Compras netas MP		
Compras Brutas MP		
(+) Fletes compras MP		
(-) Devolución Compras		
<b>Materia P. disponible</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
(-) Inv. Final. Mat. Prima		
<b>Materia P. utilizada</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
(-) Materia P. Indirecta Utilizada		
<b>MP</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
(+) MOD		
(+) CIF		
MOI		
DEPRE. MAQ Y EQ		
SEGU. FAB		
OTROS G. FAB		
MPI		
<b>Costos Producto en proceso</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
(+) IIP Proceso		
<b>Costos Producto en proceso Total</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
(-) IFP Proceso		
<b>Costo Productos Terminados</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
(+) IIP Terminados		
<b>Costo Producto en Terminados Disponible Venta</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
(-) IFP Terminados		
<b>COSTO VENTAS</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>

*Figura 32. Estado de Costos de Producción y Ventas.*

Elaboración propia



**CASO PRÁCTICO**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**PERIODO DESDE ENERO A DICIEMBRE**

Ventas netas		\$	-
	Ventas brutas		
	(-) Devolución Ventas		
(-) Costo Ventas		\$	-
Utilidades Bruta en Ventas		\$	-
(-) Gastos Operacionales		\$	-
Utilidades Operativa		\$	-

**Figura 33. Estado de Resultados.**  
 Elaboración propia

## 3.1.4. Aplicación de ejercicios.

LA EMPRESA INDUSTRIAL L@S FARANDULER@S  
 PRESENTA LA SUGUIENTE INFIRMACIÓN CORRESPONDIENTE AL MES DE NOVIEMBRE 2022

02/07/2021.- SE CUENTA CON EL INVENTARIO:

- 1200 Metros de Tela JACKET a \$8.50 C/M
- 300 Metros de Tela RIP STOP para Overol \$10 C/M
- 1000 Cierres plásticos \$0.55 C/U

05/07/2021 se recibe el siguiente pedido al departamento de producción

Orden de Producción #10

- 1120 mandiles de trabajo color azul marino en tela gabardina
- 150 Overoles en tela RIP STOP

08/07/2021 Se compra a textil Buenaño 2500 metros de gabardina a \$8,00 c/m; 5000 botones de mandil 0.10 c/u; 24 hilos color azul para los mandiles; 12 hilos para overoles cada cono de hilo \$ 6.25.

10/07/2021 El Departamento de producción solicita a bodega lo siguiente: 1980 metros de tela gabardina para mandiles y 250 metros de tela RIP STOP para los overoles

12/07/2021. Se solicita los siguientes materiales para los overoles 250 cierres; 6 hilos 20/2 para los overoles; 200 botones de mandil.; 6 hilos 20/2 para mandil.

15/07/2021. Producción solicita a bodega los siguientes materiales. 350 metros de tela gabardina.;

29/07/2021 Según el jefe de producción se reporta que las horas de los operarios se han distribuido de la siguiente manera:

400 h OVEROLES

2800 h MANDILES

Obreros	Sueldo	Fecha de ingreso	XIII	XIV	F. RESERVA
Cosedora 1	\$ 434,29	2/5/2019	ACUM	ACUM	ROL
Cosedora 2	\$ 434,29	5/8/2010	MENSUAL	MENSUAL	IESS
Cosedora 3	\$ 434,29	3/10/2022	MENSUAL	MENSUAL	

H. RECARGO 25%	H. EXTRA 50%	H. EXTRA 100%	NOTA: LAS HORAS EXTRAS SON PARTE DEL REPORTE DEL JEFE DE PRODUCCIÓN
8	2	4	
3	4	4	
2	3	4	

LA MANO DE OBRA SE DISTRIBUYEN EN FUNCIÓN DE LAS HORAS TRABAJADAS

30/07/2021 Se cancela de gastos servicios básicos de la planta de producción \$230.00

El costo de dos supervisores de producción es \$1.320 C/u y \$1700 del jefe de producción

31/07/2021 El jefe de producción informa que se ha terminado todos los artículos solicitados

LOS CIF SE DISTRIBUYEN EN FUNCIÓN DE LAS UNIDADES PRODUCIDAS

Se pide:

- Kárdex
- Rol de pagos (costo de los trabajadores)
- Elaborar y registrar las operaciones en las Hojas de Costos
- Elaborar y presentar los Estados de Costos de productos vendidos
- Elaborar y presentar los Estados de Pérdidas y Ganancias



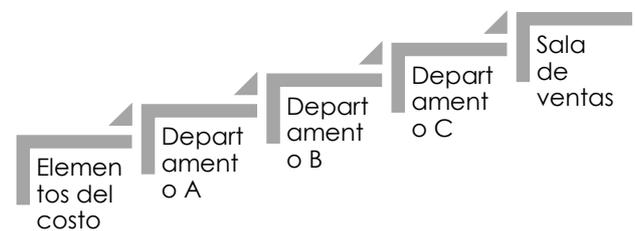
## Objetivo

Los siguientes son la finalidad principales que se oprimen con un método de costos por técnicas eficaz:

- ✚ Calcular el costo de producción de un proceso específico en un lapso de tiempo específico, determinando los componentes de costo involucrados en cada uno.
- ✚ Los costos unitarios de las unidades producidas se podrán calcular a partir de los costos de cada proceso.
- ✚ otorgar a la dirección las herramientas necesarias para llevar a cabo mecanismos de control de la producción que permitan utilizar los recursos de manera más eficiente.

## Ciclo de funcionamiento de una empresa con costos por procesos

*Ciclo de una empresa con costos por procesos.*



**Figura 35. Ciclo Costos por Procesos.**  
Elaboración propia

## 3.2.2. Empresas que lo utilizan.

- ✚ Industria de fundición de acero
- ✚ Industria de vidrio
- ✚ Industria de cerveza
- ✚ Industria de fósforo
- ✚ Industria de cemento
- ✚ Industria de harina de pescado
- ✚ Industria del carbón
- ✚ Industria del azufre
- ✚ Industria de la arena
- ✚ Industria de piedra
- ✚ La empresa de energía eléctrica
- ✚ Empresa de teléfonos
- ✚ Empresa de gas

**El sistema de costos por procesos tiene las siguientes características principales:**

- ✚ 1. Los costos se acumulan y registran por departamentos o centros de costos.
- ✚ 2. El libro mayor tiene una cuenta de trabajo en proceso para cada departamento. Los gastos del departamento se acumulan en esta cuenta.

## 3.2.3. Ciclo y contabilización.

- 3. Para determinar el trabajo en proceso en término de unidades terminadas al final de un proceso, se utilizan unidades equivalentes.
- 4. En cada período, cada departamento determina los costos unitarios.
- 5. Las unidades terminadas y los costos se transfieren al departamento o proceso siguiente.

### Registro contable

#### Materia prima/directa o indirecta. (Materiales)

En el registro del envió de elemento principal de bodega a los procesos 1, 2 y 3 o a los departamentos I, II y III, durante el periodo.

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "A"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "B"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "C"		xxx	
	INV. DE MATERIAS PRIMAS (MATERIALES)			xxx
	V/ Notas de Requisición No.....			

**Figura 36. Asiento Contable.**

Elaboración propia

#### Mano de obra/directa o indirecta. (Rol de pagos)

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "A"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "B"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "C"		xxx	
	SUELDOS POR PAGAR			xxx
	V/ Distribución de la nómina			

**Figura 37. Asiento Contable.**

Elaboración propia

#### CIF: Costos indirectos de fabricación/Gastos indirectos de fabricación

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "A"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "B"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "C"		xxx	
	COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN APLICADOS			xxx
	V/ Aplicación de los costos generales de fabricación.			

**Figura 38. Asiento Contable.**

Elaboración propia

### Trasferencias a los departamentos

El registro los cotos de las unidades que se terminaron en el Departamento "A" y se transfirieron al Departamento "B".

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "B"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "A"			xxx
	V/ transferencia del departamento "A" al departamento "B"			

**Figura 39. Asiento Contable.**

Elaboración propia

El registro los cotos de las unidades que se terminaron en el Departamento "B" y se transfirieron al Departamento "C".

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "C"		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "B"			xxx
	V/ transferencia del departamento "B" al departamento "C"			

**Figura 40. Asiento Contable.**

Elaboración propia

El registro los cotos de las unidades que se terminaron en el Departamento "C" y se transfirieron a Inventario de productos o Artículos terminados.

### Gráfica 34

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	INV. DE PRODUCTOS TERMINADOS		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO DEP. "C"			xxx
	V/ transferencia del departamento "C" a productos terminados			

**Figura 41. Asiento Contable.**

Elaboración propia

Registro de la venta a PRECIO DE VENTA.

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	CAJA		xxx	
	CUENTAS POR COBRAR		xxx	
	ANTICIPO RETENCIÓN EN LA FUENTE		xxx	
	VENTAS			xxx
	IVA EN VENTAS			xxx
	V/ factura No..... a precio de venta			

**Figura 42. Asiento Contable.**  
Elaboración propia

Registro de la venta a COSTO.

*Asiento contable.*

FECHA	DETALLE	Parcial	DEBE	HABER
xxx	COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS		xxx	
	INV. DE PRODUCTOS TERMINADOS			xxx
	V/ factura No..... al costo			

**Figura 43. Asiento Contable.**  
Elaboración propia

### 3.2.4. Aplicación de ejercicios con uno y dos procesos.

La Industrial "El Fabricante" elabora el artículo "D" en un solo proceso; en el mes de julio inicio el proceso de elaboración de 40.000 unidades de las cuales se terminaron 32.000 y 8.000 quedaron en proceso, con un porcentaje de avance

del 100% en materia prima y del 25% en mano de obra y costos generales de fabricación; los costos de producción incurridos en el mes son:

Materias Primas \$ 20.000,00

Mano de Obra 13.600,00

Costos Generales de Fabricación 6.800,00

Se vende 25.000 unidades a \$2,00 c/u



Se pide:

- a) Calcular la Producción Equivalente
- b) Elaborar el Informe de Costos de Producción
- c) Registro contable:
  - Contabilización de la Materia Prima
  - Contabilización de la Mano de Obra
  - Contabilización de los Costos Generales de Fabricación
  - Transferencia de Productos en Proceso a Productos Terminados
  - Venta de Artículos Terminados

a) Calcular la Producción Equivalente

Procedimiento de cálculo:  
Costos por distribuir

**Materias Primas**

Unidades terminadas	32000
Unidades en proceso	8000
Porcentaje de avance	100%
Unidades equivalentes (8.000 x 100%)	8000
Unidades equivalentes a productos terminados (32.000 + 8.000)	40000

$$\text{COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA} = \frac{\text{COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA}}{\text{NO. DE UNIDADES TERMINADAS}}$$

$$\text{COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA} = \frac{\$ 20.000,00}{40000} = \$ 0,50$$

**Mano de Obra**

Unidades terminadas	32000
Unidades en proceso	8000
Porcentaje de avance	25%
Unidades equivalentes (8.000 x 25%)	2000
Unidades equivalentes a productos terminados (32.000 + 2.000)	34000

$$\text{COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA} = \frac{\text{COSTO TOTAL DE}}{\text{NO. DE UNIDADES TERMINADAS}}$$





### UNIDADES EQUIVALENTES (RESUMEN)

ELEMENTOS DEL COSTO	UNIDADES TERMINADAS	UNIDADES EN PROCESO	PORCENTAJE DE AVANCE	UNIDAD EQUIVALENTE	UND. EQUIV PRODUC. TERM.	COSTO UNITARIO EQUIV.	COSTO TOTAL
MATERIA PRIMA	32000	8000	100%	8000	40000	\$ 0,50	\$ 20.000,00
MANO DE OBRA	32000	8000	25%	2000	34000	\$ 0,40	\$ 13.600,00
CIF	32000	8000	25%	2000	34000	\$ 0,20	\$ 6.800,00
<b>COSTO UNITARIO TOTAL EQUIVALENTE:</b>						\$ 1,10	

### INFORME DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

EMPRESA INDUSTRIAL EL "EL MAR"  
INFORME DE COSTOS DE PRODUCCIÓN  
DEL 1 AL 30 DE JUNIO DE 20XX

UNIDADES POR DISTRIBUIR	
UNIDADES EN PROCESO	0
INICIADAS EN EL PERÍODO	40000
TOTAL	40000

### DISTRIBUCIÓN DE UNIDADES

UNIDADES TERMINADAS	32000	
UNIDADES EN PROCESO	8000	100% MPD 25% MOD 25% CIF
<b>TOTAL:</b>	<b>40000</b>	

### COSTOS DE PRODUCCIÓN

MATERIA PRIMA	\$	20.000,00
MANO DE OBRA	\$	13.600,00
CIF	\$	6.800,00

COSTOS POR	COSTO	PRODUCCIÓN	COSTO
DISTRIBUIR	TOTAL	EQUIVALENTE UNIDADES	UNITARIO EQUIV.
UNIDADES EN PROCESO	0	0	
COSTOS DURANTE JUNIO			
MATERIA PRIMA	\$ 20.000,00	40000	\$ 0,50
MANO DE OBRA	\$ 13.600,00	34000	\$ 0,40
CIF	\$ 6.800,00	34000	\$ 0,20
TOTAL:			<u>\$ 1,10</u>

DISTRIBUCION DE COSTOS

UNIDADES TERMINADAS \$ 35.200,00

**UNIDADES EN PROCESO**

MATERIA PRIMA \$ 4.000,00

MANO DE OBRA \$ 800,00

CIF \$ 400,00

TOTAL: \$ 40.400,00

**REGISTRO CONTABLE**

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO	\$ 40.400,00	
	INV. DE MATERIAS PRIMAS		\$ 20.000,00
	MANO DE OBRA		\$ 13.600,00
	COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN		\$ 6.800,00

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
	INV. DE PRODUCTOS TERMINADOS	\$ 40.400,00	
	INV. DE PRODUCTOS EN PROCESO		\$ 40.400,00

FECHA	DETALLE	DEBE	HABER
	CAJA – BANCOS	\$ 55.500,00	
	ANTICIPO RETENCIÓN EN LA FUENTE 1%	\$ 500,00	
	VENTAS		\$ 50.000,00
	IVA EN VENTAS		\$ 6.000,00

	COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	27500	
	INVENTARIO DE PRODUCTOS TERMINADOS		27500
	V/ a precio de costo (25.000 unidades a \$ 1,10)		

### Ejercicio de aplicación con dos procesos

La empresa industrial Los Andinos, produce el artículo "XX" en dos procesos. Inicia la producción de 1.000 unidades, correspondiente a enero del 2012, de las cuales se terminan (proceso 1) 700 unidades, las mismas que se transfieren al proceso 2; quedando en proceso las restantes 300 unidades con una terminación de materia prima del 100%, mano de obra y costos indirectos de fabricación del 50%

En el proceso 2 se terminan 600 unidades y en proceso quedan 100 unidades con una terminación de mano de obra del 60% y costos indirectos de fabricación del 80%

Los costos de producción tienen los siguientes datos:

Elementos	Proceso 1	Proceso 2
MPD	10000	0
MOD	4000	5000
CIF	6000	8000

Realizar:  
Con esta información, realizar la distribución de costos para los procesos 1 y 2 en la elaboración del artículo "A"  
1. Contabilización en el diario



2. Estado de costos de producción  
3. Demostración matemática

EMPRESA INDUSTRIAL "LOS ANDES"  
INFORME DE UNIDADES DE PRODUCCIÓN  
CORRESPONDIENTE AL MES DE ENERO  
2012

	PROCESO 1	PROCESO 2
UNIDADES INICIALES DEL PERIODO	1000,00	
UNIDADES RECIBIDAS DEL PERIODO	0,00	700,00
TOTAL:	1000,00	700,00
UNIDADES TERMINADAS Y TRANSFERIDAS	700	600
UNIDADES EN PROCESO	300	100
MPD	100%	0
MOD	50%	60%
CIF	50%	80%
TOTAL:	\$ 1.000,00	\$ 700,00

**COSTOS UNITARIOS PARA CADA ELEMENTO DEL COSTO**

**PROCESO 1**

COSTO UNITARIO MP =	$\frac{\text{COSTO TOTAL MP}}{\text{UNIDADES EQUIVALENTES}}$	$\frac{\$ 10.000,00}{700 + 300 (50\%)}$	\$ 10,00
COSTO UNITARIO MO =	$\frac{\text{COSTO TOTAL MO}}{\text{UNIDADES EQUIVALENTES}}$	$\frac{\$ 4.000,00}{700 + 300 (50\%)}$	\$ 4,70
COSTO UNITARIO CIF =	$\frac{\text{COSTO TOTAL CIF}}{\text{UNIDADES EQUIVALENTES}}$	$\frac{\$ 6.000,00}{700 + 300 (50\%)}$	\$ 7,06
	<b>COSTO UNITARIO TOTAL:</b>		<b>\$ 21,76</b>

**ASIGNACIÓN DE LOS COSTOS PROCESO 1**

TERMINADAS

700 X 21,764706

\$	15.235,29
----	-----------

EN PROCESO

MATERIA PRIMA 300 AL (100%) X \$ 10,00

\$	3.000,00
----	----------

MANO DE OBRA 300 AL (50%) X \$ 4,7058824

\$	705,88
----	--------

CIF 300 AL (100%) X \$ 7,058824

\$	1.058,82
----	----------

**TOTAL EN PROCESO**

<b>\$</b>	<b>4.764,70</b>
-----------	-----------------

**TOTAL COSTOS ASIGNADOS**

<b>\$</b>	<b>19.999,99</b>
-----------	------------------

**COSTOS UNITARIOS PARA CADA ELEMENTO DEL COSTO****PROCESO 2**

COSTO UNITARIO

MO =

<u>COSTO TOTAL MO</u>	\$ 5.000,00	\$	7,58
-----------------------	-------------	----	------

\$

5.000,00

\$

7,58

UNIDADES

600 + 100 (60%)

EQUIVALENTES

COSTO UNITARIO

CIF =

<u>COSTO TOTAL CIF</u>	\$ 8.000,00	\$	11,77
------------------------	-------------	----	-------

\$

8.000,00

\$

11,77

UNIDADES

600 + 100 (80%)

EQUIVALENTES

**COSTO UNITARIO TOTAL:**

<b>\$</b>	<b>19,35</b>
-----------	--------------

**ASIGNACIÓN DE LOS COSTOS PROCESO 2**

TERMINADAS

600 X 41,105170

\$	24.663,10
----	-----------

EN PROCESO

MANO DE OBRA 100 AL (60%) X \$ 7,575758

\$	454,55
----	--------

CIF 100 AL (80%) X \$ 11,764706

\$	941,18
----	--------

COSTO DEL PROCESO

\$	2.176,47
----	----------

ANTERIOR 100 x 21,764706

**TOTAL EN PROCESO**

<b>\$</b>	<b>3.572,20</b>
-----------	-----------------

TOTAL COSTOS ASIGNADOS

**\$ 28.235,30**

## INFORME DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTO DEL PERIODO:	PROCES 1	COSTO	PROCESO 2	COSTO
		UNITADIO		UNITADIO
MATERIA PRIMA	\$ 10.000,00	\$ 10,00	\$ -	\$ -
MANO DE OBRA	\$ 4.000,00	\$ 4,70	\$ 5.000,00	\$ 7,58
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 6.000,00	\$ 7,06	\$ 8.000,00	\$ 11,77
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 21,76</b>	<b>\$ 13.000,00</b>	<b>\$ 19,35</b>
RECIBIDO DEL PROCESO ANTERIOR	\$ -	\$ -	\$ 15.235,29	\$ 21,77
<b>TOTAL A ASIGNAR O DISTRIBUIR</b>	<b>\$ 20.000,00</b>	<b>\$ 21,76</b>	<b>\$ 28.235,29</b>	<b>\$ 41,12</b>

EMPRESA INDUSTRIAL "LOS ANDES"

LIBRO DIARIO

Fecha	Detalle	Parcial	Debe	Haber
	INV. PRODUCTOS EN PROCESO (P1)		\$20.000,00	
	MATERIA PRIMA			
	MANO DE OBRA			
	CIF	INV. MATERIA PRIMA		\$ 10.000,00
		NOMINA POR PAGAR		\$ 4.000,00
		CUENTAS POR PAGAR		\$6.000,00
	costos de producción del mes proceso 1			

	INV. PRODUCTOS EN PROCESO (P2)		\$13.000,00	
	MANO DE OBRA			
	CIF			
		NOMINA POR PAGAR		\$ 5.000,00
		CUENTAS POR PAGAR		\$8.000,00
	costos de producción del mes proceso 2			



	INV. PRODUCTOS EN PROCESO (P2)			\$15.235,30	
		INV. PRODUCTOS EN PROCESO (P1)			\$15.235,30

	INV. PRODUCTOS TERMINADOS			\$24.663,10	
		INV. PRODUCTOS EN PROCESO (P2)			\$24.663,10

EMPRESA INDUSTRIAL LOS ANDES  
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN  
DEL MES DE ENERO DEL 2012

<b>MATERIA PRIMA UTILIZADA</b>		\$ 10.000,00
PROCESO 1	\$ 10.000,00	
<b>MANO DE OBRA</b>		\$ 9.000,00
PROCESO 1	\$ 4.000,00	
PROCESO 2	\$ 5.000,00	
<b>COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>		\$ 14.000,00
PROCESO 1	\$ 6.000,00	
PROCESO 2	\$ 8.000,00	
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$ 33.000,00</b>
(+) INV. INICIAL DE PRODUCTOS EN PROCESO		\$ -
(-) INV. FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO		\$ 8.336,90
PROCESO 1	\$ 4.764,70	
PROCESO 2	\$ 3.572,20	
<b>COSTO DEL PRODUCTO TERMINADO</b>		<b>\$ 24.663,10</b>

---

CONTADOR

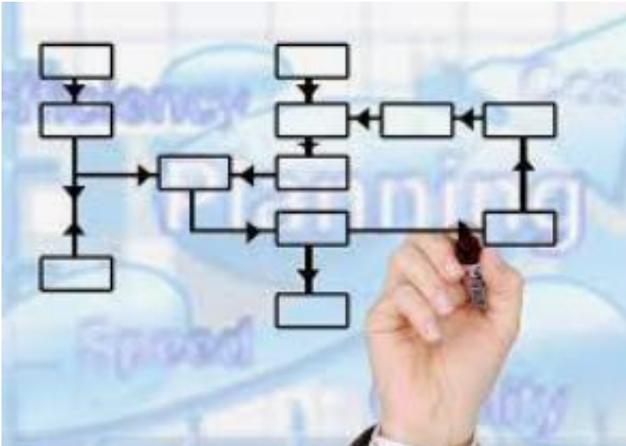
---

GERENTE

### 3.3. Determinación de objetivos y funciones de los miembros del grupo emprendedor.

El estudio organizacional es un proceso de investigación y análisis que se lleva a cabo para comprender y evaluar diversos aspectos de una organización.

Su objetivo principal es obtener una visión clara y completa de la estructura, cultura, procesos, recursos humanos y desempeño de la organización. Este estudio proporciona información crucial que puede ser utilizada para identificar áreas de mejora, tomar decisiones estratégicas y diseñar planes de acción para alcanzar los objetivos de la organización.



El estudio organizacional generalmente incluye los siguientes aspectos:

### 3.4. Determinación de la estructura organizacional.

Se analiza la estructura de la organización, incluyendo la jerarquía de autoridad, la

división del trabajo, los canales de comunicación y la coordinación entre departamentos y unidades.

La estructura organizacional se refiere a la manera en que se organiza una empresa para llevar a cabo sus actividades y alcanzar sus objetivos. Aquí te presento algunos de los principales tipos de estructuras organizacionales:

- *Estructura Funcional:* En este tipo de estructura, la organización se organiza en función de las funciones específicas que realiza, como ventas, marketing, finanzas, recursos humanos, etc. Cada departamento o función tiene su propio conjunto de responsabilidades y está dirigido por un gerente funcional.
- *Estructura Divisional:* En una estructura divisional, la empresa se organiza en divisiones separadas, cada una centrada en un producto, servicio, mercado geográfico o cliente específico. Cada división funciona de manera autónoma y tiene su propia cadena de mando.
- *Estructura Matricial:* La estructura matricial combina elementos de la estructura funcional y divisional. Los empleados suelen pertenecer a equipos multifuncionales que trabajan en proyectos específicos, reportando tanto a un gerente funcional como a un gerente de proyecto.
- *Estructura en Red:* En una estructura en red, la organización se basa en relaciones colaborativas con socios

externos, proveedores, contratistas y otras organizaciones. La coordinación y la toma de decisiones se llevan a cabo en gran medida a través de estas redes de relaciones.

- **Estructura Plana:** En una estructura plana, hay pocos niveles jerárquicos y la comunicación es más directa. Esto promueve la agilidad y la toma de decisiones rápidas, pero puede ser menos adecuado para organizaciones más grandes o complejas.
- **Estructura Jerárquica:** En una estructura jerárquica tradicional, la autoridad y la toma de decisiones fluyen de arriba hacia abajo a través de varios niveles de jerarquía. Cada nivel tiene su propio conjunto de responsabilidades y supervisa los niveles inferiores.
- **Estructura Organizacional Flexible:** Esta estructura está diseñada para adaptarse rápidamente a los cambios del entorno empresarial. Puede incluir equipos multifuncionales, roles flexibles y una cultura de colaboración y adaptabilidad.

Estos son solo algunos ejemplos de estructuras organizacionales comunes. La elección de una estructura adecuada depende de varios factores, como el tamaño y la naturaleza del negocio, sus objetivos estratégicos, su entorno competitivo y su cultura empresarial. Es importante seleccionar una estructura que facilite la eficiencia, la comunicación y la consecución de los objetivos organizacionales.

### **Cultura Organizacional.**

Se examinan los valores, creencias, normas y comportamientos compartidos dentro de la organización. La cultura organizacional influye en la forma en que se toman decisiones, se interactúa entre los miembros y se abordan los desafíos.

### **Procesos y Operaciones.**

Se estudian los procesos y procedimientos utilizados para llevar a cabo las actividades y operaciones diarias de la organización. Esto incluye la evaluación de la eficiencia, la efectividad y la calidad de los procesos.

Los procesos y operaciones son el corazón de cualquier organización. Se refieren a las actividades y procedimientos que una empresa lleva a cabo para producir bienes o servicios, cumplir con sus objetivos y satisfacer las necesidades de sus clientes. Aquí hay algunos ejemplos de procesos y operaciones comunes en una organización:



**Proceso de Producción:** Este proceso incluye todas las actividades relacionadas con la fabricación o producción de bienes. Puede involucrar la adquisición de materias primas, la transformación de los materiales, el ensamblaje de componentes, el control de calidad y la distribución del producto final.

**Proceso de Servicio al Cliente:** Este proceso se centra en la atención y el servicio al cliente. Puede incluir actividades como la recepción de pedidos, la gestión de consultas y reclamaciones, la entrega de productos o servicios, el soporte técnico y la atención postventa.

**Proceso de Logística y Cadena de Suministro:** Este proceso se encarga de la gestión y coordinación de la cadena

de suministro, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final al cliente. Incluye actividades como el almacenamiento, el transporte, la gestión de inventarios y la planificación de la producción.

**Proceso de Recursos Humanos:** Este proceso abarca todas las actividades relacionadas con la gestión del talento humano dentro de la organización. Puede incluir la contratación de personal, la formación y el desarrollo, la evaluación del desempeño, la gestión de nóminas y beneficios, y la resolución de conflictos laborales.

**Proceso de Marketing y Ventas:** Este proceso se enfoca en la promoción y comercialización de los productos o servicios de la empresa. Incluye actividades como la investigación de mercado, la planificación de campañas publicitarias, la generación de leads, la gestión de relaciones con los clientes y el cierre de ventas.

**Proceso de Gestión Financiera:** Este proceso implica la gestión de los recursos financieros de la organización. Incluye actividades como la elaboración de presupuestos, la contabilidad y la elaboración de informes financieros, la gestión de inversiones, la planificación fiscal y el control de costos.



**Proceso de Innovación y Desarrollo:** Este proceso se centra en la

investigación, desarrollo e innovación de nuevos productos, servicios o procesos. Incluye actividades como la generación de ideas, la investigación y desarrollo, la prueba de conceptos, la comercialización de productos y la protección de la propiedad intelectual.

La eficiencia y la efectividad de estos procesos son fundamentales para el éxito y la competitividad de la empresa. Por lo tanto, es importante analizar y mejorar continuamente estos procesos para garantizar que estén alineados con los objetivos organizacionales y satisfagan las necesidades de los clientes.

### **Recursos Humanos.**

Se analizan los recursos humanos de la organización, incluyendo la composición del personal, las competencias y habilidades, la motivación y satisfacción laboral, el clima laboral, así como las políticas y prácticas de gestión del talento.

### **Desempeño Organizacional.**

Se evalúa el desempeño general de la organización en términos de cumplimiento de objetivos, rentabilidad, satisfacción del cliente, innovación, entre otros indicadores clave de rendimiento.

### **Factores Externos a la organización.**

Los factores externos son aquellas influencias y elementos que provienen del entorno exterior a la organización y que pueden afectar su funcionamiento, desempeño y resultados. Estos factores externos pueden ser tanto de naturaleza macroeconómica como socio-cultural, político-legal, tecnológica y ambiental. Aquí hay una descripción de cada uno de estos factores:

**Macroentorno Económico:** Incluye factores económicos a gran escala que afectan a la economía en su conjunto, como el ciclo económico (expansión, recesión), tasas de interés,

inflación, tipo de cambio, políticas fiscales y monetarias, crecimiento del PIB, entre otros.

**Entorno Socio-Cultural:** Comprende las normas, valores, creencias, comportamientos y tendencias de la sociedad en la que opera la organización. Esto incluye aspectos como la demografía, la estructura familiar, los estilos de vida, las preferencias del consumidor, las tendencias culturales y las actitudes hacia el trabajo y el consumo.

**Entorno Político-Legal:** Incluye las leyes, regulaciones, políticas gubernamentales, sistemas legales y factores políticos que pueden afectar a la organización. Esto abarca aspectos como la estabilidad política, los impuestos, las regulaciones laborales, las normativas medioambientales, las políticas comerciales y de competencia, y las leyes de propiedad intelectual.

**Entorno Tecnológico:** Comprende los avances tecnológicos y la adopción de nuevas tecnologías que pueden impactar en la industria y en la forma en que la organización realiza sus operaciones. Esto incluye aspectos como la innovación, la automatización, la digitalización, la inteligencia artificial, la robótica, la Internet de las cosas, entre otros.



**Entorno Ambiental:** Se refiere a los factores ambientales y ecológicos que pueden afectar a la organización, así como a su responsabilidad social y ambiental. Esto incluye aspectos como el cambio climático, la sostenibilidad, la gestión de residuos, la conservación de recursos naturales, las políticas ambientales y las demandas de los grupos de interés ambientales.

El estudio organizacional proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y el diseño de intervenciones que permitan mejorar el funcionamiento y el rendimiento de la organización en su conjunto.

### 3.5. Aspectos legales de un negocio.

Se evalúa el grado en que la organización cumple con las leyes y regulaciones aplicables en su industria y ubicación geográfica. Esto puede incluir leyes laborales, fiscales, de protección al consumidor, ambientales, de privacidad de datos, entre otras.

# PRÁCTICA 3.

**Tema: Sistema de costo por órdenes y costos por procesos**

**Resultado de aprendizaje:**

Diferenciar entre los sistemas de costos por órdenes de producción y costos por procesos, y entender en qué tipo de industrias o situaciones se aplica cada uno.

Desarrollará la capacidad de aplicar correctamente el método de costeo adecuado según el tipo de producción, ya sea por órdenes específicas o procesos continuos.

Analizará y registrará los costos en cada etapa del proceso productivo o para cada orden de producción, mejorando la precisión en el control y gestión de costos.

**Objetivo:**

Entender las características y diferencias entre el sistema de costo por órdenes y el sistema de costo por procesos.

Aplicar el sistema de costeo adecuado según el tipo de producción en una empresa, ya sea para productos personalizados (por órdenes) o para productos en masa (por procesos).

Desarrollar habilidades de cálculo y registro en ambos sistemas, asegurando una correcta distribución de los costos y su impacto en la rentabilidad del negocio

**INSUMOS:**

¿Cuál es la principal diferencia entre los sistemas de costos por órdenes de producción y costos por procesos?

.....  
.....

¿En qué tipo de industrias es más común utilizar el sistema de costos por órdenes de producción?

.....  
.....



¿Cuáles son los pasos principales en el sistema de costos por órdenes de producción?

.....  
.....

¿Qué tipo de productos o industrias se benefician más del sistema de costos por procesos?

.....  
.....

¿Cuáles son los principales pasos en el sistema de costos por procesos?

.....  
.....

¿Cómo se determina el costo unitario en el sistema de costos por órdenes de producción y en el sistema de costos por procesos?

.....  
.....

¿Cuáles son las ventajas y desventajas de cada sistema de costos?

.....  
.....



**Sistema de costos por órdenes y procesos**

## PRÁCTICA 3.

**Tema: Estudio organizacional y legal.**

**Resultado de aprendizaje:**

Desarrollar la capacidad de evaluar los aspectos legales relevantes para la creación y operación de una empresa, asegurando el cumplimiento normativo y regulatorio.

Ser capaz de diseñar una estructura organizativa adecuada y gestionar aspectos legales clave para asegurar el buen funcionamiento y la viabilidad legal de un emprendimiento.

**Objetivo:**

Comprender la importancia de una estructura organizacional clara y cómo esta influye en la eficiencia y éxito de una empresa.

Identificar y aplicar las normativas legales necesarias para la creación y operación de un negocio, garantizando el cumplimiento de leyes laborales, fiscales y comerciales.

**INSUMOS:**

¿Qué aspecto del estudio organizacional se refiere a los procesos y procedimientos utilizados para llevar a cabo las actividades diarias de la organización?

- a) Recursos Humanos
- b) Cultura Organizacional
- c) Procesos y Operaciones
- d) Estructura Organizacional

¿Qué aspecto se analiza en un estudio organizacional para comprender la jerarquía de autoridad, la división del trabajo y los canales de comunicación?

- a) Recursos Humanos
- b) Procesos y Operaciones
- c) Cultura Organizacional
- d) Estructura Organizacional

¿Qué tipo de estructura organizacional combina elementos de la estructura funcional y divisional, con empleados que pertenecen a equipos multifuncionales?

- a) Estructura en Red
- b) Estructura Matricial
- c) Estructura Divisional
- d) Estructura Funcional

¿En qué tipo de estructura organizacional la coordinación y la toma de decisiones se llevan a cabo a través de relaciones colaborativas con socios externos?

- a) Estructura en Red
- b) Estructura Funcional
- c) Estructura Divisional
- d) Estructura Plana.

¿En qué tipo de estructura organizacional cada división funciona de manera autónoma y tiene su propia cadena de mando?

- a) Estructura Funcional
- b) Estructura Divisional
- c) Estructura en Red
- d) Estructura Matricial

¿Qué tipo de estructura organizacional está diseñada para adaptarse rápidamente a los cambios del entorno empresarial, incluyendo equipos multifuncionales y roles flexibles?

- a) Estructura Jerárquica
- b) Estructura Organizacional Flexible
- c) Estructura en Red
- d) Estructura Plana.



# 04

## **DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES, *COSTEO NORMAL VS ESTÁNDAR Y ESTUDIO TÉCNICO***

---

## 4.1. Conceptualización, objetivo, ventajas.

### Conceptualización

El costo estándar predeterminado se muestra en unidades. Representa el costo previsto de un producto y generalmente se establece antes del inicio de la producción, estableciendo así un objetivo que se debe alcanzar. Este es un marco fundamental para evaluar la eficiencia de una entidad en un punto típico de producción.

### Importancia

El estándar es crucial para planear y controlar las operaciones futuras de una entidad económica, especialmente en el sector productivo.

El estándar es de gran importancia para el buen control y plantación presupuestal porque la administración de la empresa se basa en él para fijar los objetivos en alcanzar y las estrategias para lograrlos.

Otro aspecto importante del estándar es que la administración puede confiar en él para tomar decisiones tanto internas como externas, como si la empresa acepta o rechaza ciertas opciones.

### Objetivos

- Son calculados predeterminados, lo que facilita el cálculo de precios de venta.
- Son medidas de control de operaciones y sirven para conocer anticipadamente las posibles ganancias a lograr un volumen de ventas determinado.
- Ayuda en la estandarización de los procesos productivos.
- Es posible encontrar variaciones en los costos reales de la empresa que puedan indicar fallas o superaciones, las cuales pueden analizarse para descubrir su origen.
- Permite comprender la capacidad ociosa y su importancia.
- Reducen los costos operativos y facilitan la contabilidad.
- Ofrece información a tiempo
- Facilitan el proceso de elaboración de presupuestos.

## 4.1.1. Comparación de coste estimado y estándar.

*Asiento contable.*



### ESTIMADOS

- Los costos estimados se ajustan a los históricos.
- Las variaciones modifican el costo estimado mediante una rectificación a las cuentas afectadas.
- El estimado se basa en experiencias adquiridas y un **conocimiento** de la empresa.
- Es más barata su implantación y más caro su sostenimiento.
- El costo estimado indica lo que "puede" costar un producto.
- El costo estimado es la técnica primaria de valuación predeterminada.
- Para la implantación del costo estimado, no es indispensable un extraordinario control interno.



### ESTÁNDAR

- Los costos históricos se ajustan al estándar.
- Las desviaciones no modifican al costo estándar, deben analizarse para determinar sus causas.
- El estándar hace estudios profundos científicos para fijar sus cuotas.
- Es más cara su implantación y más barato su sostenimiento.
- El costo estándar indica lo que "debe" costar un producto.
- El costo estándar es la técnica máxima de valuación predeterminada.
- Para la implantación del costo estándar, es indispensable un extraordinario control interno.

*Figura 44. Comparación costos estándar y estimado Asiento Contable.*

Elaboración propia

## 4.1.2. Determinación de coste estándar.

Ya sea que se lleve una sola cuenta o en una cuenta para cada elemento de costo, la cuenta base para registrar los

costos estándar es "producción en proceso".

El registro contable sigue tres pasos:

### Procedimiento "A"

Las cuentas de producción en proceso se cargan a costos reales y se acreditan

a costo estándar por producción en proceso.

Al final del periodo de producción, se obtiene y analiza la desviación. El siguiente movimiento se produce en las cuentas de producción en proceso.

Se cargan:

1. Los elementos del costo de producción (gastos indirectos, mano de obra y materiales) se valoran a costo real.

2. Variaciones cuando los costos estándar son más altos que los costos reales.

1. De la producción finalizada, valorada a costo estándar.

2. La producción final que se está produciendo en el proceso, valorada a costo estándar.

3. de las anomalías cuando los costos reales superan los estándares.

Las desviaciones en materiales, mano de obra y gastos indirectos de fabricación se acumularán en cuentas especiales.

Las cuentas de desviaciones, que muestran desviaciones en relación con los estándares, se calculan utilizando el método de pérdidas y ganancias.

### **Procedimiento "B"**

Las cuentas de producción se cargan y acreditan a costo estándar al mismo tiempo que se conoce la desviación.

### **Procedimiento Método "C"**

Las cuentas de producción en proceso se cargan y abonan, conociéndose las desviaciones al final del periodo de producción, o costo real y costos estándar. Las cuentas de operación utilizan cifras estándar para comparar los costos reales.

## Caso Práctico.

La empresa industrial "LA REVANCHA S.A." presenta la siguiente información con respecto al costo unitario estándar de un producto

### HOJA DE COSTO UNITARIO ESTÁNDAR

Materia prima 15 Kg. a 1.50 cada Kilogramo

Mano de obra 8 horas a 1.40 cada hora

Gastos indirectos de fabricación por cada Kg. de materia prima 1.00

### DATOS:

Consumo de materia prima: 31,000 Kg. a S/. 1.52 cada Kg.

Pago de mano de obra directa cada hora: 1.41. El número de horas: 16,150

Los gastos indirectos de fabricación reales fueron como sigue:

Depreciación	17.000
Amortización	500
agua	500
Luz	250
Alquiler	1.500
Seguros	6.000
Combustibles	2.000

Procedimiento:

### DIARIO GENERAL

<b>92</b>	<b><u>COSTO DE PRODUCCIÓN</u></b>	<b>6'034,364.4</b>	
	921 Materia Prima 3'857,000		
	922 Mano de Obra Directa 357,000		
<b>79</b>	923 Gastos Indirectos 1'820,364.4		<b>6'034,364.4</b>
	<b><u>CARGAS IMPUTABLE A CTA DE C</u></b>		
	792 Centro de Costos Industriales		
	Registro de la inversión		

### VALORACIÓN DE LAS UNIDADES TERMINADAS A COSTO ESTÁNDAR

Detalle	Unidades Terminadas	Costo Unitario Estándar	Costo Total de Unidades Terminadas
MP	1,800	1,500	2'700,000
MOD	1,800	160	288,000
GIF	1,800	8,000	<u>14'400,000</u>
Total			<b>17'388,000</b>



### VALORACIÓN DE LAS UNIDADES EN PROCESO A COSTO ESTÁNDAR

Detalle	Unidades en Proceso	Costo Unitario Estándar	Costo Total de Unidades en Proceso
MP	200	1,500	300,000
MOD	80	160	12,800
GIF	80	8,000	<u>640,000</u>
<b>Total</b>			<b><u>952,800</u></b>

### CONSOLIDADO DEL COSTO DE UNIDADES TERMINADAS Y EN PROCESO A COSTO ESTÁNDAR

Detalle	Costo de Unidades terminadas	Costo de unidades en proceso	Costo total de las unidades a nivel estándar
MP	2'700,000	300,000	3'000,000
MOD	288,000	12,800	300,800
GIF	<u>14'400,000</u>	<u>640,000</u>	<u>15'040,000</u>
	<b><u>17'388,000</u></b>	<b><u>952,800</u></b>	<b><u>18'340,800</u></b>

## DIARIO GENERAL

<b>21</b>	<b><u>PRODUCTOS TERMADOS</u></b>		17'388,000	
	21.1 Material Directo	2'700,000		
	21.2 Mano de Obra Directa	288,000		
	21.3 Gastos Indirectos	14'400,000		
<b>23</b>	<b><u>PRODUCTOS EN PROCESO</u></b>		952,800	
	23.1 Materia Prima	300,000		
	23.2 Mano de Obra Directa	12,800		
	23.3 Gastos Indirectos	640,000		
<b>71</b>	<b><u>PRODUCCIÓN ALMACEN D</u></b>			18'340,800
	71.1 Producción Terminada			
	71.3 Producción en Proceso			
	registro de las unidades terminadas y en proceso a costo estándar			

## CÁLCULO DE LOS COSTOS REALES

## CÁLCULO DE LA PRODUCCIÓN EQUIVALENTE

Detalle	Unidades Terminadas	Unidades Terminadas y no transferidas	Unidades en Proceso	Producción Equivalente
<b>MP</b>	1,800	0	200	2,000
<b>MOD</b>	1,800	0	80	1,880
<b>GIF</b>	1,800	0	80	1,880

## CÁLCULO DEL COSTO UNITARIO EQUIVALENTE

Detalle	Costo de Inversión	Entre la Producción Equivalente	Costo Unitario Equivalente
<b>MP</b>	3'857,000	2,000	1,928.5
<b>MOD</b>	357,000	1,880	189.893617021
<b>GIF</b>	1'820,364.4	1,880	<u>968.27893617</u>
			<u>3,086.67255319</u>

## VALORACIÓN DE LAS UNIDADES TERMINADAS A COSTO REAL

Detalle	Unidades Terminadas	Costo Unitario Equivalente	Costo total de Unidades terminadas
MP	1800	1,928.5	3'471,300
MOD	1800	189.893617021	341,808.510637
GIF	1800	968.27893617	<u>1'742,902.0851</u>
			<b>5'556,010.59573</b>

## VALORACIÓN DE UNIDADES EN PROCESO A COSTO REAL

Detalle	Unidades en Proceso	Costo Unitario Equivalente	Costo total de Unidades en Proceso
MP	200	1,928.5	385,700
MOD	80	189.893617021	15,191.4893616
GIF	80	968.27893617	<u>77,462.3148936</u>
			<b>478,353.804254</b>

## CONSOLIDADO DEL COSTO DE LAS UNIDADES TERMINADAS Y EN PROCESO A COSTO REAL

Detalle	Costo unidades terminadas	Costo de unidades en proceso	Costo total real
MP	3'471,300	385,700	3'857,000
MOD	341,808.510637	15,191.4893616	357,000
GIF	<u>1'742,902.0851</u>	<u>77,462.3148936</u>	<u>1'820,364.39999</u>
	5'556,010.59573	478,353.804254	<b><u>6'034,364.39999</u></b>

## COMPARACIÓN DE LOS COSTOS ESTÁNDAR Y LOS COSTOS REALES

Detalle	Costo Total estándar terminados y en proceso	costo total real terminados y en proceso	variaciones
MP	3'000,000	3'857,000	857,000
MOD	300,800	357,000	56,200
GIF	15'040,000	1'820,364.39999	13'219,635.6001



## ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES

### **MATERIA PRIMA**

#### **En cantidad:**

Real	110,200
Estándar	<u>100,000</u>
Variación	10,200

Si por 1 unid. se necesita 50Kg.  
Por 2,000 unid. x 50Kg. 100,000 Kg.

Variación por Cantidad estándar MP  
 $10,200 \times S/. 30 = S/. 306,000$

#### **En Precio:**

Real	35
Estándar	<u>30</u>
Variación	5

Variación x Cantidad Real

5 x 110,200	=	<u>S/. 551,000</u>
Total Variación	=	<u>S/. 857,000</u>
		=====

### MANO DE OBRA

#### **En Cantidad:**

Real	8,400 hrs.
Estándar	<u>7,520 hrs.</u>
Variación	880

1,880 unid. x 4 hrs. = 7,520 hrs.

Variación x Cantidad Estándar  
 $880 \times 40 = S/. 35,200$

#### **En Precio:**

Real	42.50
Estándar	<u>40.00</u>
Variación	2.50

Variación x Cantidad Real;

2.50 x 8,400	=	<u>S/. 21,000</u>
<b>Total Variación</b>	=	<u>S/. 56,200</u>
		=====

**GASTOS DE FABRICACIÓN****En Cantidad:**

Real	8,400
Estándar	<u>7,520</u>
Variación	880

1,880 unid. x 4 hrs. = 7,520 hrs

Variación x Cantidad Unitario Estándar

$$880 \times S/. 2,000 = S/. 1'760,000$$

**En Precios:**

Real	216.710833
Estándar	<u>(2,000.00)</u>
Variación	(1,783.289167)

Costo Real G. F.  
1'820,371 % 8,400 hrs.  
2'16.710833

Variación x Cantidad

Real		
(1'783.389167) x 8,400	=	<u>S/. (14'979,629)</u>
<b>Total Variación</b>	=	<b>S/. (13'219,629)</b>

=====

**79 Cargas Imputables a Cuenta de Costos 913,200**

792 Centro de Costos Industriales

**92 Costos de Producción 913,200**

921 Materia Prima 857,000

922 Mano de Obra Directa 56,200

Ajuste de los costos reales en  
función al costo estándar, MP y MOD.

**92 Costos de Producción 13'219,635.6**

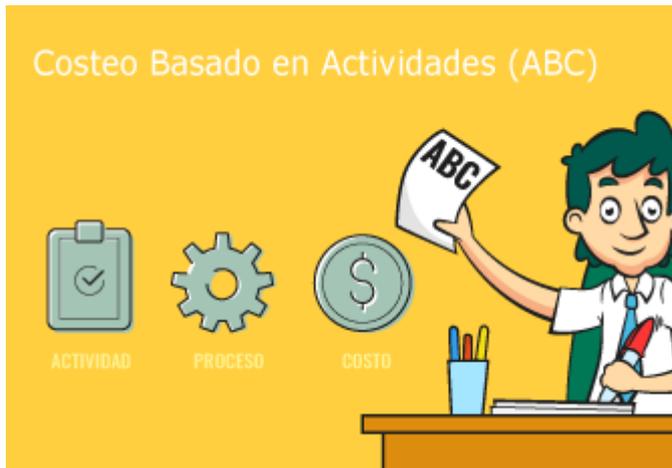
923 Gastos indirectos de Prod.

**79 Cargas Imputables a Cuentas de Costos 13'219,635.6**

792 Centro de Costos Industriales

Ajustes de los costos reales en funcional costo  
estándar de los GIFF

## 4.2. Costo ABC.



**Figura 45. Costo basado en actividades (ABC).**  
Elaboración <https://bsginstitute.com/bs-campus/blog/Costeo-Basado-en-Actividades-ABC-6>

### 4.2.1. Conceptualización, características, ventajas y desventajas.

#### Conceptualización

El sistema ABC es una herramienta de contabilidad de gestión que ayuda a los gerentes a tomar decisiones.

El método ABC es una buena forma de asignación de costos indirectos. Se basa en la idea de que los objetos de costo, o bienes producidos o servicios ofrecidos, no siempre requieren recursos directamente, sino actividades específicas. Esta metodología se desarrolló con el objetivo de mejorar la asignación de recursos hacia cualquier objeto que deba ser costeadado (ya sea un

producto, servicio, cliente, mercado, departamento, proveedor, entre otros). También evalúa el desempeño de las operaciones de una empresa y los costos relacionados con productos o servicios a través del conjunto de actividades.

#### Características

Evalúa el costo de los recursos utilizados para actividades importantes, es decir, aquellas que aumentan el valor de la empresa. La gestión puede controlar los objetivos de la empresa y reducir el desperdicio en las operaciones. Alineándose directamente con la filosofía de mejora continua, identifica y elimina actividades poco eficientes. Dado que las actividades requieren recursos, la asignación de costos en el ABC se centra en las actividades, mientras que los productos son el resultado de las actividades.

#### Ventajas

Incluye un análisis del proceso de producción enfocado en tareas específicas.

Facilita la identificación de los productos o servicios que generan el mayor margen de contribución para la empresa, lo que facilita la creación de una combinación de productos ideal.

Permite un mejor control y gestión de los costos indirectos de fabricación (CIF).

Estimación y fijación de precios, optimización de recursos, reingeniería de procesos y otras decisiones estratégicas son ejemplos de cómo funciona como una herramienta para la planificación. Crea métricas o indicadores de gestión basados en la valoración de los costos de producción.



## Desventajas

Es necesario un mayor esfuerzo y capacitación para garantizar una ejecución adecuada.

El nombramiento de los incitadores se basa en quienes los implementan.

Utiliza una cantidad significativa de recursos durante las etapas de diseño e implementación. Puede ser difícil definir las actividades y los inductores (usando el método causa-efecto) o los elementos que liberan la diligencia.

## Beneficios de la aplicación de costos ABC

Investiga no solo los productos fabricados, sino también otros aspectos del costo.

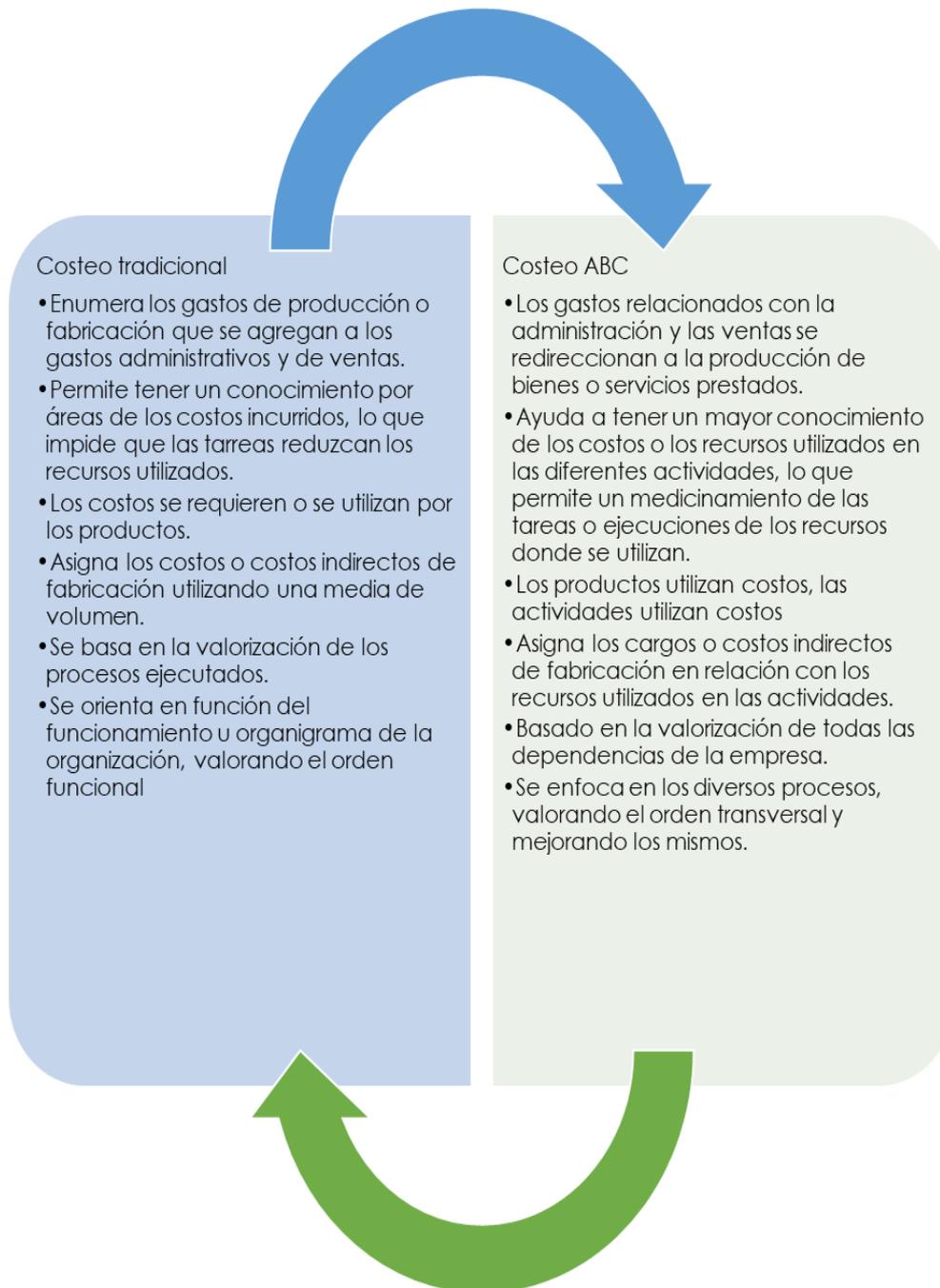
Detalla los costos variables del producto a largo plazo.

Crea métricas para la evaluación del desempeño operativo y la gestión de costos tanto financieras como no financieras.

Facilita la identificación y comprensión del comportamiento de los costos, lo que puede conducir a mejoras significativa.

# Comparación del sistema ABC con el sistema de costos tradicional.

Comparación del sistema de costos ABC con el sistema de costeo tradicional.



**Figura 46.** Comparación sistema ABC y Tradicional.  
Elaboración propia

# Explicación de pasos para desarrollar un sistema de costos ABC.

## *Pasos a desarrollar en el sistema de costo ABC.*

No	Pasos	Etapas
1	Desarrollar el diccionario de actividades	<p>Se identifican las actividades que realizan sus factores productivos indirectos y de apoyo. Se describen estas actividades por medio de verbos y objetos asociados; p. ej., pro-gramar producción, trasladar materiales, inspeccionar inventarios.</p> <p>Se crea un diccionario de actividades que nombra y define cada actividad realizada en las instalaciones.</p>
2	Determinar cuánto está gastando la organización en cada una de sus actividades	<p>Se realiza un análisis y determinación de las actividades y sus costos.</p> <p>Se asignan los costos de los recursos a las actividades; p. ej., arriendo a cada actividad.</p> <p>Se identifican los inductores de costos de las actividades hacia los productos</p>
3	Identificar los servicios y los clientes.	<p>Se identifica todos los servicios y clientes de la organización, con el fin de establecer si las actividades que se están realizando reciben la contraprestación adecuada y si los procesos merecen ser realizados.</p> <p>Por lo tanto, se requiere que los costes de las actividades estén vinculados a los servicios y a los clientes, que son los beneficiarios finales de las actividades.</p>
4	Seleccionar los inductores de costes de las actividades que vinculan los costes de las actividades con los servicios y clientes	<p>La vinculación entre actividades y objetos de costes, como los productos, servicios y clientes, se consigue utilizando inductores de costes de las actividades.</p> <p>Un inductor de costes de una actividad es una medida cuantitativa del resultado de una actividad</p>

**Figura 47. Pasos para el desarrollo sistema ABC.**

Elaboración propia

## 4.3. Proceso de producción, tamaño, localización.

Un estudio técnico de emprendimiento es una evaluación detallada de los aspectos técnicos y operativos de un proyecto emprendedor. Este tipo de estudio se centra en determinar la viabilidad técnica y operativa de la idea de negocio, así como en identificar los recursos y actividades necesarios para llevarla a cabo con éxito.

A continuación se detallan los aspectos más relevantes en el estudio técnico

**Descripción del Producto o Servicio:** Detalla las características técnicas del producto o servicio que se planea ofrecer, incluyendo sus funciones, especificaciones, ventajas competitivas y posibles mejoras.

- **Características y Funcionalidades:** Describe las características específicas del producto o servicio, así como sus funcionalidades principales. Esto incluye aspectos como el diseño, el tamaño, el color, los materiales utilizados, las características técnicas y cualquier otra especificación relevante.
- **Propuesta de Valor:** Destaca cuál es el valor único o diferenciador que ofrece tu producto o servicio. ¿Qué lo hace especial o mejor que las alternativas existentes en el mercado? ¿Cómo satisface las necesidades o deseos de los clientes de manera única?
- **Beneficios para el Cliente:** Explica los beneficios que el cliente obtendrá al utilizar tu producto o servicio. ¿Cómo resolverá un problema específico del cliente o satisfará una necesidad? ¿Qué ventajas ofrecerá en

comparación con otras soluciones disponibles?

- **Aplicaciones y Usos:** Describe las diferentes formas en que el producto o servicio puede ser utilizado o aplicado. Esto ayuda a ampliar el alcance del mercado potencial y a destacar la versatilidad y utilidad del producto o servicio.
- **Diferenciación Competitiva:** Identifica y resalta los aspectos que hacen que tu producto o servicio se diferencie de la competencia. ¿Qué lo hace único o superior en el mercado? ¿Qué características o beneficios son exclusivos de tu oferta?

## 4.4. Materias primas, insumos, talento humano.

**Estrategia de Precios:** Discute la estrategia de precios que planeas utilizar para tu producto o servicio. ¿Cuál será su precio de venta? ¿Cómo se compara con los precios de la competencia? ¿Qué justifica el precio elegido?

- **Análisis de Costos:** Calcula todos los costos asociados con la producción, comercialización y distribución del producto o servicio. Esto incluye costos directos (materiales, mano de obra) e indirectos (gastos generales, administrativos). Asegúrate de que los precios cubran todos estos costos y

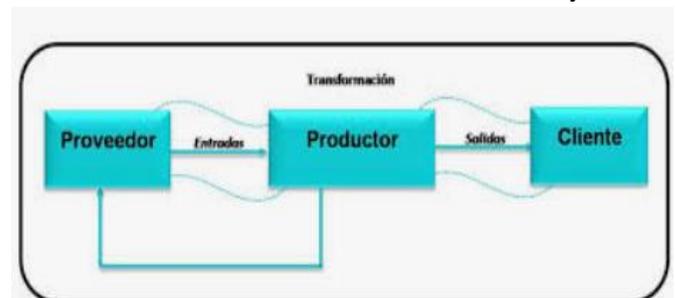
proporcionen un margen de beneficio adecuado.

- **Análisis de la Competencia:** Investiga los precios de la competencia para productos o servicios similares. Esto te ayudará a comprender el posicionamiento de precio en el mercado y a determinar si tu producto se ubicará en el extremo superior, medio o inferior del rango de precios.
- **Propuesta de Valor:** Considera el valor percibido por los clientes y cómo tu producto o servicio se compara con la competencia en términos de calidad, características, conveniencia, etc. Los precios deben estar alineados con la propuesta de valor ofrecida.
- **Segmentación de Mercado:** Si tu mercado objetivo incluye diferentes segmentos de clientes con diferentes sensibilidades al precio, puedes considerar una estrategia de precios diferenciada. Por ejemplo, podrías ofrecer diferentes versiones del producto o servicio a diferentes precios para satisfacer las necesidades de diferentes segmentos de clientes.
- **Precios Dinámicos:** En ciertos casos, como en el sector de la hostelería o el transporte, puedes considerar el uso de precios dinámicos que se ajusten según la demanda, la oferta, la hora del día o la temporada.
- **Precios de Valor Agregado:** En lugar de competir únicamente en base al precio, considera ofrecer valor agregado adicional a través de servicios complementarios, garantías extendidas, atención al cliente personalizada, entre otros, y establece precios acordes con este valor añadido.
- **Estrategias de Entrada al Mercado:** Si estás introduciendo un nuevo

producto o servicio en el mercado, podrías considerar estrategias de precios de penetración para ganar cuota de mercado rápidamente, con la posibilidad de ajustar los precios a medida que el producto gane aceptación.

## 4.5. Maquinaria y equipos.

**Estrategia de Distribución:** Describe cómo planeas distribuir y poner a disposición tu producto o servicio para los clientes. ¿Utilizarás canales de distribución físicos, digitales o ambos? ¿Cómo llegarás a tu mercado objetivo?



- **Canal de Distribución:** Decide qué canales utilizarás para llegar a tus clientes. Estos pueden incluir ventas directas a través de tiendas físicas, ventas en línea a través de tu propio sitio web o plataformas de comercio electrónico, distribuidores, mayoristas, minoristas, representantes de ventas, entre otros.
- **Intensidad de Distribución:** Determina la intensidad de distribución que mejor se adapte a tu producto o servicio y al mercado objetivo. Puedes optar por una distribución exclusiva (limitada a unos pocos puntos de venta selectos),

- distribución selectiva (seleccionando algunos distribuidores o minoristas) o distribución intensiva (disponibilidad en el mayor número posible de puntos de venta).
- **Localización de Puntos de Venta:** Identifica los lugares y ubicaciones óptimas para tus puntos de venta físicos, si es aplicable. Considera factores como la accesibilidad, la visibilidad, el tráfico peatonal, la demografía del área y la proximidad a clientes potenciales.
  - **Logística y Almacenamiento:** Diseña un plan logístico eficiente para la gestión y el transporte de productos desde el lugar de producción o almacenamiento hasta los puntos de venta y, finalmente, a los clientes. Esto incluye la gestión de inventarios, la optimización de rutas de entrega y la selección de socios logísticos.
  - **Ventajas Competitivas:** Aprovecha tus ventajas competitivas en la estrategia de distribución. Por ejemplo, si tienes una red de distribución exclusiva, asegúrate de que esto sea percibido como un beneficio para los clientes en términos de acceso y disponibilidad del producto.
  - **Estrategia Online:** Si tu estrategia de distribución incluye la venta en línea, asegúrate de tener una plataforma de comercio electrónico fácil de usar, segura y optimizada para dispositivos móviles. También considera estrategias de marketing digital para atraer tráfico a tu sitio web y convertir visitantes en clientes.
  - **Atención al Cliente y Postventa:** Asegúrate de ofrecer un excelente servicio al cliente en todos los puntos

de venta, tanto físicos como en línea. Esto incluye proporcionar información precisa sobre productos, resolver dudas y problemas de manera rápida y eficiente, y ofrecer un servicio postventa de calidad.

- **Evaluación y Optimización Continua:** Realiza un seguimiento y análisis de la eficacia de tu estrategia de distribución, utilizando métricas como las ventas, la cuota de mercado, la satisfacción del cliente y los costos operativos. Ajusta tu estrategia según sea necesario para mejorar el rendimiento y adaptarte a los cambios en el mercado y la competencia.

**Ciclo de Vida del Producto:** Analiza el ciclo de vida previsto para tu producto o servicio, desde el desarrollo hasta la comercialización, el crecimiento, la madurez y, en última instancia, la posible retirada del mercado

- **Introducción:** En esta etapa, el producto es lanzado al mercado por primera vez. La demanda inicial puede ser baja, ya que los clientes aún no están familiarizados con el producto y se requiere una inversión considerable en marketing y promoción para generar conciencia y atraer a los primeros adoptantes.
- **Crecimiento:** En esta etapa, la demanda comienza a aumentar a medida que más clientes adoptan el producto y se vuelve más conocido en el mercado. Las ventas y los ingresos aumentan rápidamente, y la empresa puede expandir la distribución y la producción para satisfacer la creciente demanda



- **Madurez:** En esta etapa, el crecimiento de las ventas se estabiliza y el producto alcanza su máximo nivel de aceptación en el mercado. La competencia puede intensificarse a medida que entran en juego más competidores y se producen cambios en las preferencias del consumidor. Las empresas suelen centrarse en la diferenciación del producto, la reducción de costos y la retención de clientes leales.
- **Declive:** En esta etapa, las ventas comienzan a disminuir a medida que la demanda del producto alcanza su punto máximo y comienza a disminuir. Esto puede deberse a cambios en las preferencias del consumidor, avances tecnológicos, obsolescencia del producto o la introducción de alternativas competitivas. Las empresas pueden optar por discontinuar el producto o buscar nuevas formas de revitalizarlo o diversificarlo.

## 4.6. Seguridad industrial y calidad.

**Estudio de la Competencia:** Analiza a los competidores directos e indirectos en el mercado, evaluando sus productos, precios, estrategias de marketing, fortalezas y debilidades.

**Modelo de Negocio:** Define cómo se generará ingresos el emprendimiento, incluyendo la estructura de precios, los canales de distribución, los segmentos de clientes y las fuentes de ingresos.

**Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas):** Evalúa los aspectos internos y externos que pueden afectar al emprendimiento, identificando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

**Plan de Producción o Prestación de Servicios:** Describe el proceso de producción o prestación de servicios, incluyendo los recursos necesarios, el equipo requerido, los proveedores, los costos y el cronograma de actividades.

**Plan de Operaciones:** Detalla cómo se llevarán a cabo las operaciones diarias del emprendimiento, incluyendo la gestión de inventarios, la logística, la atención al cliente, el servicio postventa, entre otros.

**Requisitos Técnicos y Tecnológicos:** Identifica los requisitos técnicos y tecnológicos necesarios para llevar a cabo el proyecto, como equipo, software, infraestructura, sistemas de información, entre otros.

**Gestión de la Calidad:** Describe los procesos y procedimientos para garantizar la calidad del producto o servicio, incluyendo controles de calidad, normativas y estándares de la industria.

**Plan de Seguridad y Contingencia:** Establece medidas de seguridad y planes de contingencia para gestionar posibles riesgos y emergencias que puedan surgir durante la operación del emprendimiento.



Al realizar un estudio técnico de emprendimiento, es importante contar con el asesoramiento de expertos en diferentes áreas, como ingeniería, tecnología, gestión de operaciones y calidad, para asegurar que todos los aspectos técnicos y operativos del proyecto sean evaluados de manera exhaustiva y se desarrollen planes viables para su implementación.

## PRÁCTICA 4.

**Tema:** Determinación de los costos para la toma de decisiones costeo normal vs estándar.

**Resultado de aprendizaje:**

Distinguir entre el costo normal y el costo estándar, y comprender las ventajas y desventajas de cada método en la toma de decisiones empresariales.

Desarrollar habilidades para calcular y analizar los costos bajo ambos enfoques, y cómo estas metodologías impacta la planificación y control de la producción.

**Objetivo:**

Comprender la diferencia entre costo normal y costo estándar, y cómo cada uno se aplica en distintas situaciones empresariales.

Aprender a calcular los costos normales y estándares, identificando las diferencias en cuanto a la precisión y control que ofrecen ambos métodos.

**INSUMOS:**

¿Cuál es la diferencia fundamental entre los costos normales y los costos estándar?

.....  
.....

¿Qué representan los costos normales y los costos estándar en la contabilidad de costos?

.....  
.....

¿Cómo se determinan los costos normales y los costos estándar?

.....  
.....



Menciona tres características del costeo ABC.

.....  
.....

¿Cuáles son las ventajas del sistema de costos ABC?

.....  
.....

Enumera al menos dos desventajas del sistema de costos ABC.

.....  
.....

¿Cuáles son los beneficios de aplicar el costeo ABC en una organización?

.....  
.....

Explica brevemente la comparación entre el sistema ABC y el sistema de costos tradicional.

.....  
.....

¿Cuáles son los pasos para desarrollar un sistema de costos ABC?

.....  
.....



**Sistema de costos estándar vs normal y costos ABC**

# PRÁCTICA 4.

**Tema: Estudio técnico.**

**Resultado de aprendizaje:**

Desarrollar la capacidad de identificar y gestionar los recursos técnicos necesarios, como maquinaria, talento humano y materias primas, para llevar a cabo un proyecto empresarial.

Ser capaz de diseñar un plan de producción o prestación de servicios, optimizando los procesos técnicos para maximizar la eficiencia y minimizar los costos.

**Objetivo:**

Comprender los aspectos técnicos esenciales de un proyecto, como el proceso de producción, la selección de tecnología y los requerimientos operativos.

Evaluar la viabilidad técnica y operativa de un proyecto a través de la identificación de recursos, equipos, localización y necesidades de seguridad.

**INSUMOS:**

¿Qué aspecto del estudio técnico explica los beneficios que el cliente obtendrá al utilizar un producto o servicio?

- a) Aplicaciones y Usos
- b) Beneficios para el Cliente
- c) Propuesta de Valor
- d) Diferenciación Competitiva

¿Qué aspecto del estudio técnico describe las diferentes formas en que un producto o servicio puede ser utilizado o aplicado?

- a) Análisis de Costos
- b) Aplicaciones y Usos
- c) Diferenciación Competitiva
- d) Estrategia de Precios

¿Qué aspecto del estudio técnico investiga los precios de la competencia para productos o servicios similares?

- a) Análisis de Costos
- b) Segmentación de Mercado
- c) Propuesta de Valor
- d) Análisis de la Competencia

¿Qué aspecto del estudio técnico discute la estrategia de precios que se planea utilizar para un producto o servicio?

- a) Segmentación de Mercado
- b) Análisis de la Competencia
- c) Análisis de Costos
- d) Estrategia de Precios

¿Qué aspecto del estudio técnico calcula todos los costos asociados con la producción, comercialización y distribución de un producto o servicio?

- a) Características y Funcionalidades
- b) Diferenciación Competitiva
- c) Análisis de Costos
- d) Análisis de la Competencia

¿Qué aspecto del estudio técnico destaca cuál es el valor único o diferenciador que ofrece un producto o servicio?

- a) Aplicaciones y Usos
- b) Beneficios para el Cliente
- c) Propuesta de Valor
- d) Características y Funcionalidades

## BIBLIOGRAFÍA:

- Moncada, J. C., Sabogal, J. R., Gil, C. A. (2022). Sistema de costos ABC-Modelo aplicado a una funcional de laboratorio clínico. Universidad del Valle - Programa Editorial. 22 (1) 978-628-7523-84-5.
- Gamboa, R., Jiménez, L. A., (2023). La contabilidad de costos II-Herramienta de gestión vista desde la norma internacional. Ecoe Ediciones. 23 (1) 978-958-503-607-9.
- Sánchez, Z. P., (2019). Contabilidad de costos-Herramienta para la toma de decisiones. Editorial Alfaomega. 3 (1) 9789587785135.
- Véliz, M. (2022). Contabilidad de costos: Conceptos elementales [Versión electrónica]. Editorial Grupo Compás. <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/6765/1/15.pdf> .
- Vallejos, H. M., Chilingua, M. P., (2017). Cotos – Modalidad órdenes de producción. Editorial Universidad Técnica del Norte. 1 (1) 1-210.
- Antoncic, B. (2007). Intrapreneurship: a comparative structural; equation modelling study. *Industrial Management & Data Systems*.
- Baruah, B., & Ward, A. (2015). Metamorphosis of intrapreneurship as an effective organizational strategy. *International Entrepreneurship and Management Journal*.
- Burns, P. (2016). *Entrepreneurship and small business*. Palgrave Macmillan Limited.
- Castro, I., & Cepeda, G. (2016). Social capital, absorptive capacity and entrepreneurial behaviour in an international context. *European Journal of International Management*.
- Contreras, M. (2013). *Interpersonal Skills For Entrepreneurs*. Bookboon.
- Dey, P., & Steyaert, C. (2016). Rethinking the Space of Ethics in Social Entrepreneurship: Power, Subjectivity, and Practices of Freedom. *Journal of Business Ethics*.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.
- Kerr, J., & Slocum, J. (2005). *Managing corporate culture through reward systems*. The Academy of Management Executive.
- Marketing Schools. (2018, 02 01). What is entrepreneurial marketing? Obtenido de What is entrepreneurial marketing?: <http://www.marketing-schools.org/types-of-marketing/entrepreneurial-marketing.html>

Mohanty, R. (2006). Intrapreneurial levers in cultivating value-innovative mental space in Indian corporations. Vikalpa.

Proctor, T. (2014). Strategic marketing: an introduction. Routledge.

Spais, G., & Behesti, H. (2016). The evolution of social marketing and social entrepreneurship education in business and management schools: Conceptions, misconceptions and trends. European Journal of International Management.



# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PELILEO

ISBN: 978-9942-686-66-4



*Educación gratuita y de calidad*