

“COSTOS Y PRECIOS RAZONABLES EN LAS EMRPESAS” AUTOR: DOMINGO HERNÁNDEZ CELIS

COSTOS RAZONABLES:

Según Polimeni; Fabozzi y Adelberg (2012)¹, los costos razonables se forman sobre la valuación económica y eficiente de los elementos básicos del costo que necesita la empresa para los bienes que produce. Los elementos de costo de un producto o sus componentes son los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, esta clasificación suministra la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto. Los materiales son los principales recursos que se usan en la producción; estos se transforman en bienes terminados con la ayuda de la mano de obra y los costos indirectos de fabricación. Pueden ser i) Directos: Son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto; ii) Indirectos: Son los que están involucrados en la elaboración de un producto, pero tienen una relevancia relativa frente a los directos. La mano de obra: Es el esfuerzo físico o mental empleados para la elaboración de un producto: Puede ser i) Directa: Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que tiene gran costo en la elaboración; ii) Indirecta: Es aquella que no tiene un costo significativo en el momento de la producción del producto. Los otros costos indirectos de fabricación, son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.

Según Giraldo (2012)², los costos razonables son los costos adecuados para los bienes y servicios de las empresas; están formados por costos variables y costos fijos que intervienen en la fabricación de bienes de una empresa. Los costos razonables es una sumatoria de costos incurridos. Los costos razonables tienen valor porque acumulan o suman los elementos del costo de los bienes e incluso servicios. Los costos variables son aquellos que se relacionan directamente con los volúmenes de producción; a mayor producción mayor cantidad de costos directos. Si para una determinada cantidad de bienes se requiere tal cantidad de materiales y mano de obra; si esta cantidad aumenta, también aumentan los materiales y la mano de obra; si por el contrario la cantidad fabricada disminuye, también disminuye la cantidad de materiales y mano de obra. Para producir mil antibióticos se requieren determinada cantidad de insumos y determinada cantidad de persona y uso de equipos; en cambio para producir diez mil antibióticos se requerirá diez veces más cantidad de materiales y personas. Los costos variables son directamente proporcionales a la cantidad que se va a producir. Los costos variables son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, tal como la mano de obra,(si

¹ Polimeni, Ralph; Fabozzi, Frank; Adelberg, Arthur (2012) Contabilidad de costos. Santafé de Bogotá. Mc Graw Hill Interamericana SA.

² Giraldo Jara, Demetrio (2012) Contabilidad de costos. Lima. Editorial San Martín.

la producción es baja, se contratan pocos empleados, si aumentan pues se contrataran más y si disminuye, se despedirán), también tenemos la materia prima, que se comprará de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo.

En cambio los costos fijos, son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos, como ejemplo están los arrendamientos, que aunque la empresa este activa o no, hay que pagarlos, así produzca 100 o 500 unidades siempre deberán pagar el mismo valor por concepto de arrendamiento. En una empresa es recomendable controlar y disminuir los costos fijos, ya que estos afectan económicamente a la empresa, si esta está en una etapa de recesión, tales costos fijos causaran pérdida, de tal forma que entre menos costos fijos tenga una empresa, mejor será la razón gastos-ingresos que se tenga. El manejo de costos variables hace que la empresa se mucho más adaptable a las circunstancias cambiantes del mercado, de la oferta.

Los costos de producción, pueden ser definidos como una segregación de los costos de producción entre aquellos que son fijos y aquellos que varían en relación directa con el volumen de producción, es decir que solo los costos variables son los que deben formar parte del costo.

Los costos fijos deben considerarse como resultados del periodo en el que se incurren. Costos fijos; También pueden producirse movimientos en estos costos de tal forma que se incrementan, la empresa tenga que realizar un esfuerzo adicional para cubrirlos. Cuando se produce el incremento en estos costos, el punto de equilibrio aumenta pero afectando a la empresa. Son aquellos costos comprometidos, programados o planeados que se incurren para proveer y mantener la capacidad de producción y venta de la empresa. Este costo en un periodo de tiempo dado y a la duración de la actividad, este costo se le llama "duración relevante" no cambia en total, pero llega a ser progresivamente más pequeño sobre una base por unidad a medida que el volumen crece y será progresivamente de mayor cuantía en relación con la unidad, si las actividades antes mencionadas disminuyen.

Es decir, que estos costos son fijos en relación a su importe en dinero y costos variables en relación a la unidad de donde se deduce que los costos fijos son consecuencia de las decisiones a largo plazo de la gerencia. En las relaciones costo utilidad y en el efecto de los patrones en el comportamiento de los costos sobre las tomas de decisiones es útil para precisamente tomar decisiones administrativas. El análisis costo volumen utilidad, determina el volumen que se fijará como objetivo, es decir, el volumen necesario para lograr el ingreso operativo deseado, una de las formas más utilizadas en el análisis costo- volumen- utilidad es el cálculo del punto de equilibrio de una empresa.

Para las empresas que no están sujetas a control de precios, resulta muy interesante ver las diferentes opciones de éstos, y su repercusión en la demanda y, por tanto, su efecto sobre las utilidades de la empresa. La base sobre la que se reducen los precios es siempre más grande que la base para incrementar los costos variables; es válido si se trata del mismo porcentaje de reducción e incremento. Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo: Mano de obra directa (a destajo,

por producción o por tanto), Materias Primas directas; Materiales e Insumos directos; Impuestos específicos; Envases, Embalajes y etiquetas; Comisiones sobre ventas. Este análisis es muy simple de realizar: cualquier incremento de volumen arriba del punto de equilibrio actual representa un aumento de las utilidades, y cualquier disminución del volumen trae aparejado un decremento de las utilidades. Al analizar las diferentes variables, se determina lo importante que es simular diferentes acciones con respecto a precios, volumen o costos, a fin de incrementar las utilidades. Esto se puede lograr comparando lo presupuestado con lo que actualmente está sucediendo, y así llevar a cabo diferentes estrategias para cada una de las variables.

Según Rincón (2013)³; los costos razonables son aquellos desembolsos que realizan las empresas para producir bienes o prestar servicios, pero que son administrados eficientemente para que sean los más adecuados para dichas entidades de modo que les de un margen para ser rentables y competir. Los costos razonables comprenden la acumulación de los elementos que intervienen en la fabricación de bienes que ofrece de la organización, los mismos que se relacionan con los ingresos obtenidos por la venta de los mismos, generando así, información para la toma de decisiones. Existen costos directos e indirectos que comprende el costo de producción, por ejemplo se pueden distinguir la materia prima directa o materiales directos o insumos directos; la mano de obra directa o trabajo directo y los costos indirectos de fabricación o producción. Estos últimos a su vez comprenden materiales indirectos, mano de obra o trabajo indirecto y otros costos indirectos de fabricación o producción.

Los costos de los productos, para efectos de presentar los reportes financieros externos, son de dos tipos: Producción y no producción. Los costos de producción están asociados con la manufactura (fabricación) de bienes o la provisión de servicios, y son: los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Los materiales directos son los que pueden ser identificados con determinados pedidos de producción o con una determinada unidad que constituye una parte del producto acabado... y pasan directamente a formar parte integrante del producto, de tal manera que representa un porcentaje alto de su costo. Es decir, el costo de estos materiales se carga directamente a los productos, dado que es fácil medir y cuantificar la cantidad consumida por producto. Ejemplo, los principios activos y excipientes que conforman un medicamento. La mano de obra directa es la que transforma la materia prima (materiales directos) en otro producto tangible, o la que proporciona un servicio a un cliente. El costo de esta mano de obra se imputa directamente al producto, debido a que es fácil determinar y cuantificar el tiempo trabajado en cada producto o lote de productos. Ejemplo, los costos asociados con los trabajadores que intervienen en el proceso de mezclado y encapsulado en la fabricación de cápsulas, en la línea de producción de antibióticos. Los costos indirectos de fabricación (CIF) están referidos a todos los costos de producción distintos de los materiales directos y de la mano de obra directa. Estos costos son: a) los costos de los materiales indirectos, los cuales son utilizados en las operaciones de fabricación; y aunque algunas veces pasan a formar parte del producto, su

³ Rincón de Parra, Haydee Cecilia (2013) Costos y gestión en la industria. Mérida-Venezuela. Editorial Simón Bolívar.

consumo no puede ser identificado de una manera precisa con las órdenes de producción o su valor es ínfimo con respecto al costo total del producto, b) Los costos de mano de obra indirecta, que no se relacionan de manera específica con el producto obtenido, por lo tanto no se cargan de manera directa a dicho producto y c) Otros costos indirectos como son: servicios públicos, reparaciones de las maquinarias, depreciación de las maquinarias, seguro de la fábrica, alquiler de la fábrica, impuestos de la fábrica, etc. Los costos indirectos de fabricación no se cargan de manera directa a los productos, sino a través de diversos criterios de imputación, basados en las características específicas de las empresas. Por lo general, existen dos criterios para asignar los costos indirectos de fabricación: un primer criterio que se fundamenta en el hecho de que los productos consumen los recursos en proporción a su volumen de producción, el cual puede ser expresado en variables físicas (horas de mano de obra directa, horas máquinas y unidades producidas) y en variables financieras (costo de materiales directos y costo de mano de obra directa) (Rincón, 2000). La asignación de los CIF a los productos se hace a través de una tasa predeterminada, que puede ser única para toda la planta o departamental, calculadas sobre la base del volumen de producción.

El segundo criterio se orienta hacia el costo de los componentes y no de los productos. Por un lado, se considera que los productos no consumen costos, sino que los mismos consumen actividades, por otro lado, las actividades son las que consumen recursos, por ello los costos se convierten en la expresión cuantificada en términos monetarios de esos recursos o factores productivos consumidos por las actividades. En consecuencia, son las actividades y no los recursos los que generan costos. La asignación de los CIF a los productos se hace a través de la determinación de los costos de las actividades.

Los costos de no producción están asociados con las funciones de ventas y administración. Los costos de ventas, comerciales o de mercadotecnia como también se les denomina, son los costos necesarios para comercializar y distribuir un producto tangible o servicio. Como ejemplo de estos costos se tienen los sueldos y comisiones del personal de ventas, la publicidad y promoción, envíos y servicios a los clientes. Los costos administrativos son los costos de la administración general de la organización, es decir los costos en que se incurren para asegurar que las diversas actividades de la organización estén integradas apropiadamente para alcanzar la misión global de la empresa.

Según Hernández (2012)⁴, los costos razonables son la acumulación de los componentes del costo de la fabricación de los bienes de una empresa; es decir es sumar el costo primo más los costos indirectos de fabricación. También es la suma de la materia prima directa o materiales directos más el costo de conversión de dichos bienes. En buena cuenta es la sumatoria del costo de la materia prima directa más la mano de obra directa y más los costos indirectos de fabricación. Por otro lado, los costos y precios razonables tienen incidencia en el valor de venta de los bienes, precio de venta de los bienes y claro en la determinación del margen de contribución mediante alguno de sus elementos.

⁴ Hernández Celis Domingo (2012) Costos empresariales. Lima. Editado por la UPCI.

El margen de contribución es el la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia. El margen de contribución por unidad se puede determinar solamente para una mezcla de producto en particular. Si la mezcla real de productos vendidos difiere de la mezcla de productos usada en el análisis, habrá una divergencia entre la utilidad esperada, basada en el modelo de costo- volumen- utilidad y la utilidad realizada. Además, el punto de equilibrio no será el mismo si la mezcla de productos realmente vendidos difiere de la mezcla de productos usada en el análisis. El margen de contribución unitario (MCU) es igual a todos los ingresos por venta menos todos los costos que varían respecto a un factor de costo relacionado con la producción.

El punto de equilibrio lo podemos calcular en unidades monetarias o en unidades físicas, conforme veremos en la solución de los diferentes ejercicios. El cálculo en unidades monetarias es la recomendada cuando la actividad no es reconocible en unidades o cuando hay varios bienes o productos. Aquí interviene mucho la "mezcla de producto", es decir, la proporción en que son vendidos los diferentes productos y esta mezcla debe mantenerse constante en la realidad, para que el punto de equilibrio calculado coincida con lo real. En los ejercicios que preceden calcularemos puntos de equilibrio individuales, cuando existen varios productos. En caso de calcular el punto de equilibrio en dinero, tenemos la siguiente expresión: Ingresos Totales = Costos fijos + costos variables totales. Asumimos que los costos variables unitarios son proporcionales al precio de venta, luego, así también lo serán los costos variables totales y los ingresos totales. En otras palabras, debemos mantener esa proporción, por lo tanto, podemos escribir la última expresión de la siguiente forma:

Según Hernández (2014)⁵, los costos razonables son un concepto fundamental en el tratamiento de los costos tanto a nivel económico, financiero y contable. Todo lo que contenga un bien o servicio está en gran parte en el costo de producción. Los gerentes de las empresas siempre indagan como está el costo de producción. Las empresas fabrican en tanto su costo de producción sea razonable. Las empresas fabrican en tanto su costo de producción sea menor que la competencia, de otro modo no tiene producir. Las empresas fabrican bienes buscan reducir los costos y precios razonables y especialmente uno de sus elementos los costos fijos.

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. Un costo fijo, es una erogación en que la empresa debe incurrir obligatoriamente, aun cuando la empresa opere a media marcha, o no lo haga, razón por la que son tan importantes en la estructura financiera de cualquier empresa. Es el caso por ejemplo de los pagos como el arrendamiento, puesto que este, así no se venda nada, hay que pagarlo. Sucede también con casi todos los pagos laborales, servicios públicos, seguros, etc. Quizás el principal componente de los costos fijos es la mano de obra, por tanto, no es de extrañarnos que cada día las

⁵ Hernández Celis, Domingo (2014) Manual de contabilidad de costos. Lima. Editado por la UPCI.

empresas luchan por una mayor flexibilidad laboral que les permite ir convirtiendo esos costos fijos en variables. Y es que los costos fijos representan un verdadero problema para las empresas, principalmente cuando por alguna razón, sus ingresos o productividad disminuyen, ya que en cualquier caso, tendrán que seguir asumiendo los costos fijos, y a nadie le hace gracia que mientras los ingresos bajen los costos no.

Es por ello que las empresas hacen todo lo posible por disminuir la proporción de costos fijos, puesto que ello le permite adaptarse mejor a los altibajos operativos. Cuando los costos fijos son elevados, en un periodo poco productivo la empresa puede presentar pérdidas, algo que se puede evitar si los costos fijos se pudieran disminuir en la medida en que la producción disminuye, propiedad que tienen los costos variables. Lo ideal para una empresa sería que sus costos estuvieran en función de los ingresos producidos, es decir que sólo tuvieran costos variables, algo que es imposible, aunque sí es posible trabajar con un mínimo de costos fijos, y ese debe ser el objetivo de una buena gestión de costos.

Los costos variables hacen referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. Todo aquel costo que aumenta o disminuye según aumente o disminuya la producción, se conoce como costo variable. Un ejemplo claro de costo variable es la materia prima, puesto que entre más unidades se produzcan de un bien determinado, más materia prima se requiere, o caso contrario, entre menos unidades se produzcan, menos materia prima se requiere. Igual sucede con los envases y empaques, puesto que su cantidad depende directamente de las cantidades de bienes producidos. El costo variable es importante, puesto que este permite maximizar los recursos de la empresa, puesto que esta sólo requerirá de los costos que estrictamente requiera la producción, según su nivel.

Los costos de producción de una empresa, será más eficiente entre mayor sea el porcentaje de costos variables. Una empresa que hipotéticamente tuviera un 100% de costo variable, quiere decir que si en un mes no produce nada, tendrá cero costo, pero si sus costos variables fueran de un 50%, en un mes que no se produzca nada, en el que no se obtenga ningún ingreso, aún así tendrá que correr con un alto costo fijo.

Analizando a Apaza (2012)⁶, los costos razonables en gran parte de las industrias modernas se determina de acuerdo con las actividades que realizan dichas industrias; siendo generalmente la actividad de producción, administración y marketing. Es un hecho que la actividad de producción se refiere a la fabricación de los bienes de las industrias y claro lo que se determina en realidad es el costo de producción. El tratamiento de los costos y precios razonables como costo de la actividad productiva o manufacturera entra en el tratamiento de los denominados costos basados en actividades (ABC por sus siglas en inglés). Al respecto se debe recordar que la Contabilidad de Costos nació científicamente, pareja a la revolución Industrial y como consecuencia de que la producción empezó a desarrollarse dentro de un mismo recinto y bajo la supervisión directa del empresario. La necesidad del empresario

⁶ Apaza Meza, Mario (2012) Costos: ABC-ABM-ABB. Lima. Entrelíneas.

de conocer el desempeño en las distintas tareas que realizaba para fabricar los productos, hizo que, en sus comienzos, la Contabilidad de Costos estuviese dirigida principalmente a conocer las actividades que se desarrollaban en la organización. La complejidad cada vez mayor de los procesos productivos y la falta de medios técnicos e informáticos fueron los factores que provocaron que la Contabilidad de Costos se preocupase cada vez menos de las actividades como núcleo del cálculo de costos y más de las diferentes partes de la organización al frente de las cuales fueron apareciendo responsables de la gestión. Justificándose así el auge tradicional de los costos por Departamentos.

El ABC (siglas en inglés de "Activity Based Costing" o "Costo o Basado en Actividades") se desarrolló como herramienta práctica para resolver un problema que se le presenta a la mayoría de las empresas actuales. Los sistemas de contabilidad de costos tradicionales se desarrollaron principalmente para cumplir la función de valoración de inventarios (para satisfacer las normas de "objetividad, verificabilidad y materialidad"), para incidencias externas tales como acreedores e inversionistas. Sin embargo, estos sistemas tradicionales tienen muchos defectos, especialmente cuando se les utiliza con fines de gestión interna.

Dos defectos especialmente importantes son: 1. La capacidad de reportar los costos de productos individuales a un nivel razonable de exactitud. 2. La capacidad de proporcionar retro-información útil para la administración de la empresa a los efectos del control de las operaciones. Por consiguiente, los gerentes de empresas que venden una variedad de productos toman decisiones importantes sobre determinación de precios, composición de productos y tecnología de procesos basándose en una información de costos inexacta e inadecuada.

Según Leturia (2012)⁷, los costos razonables han ido cambiando de concepciones a través del tiempo, desde los sistemas tradicionales hasta la actualidad; pero siempre ha mantenido su esencia, es decir comprende el costo necesario de los materiales, trabajo humano y otros costos relacionados en la cantidad y calidad que responda a las necesidades de las industrias. Es decir desde siempre ha sido la acumulación de los costos de los bienes producidos o manufacturados por una empresa. Al respecto, los sistemas tradicionales de costos basan el proceso del "costo o" en el producto o el servicio, porque se estima que el producto es el que consume costos directos e indirectos, o fijos y variables. En este sentido se estima que los costos se remiten al producto porque se presupone que cada elemento del producto consume los recursos en proporción al volumen producido. Por lo tanto, los atributos de volumen del producto, tales como el número de horas de mano de obra directa, horas máquina, cantidad invertida en materiales, se utilizan como "direccionadores" para asignar costos indirectos. Estos direccionadores de volumen, sin embargo, no tienen en cuenta la diversidad de productos en forma de tamaño o complejidad. Tampoco hay una relación directa entre volumen de producción y consumo de costos. En contraste con esto, el modelo de costo o ABC es un modelo que se basa en la

⁷ Leturia Podestá, Carlos (2012) Introducción al análisis, previsión y control del modelo costo-volumen- rentabilidad. Lima. Editorial San Gabriel.

agrupación en centros de costos que conforman una secuencia de valor de los productos y servicios de la actividad productiva de la empresa. Centra sus esfuerzos en el razonamiento de gerencial en forma adecuada las actividades que causan costos y que se relacionan a través de su consumo con el costo de los productos. Lo más importante es conocer la generación de los costos para obtener el mayor beneficio posible de ellos, minimizando todos los factores que no añadan valor. Las actividades se relacionan en conjuntos que forman el total de los procesos productivos, los que son ordenados de forma secuencial y simultánea, para así obtener los diferentes estados de costo que se acumulan en la producción y el valor que agregan a cada proceso.

Los procesos se definen como "Toda la organización racional de instalaciones, maquinaria, mano de obra, materia prima, energía y procedimientos para conseguir el resultado final". En los estudios que se hacen sobre el ABC se separan o se describen las actividades y los procesos, a continuación se relacionan las más comunes: Actividades: Homologar productos; Negociar precios; Clasificar proveedores; Recepcionar materiales; Planificar la producción; Expedir pedidos; Facturar; Cobrar; Diseñar nuevos productos, etc. Procesos: Compras; Ventas; Finanzas; Personal; Planeación; Investigación y desarrollo, etc. Las actividades y los procesos para ser operativos desde el punto de vista de eficiencia, necesitan ser homogéneos para medirlos en funciones operativas de los productos.

Según Ledesma (2012)⁸, los costos razonables en materiales son un costo fundamental en la fabricación de bienes en cualquier industria, no se pueden dejar de lado, de todas maneras se incurre en dicho costo, su tratamiento es un hecho tanto en sistemas tradicionales como en modernos, por cuanto los cambios son solo de forma y no de fondo. Los bienes a fabricar necesitan materiales, alguien tiene que hacerlo y deben ayudarse de algo más para ello. Así es en cualquier industria del primer, segundo, tercer mundo. No se pueden hacer bienes de la nada; aun cuando todo este automatizado siempre es necesaria la participación humana y ni que decir de la utilización de otros medios complementarios como la electricidad y otros elementos indirectos. Modernamente, el sistema de costo o por actividades, establece que los costos son consumidos por las actividades que realiza la empresa. De este modo la identificación de todas las actividades de la empresa es fundamental para determinar los costos que consumen dichas actividades. En el proceso de identificación dentro del modelo ABC se debe en primer lugar ubicar las actividades de forma adecuada en los procesos productivos que agregan valor, para que en el momento que se inicien operaciones, la organización tenga la capacidad de responder con eficiencia y eficacia a las exigencias que el mercado le imponga. Después que se hayan especificado las actividades en la empresa y se agrupen en los procesos adecuados, es necesario establecer las unidades de trabajo, los transmisores de costos y la relación de transformación de los factores para medir con ello la productividad de los inputs y para transmitir racionalmente el costo de los inputs sobre el costo de los outputs.

⁸ Ledesma Grandez, Sara (2012) Introducción al análisis, previsión y control del modelo costo-volumen- rentabilidad. Lima. Editorial San Camilo.

Un estudio de la secuencia de actividades y procesos, unido a sus costos asociados, podrá ofrecer a las directivas de la organización una visión de los puntos críticos de la cadena de valor, así como la información relativa para realizar una mejora continua que puede aplicarse en el proceso creador de valor. Al conocer los factores causales que accionan las actividades, es fácil aplicar los inductores de eficiencia que son aquellos factores que influyen decisivamente en el perfeccionamiento de algún atributo de eficiencia de la actividad cuyo afinamiento contribuirá a completar la armonía de la combinación productiva. Estos inductores suelen enfocarse hacia la mejora de la calidad o características de los procesos y productos, a conseguir reducir los plazos, a mejorar el camino crítico de las actividades centrales y a reducir costos.

Por último es necesario establecer un sistema de indicadores de control que muestren continuamente como va el funcionamiento de las actividades y procesos y el progreso de los inductores de eficiencia. Este control consiste en la comparación del estado real de la acción frente al objetivo propuesto, estableciendo los correctores adecuados para llevarlos a la cadena de valor propuesta.

La teoría económica convencional y los sistemas de contabilidad de gestión tratan los costos como una variable solamente si cambian con las fluctuaciones de producción a corto plazo. La teoría de ABC sostiene que muchas importantes categorías de costos no varían con los cambios de producción a corto plazo, sino con cambios (durante varios años) en el diseño, composición y variedad de los productos y clientes de la empresa. Estos costos de complejidad deben identificarse y asignarse a los productos.

El costo o por actividades o costo o ABC, es un valioso sistema que dirige los costos de una organización a los productos y servicios. Estas organizaciones utilizan el ABC como un método para mejorar las operaciones por la administración de los inductores de las actividades que generan el costo, para apoyar mejores decisiones sobre líneas de productos, segmentos de mercado y relaciones con los clientes, simular el impacto del mejoramiento de los procesos (Administración de Calidad Total) utilizando la intermisión financiera y no financiera del ABC como un sistema de medición.

El costo o ABC, suministra una apreciación global del proceso de diseño e implantación de un sistema ABC. Si la organización es grande o pequeña, de manufactura o de servicios, el bosquejo principal puede utilizarse para desarrollar un efectivo sistema de costos. Esto asume estar familiarizado con los conceptos básicos del ABC. Una comprensión de las responsabilidades y papeles de los administradores contables en el proyecto ABC, ayuda a convencer la organización de la necesidad de revisar el sistema, para que suministre una mayor comprensión de los costos del producto o servicio, de los procesos del negocio y las actividades como un medio más comprensible para la competitividad comerciales.

El método ABC (Activity Based Costing) analiza las actividades de los departamentos indirectos (de soporte) dentro de la organización para calcular el costo de los productos terminados. Y analiza las actividades porque reconoce dos verdades simples pero evidentes: 1. No son los productos sino las actividades las que causan los costos; 2. Son los productos los que consumen las actividades. El

método ABC consiste en asignar los gastos indirectos de fabricación a los productos siguiendo los pasos descritos a continuación: 1. Identificando y analizando por separado las distintas actividades de apoyo que proveen los departamentos indirectos. 2. Asignando a cada actividad los costos que les corresponden creando así agrupaciones de costo homogéneas en el sentido de que el comportamiento de todos los costos de cada agrupación es explicado por la misma actividad. 3. Ya que todas las actividades han sido identificadas y sus respectivos costos agrupados, entonces se deben encontrar las "medidas de actividad" que mejor expliquen el origen y variación de los gastos indirectos de fabricación. Son medidas competitivas que sirven como conexión entre las actividades y sus gastos indirectos de fabricación respectivos y que pueden relacionar también con el producto terminado. Cada "medida de actividad" debe estar definida en unidades de actividad perfectamente identificables.

Las medidas de actividad son conocidas como "COST DRIVERS", término cuya traducción en castellano aproximada sería la de "origen del costo" porque son precisamente los "cost drivers" los que causan que los gastos indirectos de fabricación varíen; es decir, mientras más unidades de actividad del "cost driver" específico identificado para una actividad dada se consuman, entonces mayores serán los costos indirectos asociados con esa actividad. Como ejemplo de cost drivers se pueden mencionar". Número de proveedores: a. Número de órdenes de producción hechas; b. Número de entregas de material efectuadas. De esta manera, se les asigna un costo mayor a aquellos productos que hayan demandado más recursos organizacionales, y dejarán de existir distorsiones en el costo de los productos causados por los efectos de promediación de un sistema tradicional de asignación de costos que falla en estudiar las verdaderas causas del comportamiento de los gastos indirectos de fabricación y que, por ello, los prorratea utilizando bases de asignación arbitrarias como las horas de mano de obra directa.

El sistema tradicional no identificó, ni estudió, ni analizó las causas de fondo del origen y variaciones de los gastos indirectos de fabricación.

El método ABC sostiene que cada renglón de los gastos indirectos de fabricación está ligado a un tipo de actividad específica y es explicado por lo tanto por una "Medida de Actividad" diferente. Dicho de otro modo, lo que explica el comportamiento de los costos de los departamentos indirectos (considerados la mayoría de ellos como fijos según el pensamiento contable tradicional), son las distintas transacciones o actividades que consumen de ellos los productos terminados en su elaboración.

El objetivo del método ABC; es hacer consciente a la alta gerencia y en general a toda la organización del papel tan importante que juegan los departamentos indirectos dentro del proceso productivo y de cómo los gastos indirectos de fabricación incurridos en dichos departamentos contribuyen al éxito de toda empresa. Los sistemas ABC no pueden implementarse exitosamente sin apoyo total de los administradores contables que tienen los antecedentes adecuados para enfocar el sistema ABC desde sus comienzos. Su visión contribuye a la identificación de las unidades de análisis apropiadas (producto, procesos, etc.) y las probables causas de falla del sistema de costos.

En el proyecto ABC los administradores contables tienen la información para juzgar el nivel de detalle que el sistema deberá estudiar y el mejor entendimiento del flujo de los costos a través de la organización y la capacidad de detallar el flujo necesario de información para apoyar el sistema cuando es implementado. Los administradores contables deben llevar el proyecto ABC hacia su exitosa implementación a través de su entusiasmo, conocimiento técnico, comprensión conceptual, creatividad, innovación, persistencia, habilidad para superar la realidad y desalojar los obstáculos.

Hay tres fuentes primarias de información necesarias para el desarrollo de un sistema ABC las personas, el balance y el sistema computacional de la organización. 1. Las personas quiénes desempeñan el trabajo son la principal fuente de información. Proveen datos acerca de las actividades de la organización, el consumo de los recursos y las mediciones de desempeño utilizadas. El balance provee la información acerca de los elementos del costo de la organización y las salidas realizadas. Los sistemas de la organización deberán contener la información acerca de los objetos de costos y los inductores del costo. Por ejemplo, el número de facturas canceladas (un potencial inductor del costo) debería obtenerse a través del pago de cuentas del sistema. Una de las ventajas más importantes derivadas de un sistema de gestión por actividades es que no afecta directamente la estructura organizativa de tipo funcional ya que el ABC gestiona las actividades y éstas se ordenan horizontalmente a través de la organización. Es precisamente ésta la ventaja de que los cambios en la organización no quedan reflejados en el sistema. 2. Ayuda a entender el comportamiento de los costos de la organización y por otra parte es una herramienta de gestión que permite hacer proyecciones de tipo financiero ya que simplemente debe informar del incremento o disminución en los niveles de actividad. 3. La perspectiva del ABC nos proporciona información sobre las causas que generan la actividad y el análisis de cómo se realizan las tareas. Un conocimiento exacto del origen del costo nos permite atacarlo desde sus raíces. 4. Nos permite tener una visión real (de forma horizontal) de lo que sucede en la empresa. Sin una visión horizontal (sin conocer la participación de otros departamentos en el proceso que se ejecuta) perdemos realmente la visión de la necesidad de nuestro trabajo para el cliente al que debemos justificar el precio que facturamos. 5. Este nuevo sistema de gestión nos permitirá conocer medidas de tipo no financiero muy útiles para la toma de decisiones. 6. Una vez implementado este sistema el ABC nos proporcionará una cantidad de información que reducirá los costos de estudios especiales que algunos departamentos hacen soportar o complementar al sistema de costos tradicional. Así pues el efecto es doble, por una parte incrementa el nivel de información y por otra parte reduce los costos del propio departamento de costos. 7. Lo difícil de un sistema es que sea sencillo y transparente y el ABC lo es porque se basa en hechos reales y es totalmente subjetivo de tal manera que no puede ser manipulado de ninguna manera dado que está basado en las actividades

Para Sánchez (2013)⁹, los costos razonables son fundamentales en la producción empresarial. Al respecto la teoría de la producción y los costos en donde analiza la forma en que el producto dado

⁹ SÁNCHEZ Gamarra, Raúl (2013) Administración de costos. Lima. Editorial Santa Martha.

combina varios insumos para producir una cantidad estipulada en una forma económicamente eficiente. Toda sociedad tiene que organizar de algún modo el proceso productivo para resolver adecuadamente los problemas económicos fundamentales. Pero independientemente de la organización que se adopte, hay ciertos principios económicos universales que rigen el proceso productivo. La producción de bienes y servicios puede estar en manos del Estado, como en el sistema comunista; o en manos de la empresa privada, como en el sistema capitalista. Pero en ambos casos la actividad productiva está condicionada por ciertas leyes o principios generales que tiene que tomar en consideración el empresario si desea lograr el uso más eficaz de los recursos económicos a su disposición; es decir, lograr la máxima producción con el máximo de economía, bajo cualquier tipo de organización socio-económica. Los principios que regulan la actividad económica son: Principio de la Escasez; Ley de los Rendimientos Decrecientes y del Principio de Eficacia Económica.

La teoría de los precios y costos requiere el uso de gráficas, que vale la pena destacar que habría que familiarizarse con ellos para que no tener mayores obstáculos que incidan en el buen manejo de las curvas de costos y facilite grandemente el análisis de la teoría del precio. Aunque parezca monótono, se ha preferido ilustrar y explicar conjuntamente las diversas curvas de costos correspondientes a los diferentes conceptos analizados en este trabajo. Asimismo, tomando en consideración que la teoría de la determinación de precio de un producto bajo condiciones de competencia perfecta, la producción total para una industria depende del número total de empresas que la componen. Puesto que el volumen de producción total depende de la producción de cada empresa individual es, por lo tanto, importante, estudiar los factores determinantes de la capacidad productiva de cada una de las empresas que componen la industria. La disponibilidad y el costo de los factores de producción (tierra, capital y trabajo), constituyen los elementos más importantes en la estructura de los costos de producción para una empresa bajo condiciones de competencia perfecta. A continuación se presenta ampliamente desarrollado, un estudio detallado y completo acerca de los costos, basándose fundamentalmente en la teoría y enfocando los componentes derivados de este. Con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos en el programa de la materia y a la vez llenar los vacíos pertinentes a los costos derivados de las empresas

Las teorías de costos de transacción, recursos y evolutiva, se concluyó que la explicación que cada una ofrece es útil y distinta. Para comprender la razón de ser e importancia de este tipo de cooperación, se requiere incluir más elementos teóricos que los ofrecidos por cada teoría individualmente. En este capítulo se reflexiona acerca de la posibilidad de complementariedad de elementos de las tres teorías para explicar la CTIF de manera más completa y realista. Este ejercicio es de utilidad porque las tres teorías tienen intereses centrales distintos para explicar a la firma y, en consecuencia, porque tienen limitaciones de profundidad y alcance para explicar la CTIF. Así mismo, porque no todos los estudiosos consideran que el planteamiento de Williamson se ubica en el marco heterodoxo y con ello que sea posible la compatibilidad del mismo con los de Penrose y Nelson & Winter. Hecho que es fundamental para poder pensar en que elementos de estos distintos enfoques pueden complementarse para explicar la CTIF. En la primer parte del capítulo se presenta el estudio comparativo de las teorías de los costo

de transacción, recursos y evolutiva, principalmente con relación a sus supuestos básicos y a conceptos que se consideran fundamentales para avanzar en el sentido antes señalado. Después, en la segunda parte del capítulo, se incluyen algunas consideraciones de carácter metodológico de los propios autores respecto a los contrastes, especificidad y a la posibilidad de complementariedad teórica. Con todo ello, en las conclusiones, se evalúa la posibilidad de avanzar en “tender puentes” entre las tres teorías para explicar la CTIF por la complementariedad de elementos de las mismas.

La teoría del costo marginal (CMg) permite al empresario observar los cambios ocurridos en el costo total de producción al emplear unidades adicionales de los factores variables de producción. El costo marginal es, por tanto una medida del costo adicional incurrido como consecuencia de un aumento en el volumen de producción. El costo marginal se define como el costo adicional incurrido como consecuencia de producir una unidad adicional del producto. Si al aumentar el volumen de producción en una unidad el costo total aumenta, el aumento absoluto en el costo total se toma como resultado del aumento absoluto en la producción. De ahí que aritméticamente, el costo marginal es el resultado de dividir el cambio absoluto en costo total entre el cambio absoluto en producción.

Enfoque Matemático para la acumulación de los costos, se puede establecer una fórmula para determinar el costo de un artículo dado del inventario siendo: i) R: cantidad de unidades requeridas por periodo; ii) S: costo de pedido por pedido; iii) C: costo de mantenimiento de inventario por unidad por periodo; iii) Q: cantidad de pedido. El primer paso para establecer la ecuación del costo total de la empresa es desarrollar una expresión para la función de costo de pedido y una función para el costo de mantenimiento de inventario. El costo de pedido se puede expresar como el producto de número de pedidos y el costo por pedido. Como el número de pedidos es igual a la utilización en el periodo dividida entre el monto del pedido (es decir R / Q), se puede expresar de la manera siguiente: Costo de pedido = $S * R / Q$. El costo de inventario se ha definido como el inventario promedio de la empresa (es decir $Q / 2$) multiplicado por el costo por periodo de mantener una unidad de inventario. El inventario promedio se ha definido como la cantidad de pedidos dividida entre 2, ya que se supone que el inventario se agota a ritmo constante, pues el costo de mantenimiento de inventario puede expresarse de la manera siguiente: Costo de inventario = $C * Q / 2$

La reducción de costos en un enfoque sistémico, es un eficaz sistema de costos permitirá conocer los reales costos de la organización, de tal forma se tendrá conocimiento de los diversos despilfarros y su cuantía monetaria. Cuando se impone como objetivo la reducción de costos lo que realmente se debe encarar es la eliminación sistemática de los desperdicios y despilfarros; entendiéndose por tales a todas aquellas actividades, procesos, políticas y estrategias; que tienen como efecto la generación en el mediano y largo plazo de un mayor costo medio por unidad de ingreso generada. Esta definición merece un análisis, para lo cual debemos comenzar por entender y comprender que muchas actividades, políticas y estrategias que en un corto plazo pueden generar una reducción de costos termina generando mayores costos por unidad de ingreso en el mediano y en el largo plazo.

Otro aspecto a considerar es la importancia de los costos incurridos para generar cada unidad monetaria ingresada como resultante de las ventas. No se trata de disminuir los gastos, pueden estos últimos aumentarse pero generar ingresos en una mayor proporción por lo cual los gastos por unidad monetaria ingresada es menor. (Hacemos referencia a las unidades ingresadas como concepto de ventas del período y no como flujo de los fondos reales, ya que las ventas pueden ser percibidas en un período futuro).

Así pues el objetivo es reducir los costos incurridos para generar cada unidad monetaria obtenida por medio de la venta de bienes y servicios. Ahora bien, reducir costos implica la eliminación de los desperdicios, pero ello debe hacerse de manera sistemática. La reducción real de costos sólo puede tener lugar bajo un enfoque sistémico, comprendiendo con ello la íntima interrelación de los diversos componentes que componen tanto los procesos productivos, como la estructura de la organización.

Un eficaz sistema de costos permitirá conocer los reales costos de la organización, de tal forma se tendrá conocimiento de los diversos despilfarros y su cuantía monetaria, permitiendo un posterior análisis para conocer y dictaminar acerca de las causas que motivaron los mismos. Una enorme cantidad de gruesos errores se están cometiendo en la contabilización y posterior análisis de los costos, y como consecuencia en las decisiones que hacen a la gestión de la empresa.

Enfoque de la gerencia estratégica de costos, la cual consideramos una herramienta eficaz, junto con la aplicación de nuevas tendencias de costos. Nos encontramos ante lo que se denomina la era del conocimiento y en donde el cambio se vislumbra como permanente y duradero en términos de tiempos y resultados que deseamos obtener. Nuestro sistema contable tradicional tiene como principal objetivo el estar orientado al tercero usuario de la información contable, llámese, bancos, DGI, inversores, etc. los cuales se pueden nutrir, a partir de la información contable que surge de un balance, de una serie de datos para la toma de decisiones. Pero esta información adolece de un gran inconveniente, es relativa al pasado, lo cual en cierto sentido la inhabilita para tomar decisiones relativas al futuro.

Así el principal objetivo de la contabilidad es brindar información oportuna, veraz, confiable, pero orientada a la toma de decisiones. Es decir nos encontramos ante una disyuntiva, existen sistemas contables que registran el pasado y con los cuales, debemos o intentamos nutrinos para la competitividad futuras que, en el mundo actual de permanente cambio es, a criterio de los especialistas, insuficiente para cumplir con esos objetivos, criterio al cual nosotros adherimos. Las decisiones son acciones que se tomarán en el futuro, ya sea cercano o lejano, las cuales deben estar sustentadas en información. Para ello debemos realizar la distinción entre, dato información y conocimiento. El dato es hecho aislado que describen la realidad y/o circunstancias tempo espaciales. La información es la sistematización de los datos en forma lógica y ordenada. El conocimiento es el trabajo que se realiza sobre esa información obteniéndose así un desarrollo posterior que lo valida como tal.

CLASIFICACIÓN GENERAL DE LOS COSTOS EMPRESARIALES:

Según Polimeni; Fabozzi y Adelberg (2012)¹⁰, los costos de las empresas se pueden clasificar atendiendo a diferentes aspectos, tales como:

1) **LOS COSTOS EN RELACIÓN CON LA PRODUCCIÓN:** Esto está íntimamente relacionado con los elementos del costo de un producto y con los principales objetivos de la planeación y el control. Las dos categorías, con base en

su relación con la producción son: i) **COSTOS PRIMOS:** Son todos los materiales directos y la mano de obra directa de la producción. Costo primo= MD + MOD; ii) **COSTOS DE CONVERSIÓN:** Son los relacionados con la transformación de los materiales directos en productos terminados, o sea la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Costo de conversión= MOD + CIF

2) **LOS COSTOS EN RELACIÓN CON EL VOLUMEN:** Los costos varían de acuerdo con los cambios en el volumen de producción, este se enmarca en casi todos los aspectos del costo o de un producto, estos se clasifican en: i) **COSTOS VARIABLES:** Son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, en tanto que el costo unitario permanece constante; ii) **COSTOS FIJOS:** Son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante mientras que el costo fijo unitario varía con la producción; iii) **COSTOS MIXTOS:** Estos tienen la característica de ser fijos y variables, existen dos tipos: **SEMIVARIABLES:** La parte fija del costo semivARIABLES representan un cargo mínimo, siendo la parte variable la que adquiere un mayor peso dentro del costo o del producto. **ESCALONADOS:** La parte de los costos escalonados cambia a diferentes niveles de producción puesto que estos son adquiridos en su totalidad por el volumen.

De la relación entre el costo y el volumen de producción se puede decir que: 1. Los costos variables cambian en proporción al volumen. 2. Los costos variables por unidad permanecen constantes cuando se modifica el volumen. 3. Los costos fijos totales permanecen constantes cuando se varía el volumen. 4. Los costos fijos por unidad aumentan cuando el volumen disminuye y vice - versa.

La información acerca de los diversos tipos de costos y sus patrones de comportamiento es vital para la competitividad de los administradores.

3) **LOS COSTOS EN RELACIÓN CON LA CAPACIDAD PARA ASOCIAR LOS COSTOS:** Un costo puede considerarse directo o indirecto según la capacidad que tenga la gerencia para asociarlo en forma específica a órdenes o departamentos, se clasifican en: i) **COSTOS DIRECTOS:** Son aquellos que la gerencia es capaz de asociar con los artículos o áreas

¹⁰ POLIMENI, Ralph; FABOZZI, Frank; ADELBERG, Arthur (2012) Contabilidad de costos. Santafé de Bogotá. Mc Graw Hill Interamericana SA.

específicos. Los materiales y la mano de obra directa son los ejemplos más claros; ii) **COSTOS INDIRECTOS**: Son aquellos comunes a muchos artículos y por tanto no son directamente asociables a ningún artículo o área. Usualmente, los costos indirectos se cargan a los artículos o áreas con base en técnicas de asignación.

- 4) **LOS COSTOS DE ACUERDO AL DEPARTAMENTO DONDE SE INCURRIERON**: Un departamento es la principal división funcional de una empresa. El costo o por departamentos ayuda a la gerencia a controlar los costos indirectos y a medir el ingreso. En las empresas manufactureras se encuentran los siguientes tipos de departamentos: i) **DEPARTAMENTOS DE PRODUCCIÓN**: Estos contribuyen directamente a la producción de un artículo e incluyen los departamentos donde tienen lugar los procesos de conversión o de elaboración. Comprende las operaciones manuales y mecánicas realizadas directamente sobre el producto; ii) **DEPARTAMENTOS DE SERVICIOS**: Son aquellos que no están directamente relacionados con la producción de un artículo. Su función consiste en suministrar servicios a otros departamentos. Los costos de estos departamentos por lo general se asignan a los departamentos de producción.
- 5) **LOS COSTOS SEGÚN LAS ACTIVIDADES REALIZADAS**: Los costos clasificados por función se acumulan según la actividad realizada. Según la actividad los costos se dividen en: i) **COSTOS DE MANUFACTURA**: Estos se relacionan con la producción de un artículo. Los costos de manufactura son la suma de los materiales directos, de la mano de obra directa y de los costos indirectos de fabricación; ii) **COSTOS DE MERCADEO**: Se incurren en la promoción y venta de un producto o servicio; iii) **COSTOS ADMINISTRATIVOS**: Se incurren en la dirección, control y operación de una compañía e incluyen el pago de salarios a la gerencia y al staff; iv) **COSTOS FINANCIEROS**: Estos se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa. Incluyen el costo de los intereses que la compañía debe pagar por los préstamos, así como el costo de otorgar crédito a clientes.
- 6) **LOS COSTOS SEGÚN EL PERIODO EN QUE SE CARGAN AL INGRESO**: En este caso se tiene que algunos costos se registran primero como activos (Gasto de capital) y luego se deducen (Se cargan como un gasto) a medida que expiran. Otros costos se registran inicialmente como gastos (Gastos de operación). La clasificación de los costos en categorías con respecto a los periodos que benefician, ayuda a la gerencia en la medición del ingreso, en la preparación de estados financieros y en la asociación de los gastos con los ingresos en el periodo apropiado. Se divide en: i) **COSTOS DEL PRODUCTO**: Son los que se identifican directa e indirectamente con el producto. Estos costos no suministran ningún beneficio hasta que se venda el producto y por consiguiente se inventarían hasta la terminación del producto.

Cuando se venden los productos, sus costos totales se registran como un gasto denominado costo de los bienes vendidos; ii) **COSTOS DEL PERIODO:** Estos no están directa ni indirectamente relacionados con el producto. Los costos del periodo se cancelan inmediatamente, puesto que no puede determinarse ninguna relación entre el costo y el ingreso.

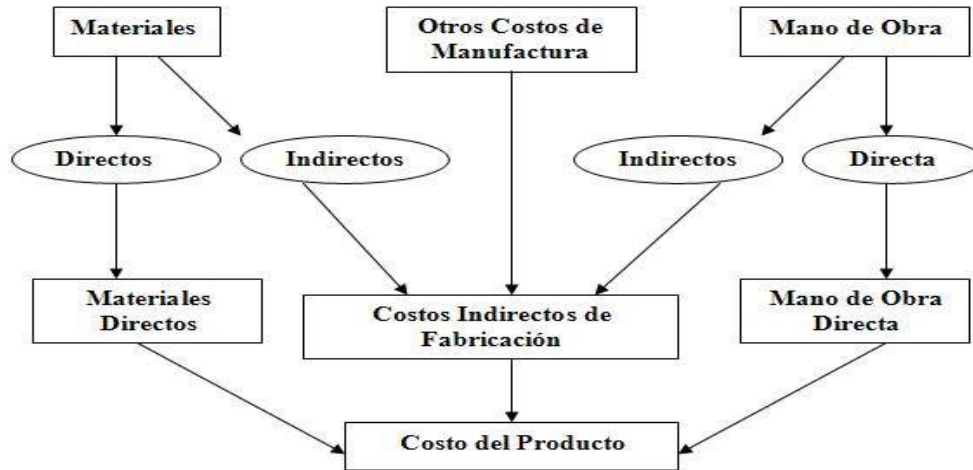
7) LOS COSTOS EN RELACIÓN CON LA PLANEACIÓN, EL CONTROL Y LA TOMA DE DECISIONES: Estos costos ayudan a la gerencia y a los administradores en las funciones de planeación, control y toma de decisiones. Entre estos costos se pueden destacar: costos estándares y costos presupuestados; costos controlables y no controlables; costos fijos comprometidos y costos fijos discrecionales; costos relevantes y costos irrelevantes; costos diferenciales; costos de oportunidad; costos de cierre de planta

LOS COSTOS RAZONABLES COMO SISTEMA DE INFORMACIÓN:

Según Romero (2012)¹¹, el cálculo de costos se integra al sistema de informaciones indispensables para la gestión de una empresa. El análisis de los costos empresariales es sumamente importante, principalmente desde el punto de vista práctico, puesto que su desconocimiento puede acarrear riesgos para la empresa, e incluso, como ha sucedido en muchos casos, llevarla a su desaparición. Conocer no sólo que pasó, sino también dónde, cuándo, en qué medida (cuánto), cómo y por qué pasó, permite corregir los desvíos del pasado y preparar una mejor administración del futuro. Esencialmente se utiliza para realizar las siguientes tareas: i) Sirve de base para calcular el precio adecuado de los productos y servicios; ii) Conocer qué bienes o servicios producen utilidades o pérdidas, y en que magnitud; iii) Se utiliza para controlar los costos reales en comparación con los costos predeterminados: (comparación entre el costo presupuestado con el costo realmente generado, post-cálculo); iv) Permite comparar los costos entre: Diferentes departamentos de la empresa, Diferentes empresas, Diferentes períodos, Localiza puntos débiles de una empresa, Determina la parte de la empresa en la que más urgentemente se debe realizar medidas de racionalización, Controla el impacto de las medidas de racionalización realizadas, Diseñar nuevos productos y servicios que satisfagan las expectativas de los clientes y, al mismo tiempo, puedan ser producidos y entregados con un beneficio, Guiar las decisiones de inversión, Elegir entre proveedores alternativos, Negociar con los clientes el precio, las características del producto, la calidad, las condiciones de entrega y el servicio a satisfacer, Estructurar unos procesos eficientes y eficaces de distribución y servicios para los segmentos objetivos de mercado y de clientes, Utilizar como instrumento de planificación y control.

DETERMINACIÓN DEL COSTO DEL PRODUCTO:

¹¹ Romero Ceceña Alfredo (2012) La Contabilidad Gerencial y los Nuevos Métodos de Costeo. México. Instituto mexicano de Contadores Públicos. A.C. Federación de Colegios de Profesionistas.



Fuente: Elaboración Propia.

Fuente: POLIMENI, Ralph; FABOZZI, Frank; ADELBERG, Arthur (2012) Contabilidad de costos. Santafé de Bogotá. Mc Graw Hill Interamericana SA.

LOS COSTOS RAZONABLES COMO SACRIFICIO DE LA EMPRESA:

Según Pérez (2012)¹², el costo es el sacrificio, o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo. Los objetivos son aquellos de tipo operativos, como por ejemplo: pagar los sueldos al personal de producción, comprar materiales, fabricar un producto, venderlo, prestar un servicio, obtener fondos para financiarnos, administrar la empresa, etc. Si no se logra el objetivo deseado, decimos que tenemos una **pérdida**. La mercadería que se deteriora por contaminación y queda inutilizada, es una pérdida; porque, a pesar del esfuerzo económico no tiene un objetivo determinado. También es necesario precisar algunos conceptos que se utilizan para definir y caracterizar aspectos relacionados con el tema que estamos analizando. Por ejemplo: Desembolso, Amortizaciones e Inversión.

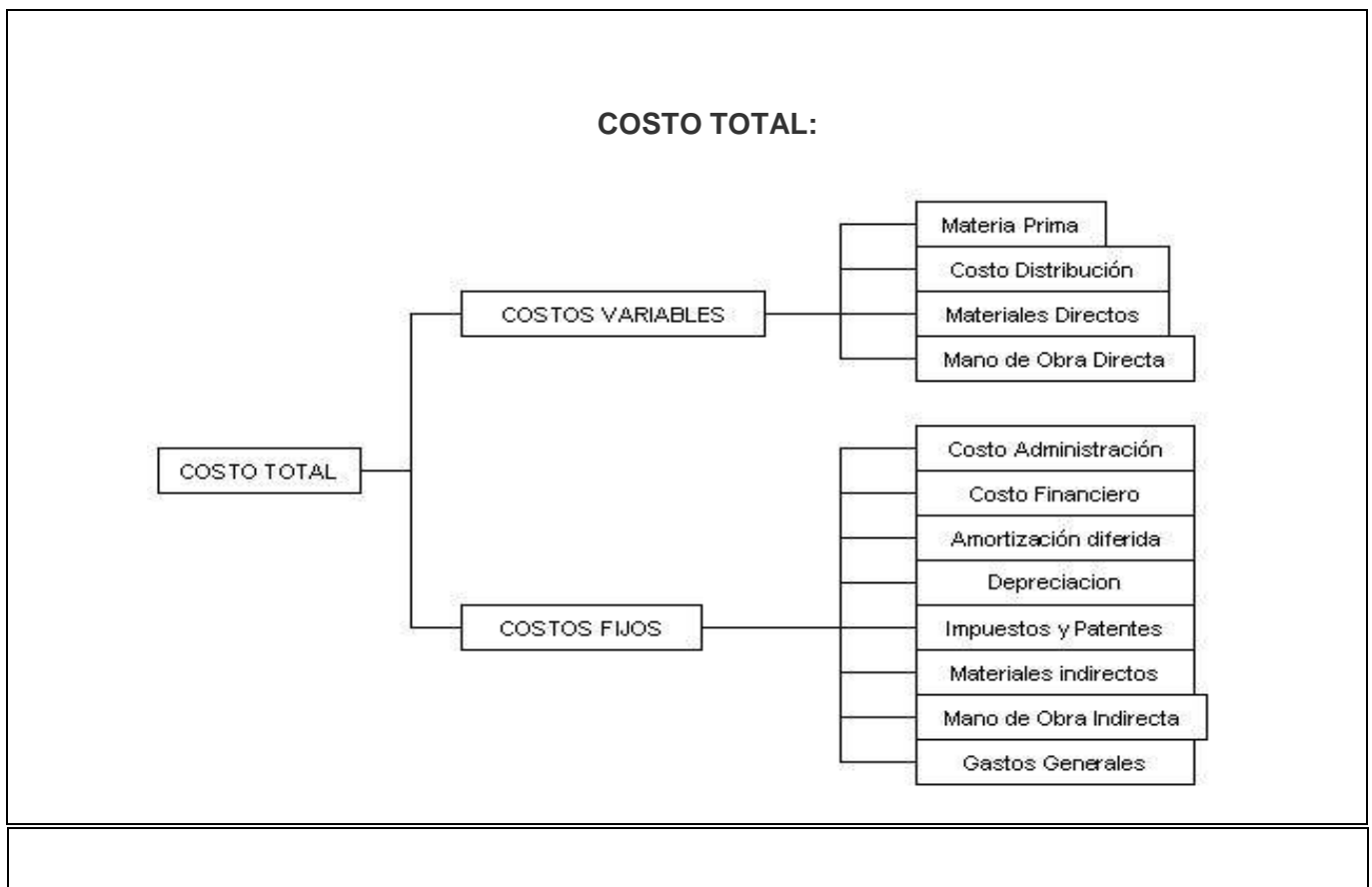
El costo es fundamentalmente un concepto económico, que influye en el resultado de la empresa. El desembolso es un concepto de tipo financiero, que forma parte del manejo de dinero. Su incidencia está relacionada con los movimientos (ingresos y egresos) de caja o tesorería. Uno puede comprar un insumo mediante un pago en dinero (erogación), pero hasta que ese insumo no sea incorporado al producto que se elabora y luego se vende, no constituye un costo. Es un desembolso. Hay bienes que se compran y que se utilizan en el sistema productivo, pero que no se incorporan al producto como insumo, sino que se utilizan durante un tiempo para ayudar en su elaboración. Por ejemplo: maquinarias, equipos, instalaciones, bienes de uso, etc.

A estos bienes se les practica lo que se denomina amortización o depreciación, **por** un importe que está relacionado con su vida útil, el desgaste, la obsolescencia técnica, etc.; y se carga dicho importe en forma proporcional al producto. Esto constituye un costo, aunque el desembolso se hizo en el pasado. La compra de una máquina o de una herramienta de trabajo generalmente demanda un fuerte desembolso inicial que, si fuera tenido en cuenta en ese momento para calcular los costos produciría

¹² PÉREZ Falcón, Grisel (2012) Cálculo del costo utilizando el modelo ABC. La Habana. Universidad de Cienfuegos.

una fuerte distorsión en los mismos. El método de la amortización evita ese problema, porque distribuye el gasto inicial a lo largo de todo el período de vida útil del equipo.

Por ejemplo: Valor de compra de un vehículo: \$ 30.000. Vida útil estimada: 5 años. Si queremos averiguar cuál es la amortización mensual para el cálculo de costos, tenemos: Amortización anual ($30.000 \div 5$ años), igual a: \$ 6.000 por año. Amortización mensual ($6.000 \div 12$ meses), igual a: \$ 500 por mes. En la práctica la amortización es el dinero que debemos ir reservando para la renovación de la máquina cuando se agote su vida útil. La inversión es el costo que se encuentra a la espera de la actividad empresarial que permitirá con el transcurso del tiempo, conseguir el objetivo deseado. Las inversiones en Equipos, Instalaciones, Muebles y Útiles, etc.; tendrán su incidencia en los costos mediante el cálculo de las depreciaciones que se realicen a lo largo de su vida útil.



Fuente: PÉREZ FALCO, Grisel (2012) Cálculo del costo utilizando el modelo ABC. La Habana. Universidad de Cienfuegos.

SISTEMAS DE COSTOS EMPRESARIALES:

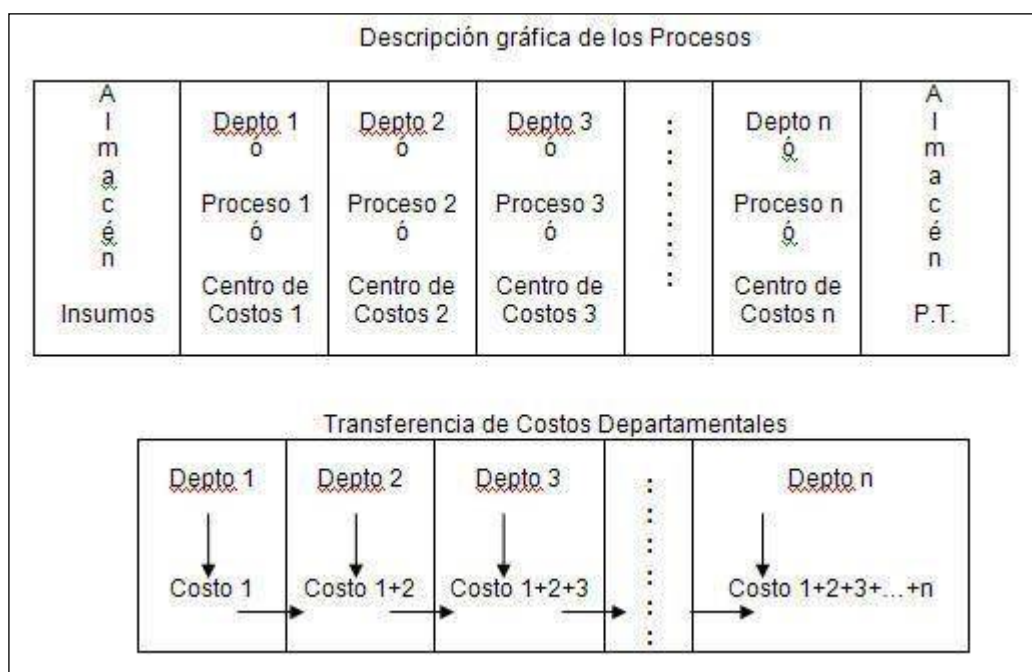
Según Ramos (2012)¹³, los sistemas de costos son un conjunto de métodos, normas y procedimientos, que rigen la planificación, determinación y análisis del costo, así como el proceso de registro de los

¹³ RAMOS Alcántara, Luis (2012) Costo y Precio-En una sola operación. Lima. Editorial Monteza. ¹⁴ GIRALDO Jara, Demetrio (2012) Contabilidad de costos. Lima. Editorial San Francisco.

gastos de una o varias actividades productivas en una empresa, de forma interrelacionada con los subsistemas que garantizan el control de la producción y/o servicios y de los recursos materiales, laborables y financieros. Dentro de los objetivos de un sistema de costos se encuentran: Fijar pautas a las que se someten los procedimientos de asignación de costos; Determinar los criterios a aplicar en la distribución y prorrateo de los gastos; Establecer la oportunidad o fecha en que deben ser calculados los costos, las modalidades de cálculo, las bases que se pueden utilizar, como tienen que ser tratados ciertos costos, forma de determinar los costos totales y unitarios, así como la metodología para la presupuestación de costos y determinación de estándares. Con el fin de calcular el costo de las unidades producidas o el servicio prestado, es necesario definir un sistema para aplicarlos a la actividad. En general se pueden aplicar dos sistemas de Contabilidad de Costo según la concentración de los mismos: Sistema de Costo por Proceso; ù Sistema de Costo por Órdenes de Trabajo.

SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS:

Según Giraldo (2012)¹⁴, el sistema de costos por procesos, se aplica en las empresas o en las industrias de elaboración continua o en masa, donde se producen unidades iguales sometidas a los mismos procesos de producción. El mismo constituye un costo promedio, donde a cada unidad física de producción se le asigna una parte alícuota del todo que representa el costo de producción. Se utiliza cuando los productos se hacen mediante técnicas de producción en gran volumen (procesamiento continuo). El costo o por procesos es adecuado cuando se producen artículos homogéneos en gran volumen así como en las refinerías de petróleo, en una fábrica de azúcar o en una fábrica de acero. Bajo un sistema de costo por proceso, los tres elementos básicos del costo de un producto (materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación) se acumulan de acuerdo con los departamentos o centros de costos.



Fuente: GIRALDO JARA, Demetrio (2012) Contabilidad de costos. Lima-Perú. Edición a cargo del autor.

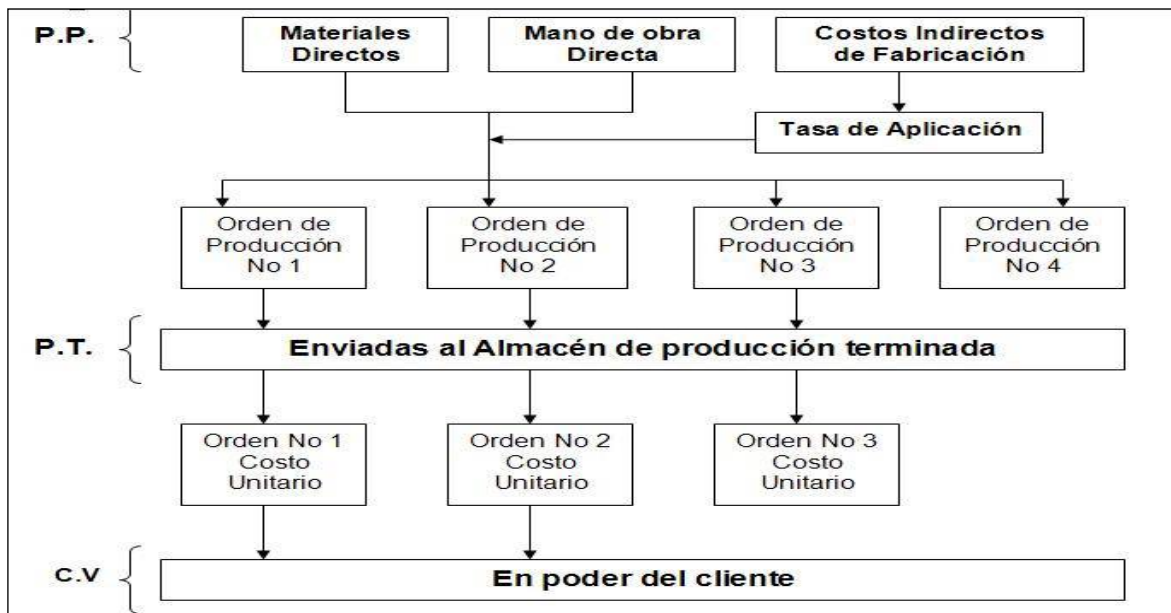
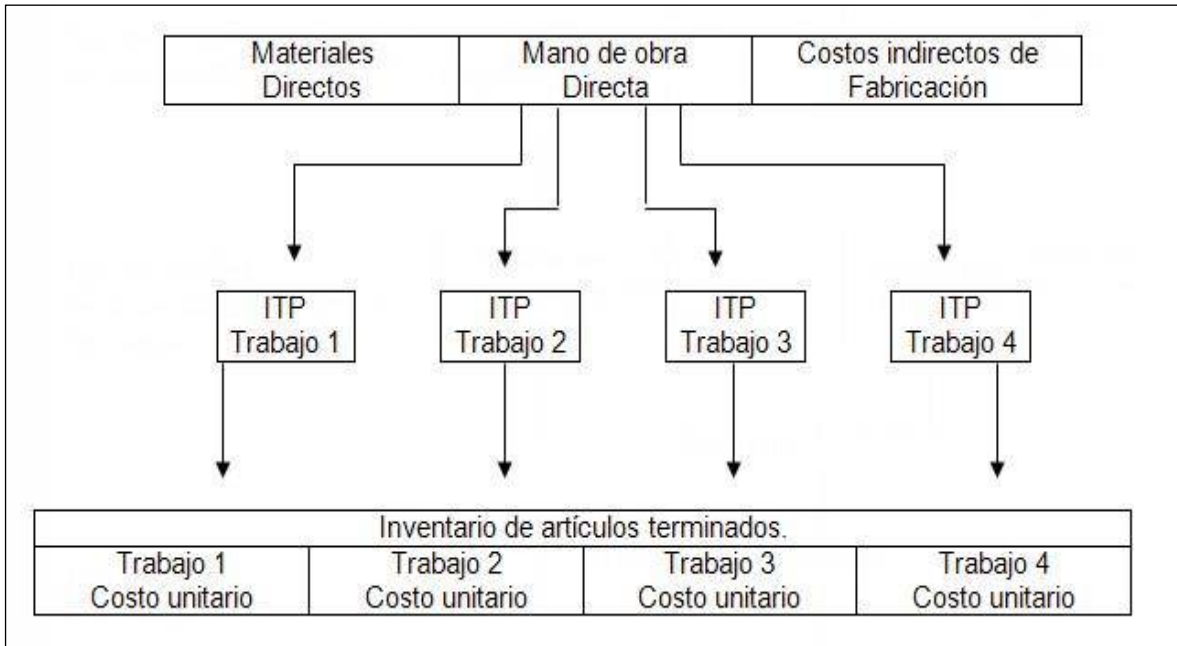
SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES DE TRABAJO:

Según Salazar (2012)¹⁴, el sistema de costos por órdenes de trabajo, es el conjunto de principios y procedimientos para el registro de los gastos identificados con órdenes de producción específicas, lo que permite hallar un costo unitario para cada orden y determinar los diferentes niveles del costo en relación con la producción total, en las empresas donde la producción se hace por pedidos. Un sistema de acumulación de Costos por Órdenes de Trabajo es más adecuado donde un solo producto o un grupo de productos se hacen de acuerdo con las especificaciones de los clientes, es decir, que cada trabajo es hecho a la medida. Bajo un Sistema de Costos por Órdenes de Trabajo, los tres elementos básicos del costo de un producto, es decir, materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción, se acumulan de acuerdo con su identificación con cada orden. En este sistema la incorporación de los gastos a la orden se realiza teniendo en cuenta la Hoja de Costo, documento principal en el sistema y que se emitirá una por cada orden de trabajo que se ha enviado a los talleres productivos. Esta hoja de costos comienza desde que se ejecuta el trabajo, y constituye el libro auxiliar de la cuenta Producción en Proceso y es diligenciada detalladamente y archivada al terminar las órdenes de trabajo. Para agregar los materiales directos a esta hoja de costos se dispone de un documento primario denominado Vale de Entrega o Devolución, el cual reflejará el número de la orden para la cual es asignado y contabilidad por su parte procede al registro del consumo de los materiales de cada orden en la cuenta Producción en Proceso. Respecto a la mano de obra directa, esta se determina según el resumen de tiempo y trabajo donde se detallan las horas trabajadas por los obreros en cada orden, lo cual permitirá identificar el costo por concepto de salario directo incurrido en las órdenes y reflejado contablemente en la cuenta Producción en Proceso. Los otros gastos que no se identifican con una orden y se consideran indirectos, en la medida en que se incurren, se registran contablemente en la cuenta Costos Indirectos de Fabricación. Para su prorrateo entre las órdenes resulta conveniente determinar una tasa de aplicación la cual puede ser Real o Predeterminada. Si la tasa de aplicación es Real parte de los datos históricos utilizándose el Método de Costo o Real y si la tasa de aplicación es predeterminada se toman los datos provenientes del presupuesto, utilizándose el Método de Costo o Normal. La tasa de aplicación se calcula dividiendo el total de costos indirectos de fabricación entre el total de una base, la cual puede ser el gasto de material directo, horas de mano de obra directa, horas máquinas, unidades de producción y costo de mano de obra directa. Una vez concluida la orden de producción, esta será transferida al almacén de producción terminada y contabilidad procederá a contabilizar dicha producción en la cuenta Producción Terminada, para su posterior venta al cliente. Ya facturada y en poder del cliente se procede a registrar el costo de venta. Los gastos de administración y ventas no se consideran parte de los costos y precios razonables de la

¹⁴ SALAZAR Jiménez, Horacio (2012) Contabilidad de costos. Lima. Editorial San Pedro.

orden de trabajo y se muestra separadamente en el estado de resultado. A continuación se muestra para mejor comprensión un esquema de acumulación de costos por órdenes de trabajo.

ACUMULACIÓN DE COSTOS POR ÓRDENES DE TRABAJO



Leyenda: P.P: Producción en Proceso; P.T: Producción Terminada; C.V: Costo de Venta.

Fuente: GIRALDO JARA, Demetrio (2012) Contabilidad de costos. Lima-Perú. Edición a cargo del autor.

PRECIOS RAZONABLES:

Kotler (2013)¹⁵, dice que generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercancía, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero. En el desarrollo de la economía ha habido debate prolongado acerca de la relación entre el precio y el valor. Originalmente, la escuela clásica consideraba que el precio dependía directamente del valor, entendido como la cantidad de trabajo encapsulada en la producción de una mercancía dada (ver Teoría del valor-trabajo). Posteriormente, a partir del trabajo de los marginalistas, se llegó a concebir que el precio depende de la utilidad que cada individuo asigna al bien o servicio en cuestión. Una opinión que está llegando a ser de creciente influencia, a partir del trabajo de Piero Sraffa, es que el precio se determina en relación a un paquete de productos o mercaderías básicas o numerario (incluyendo el trabajo) que son fundamentales para la producción de los bienes de todo tipo. Dado que la relación entre valor (entendido como la cantidad de esas mercaderías básicas utilizadas en la producción) y precios constituyen la base de la ganancia, analizar la relación que se da entre el valor y el precio permite identificar la estrategia de precio que a largo plazo puede resultar exitosa para una compañía. A lo largo del tiempo los precios pueden crecer (inflación) o decrecer (deflación). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del índice de precios, existiendo varios como el denominado Índice de Precios al Consumidor (IPC), el Índice de Precios Industriales (IPI), etc.

En un mercado cualquiera, el precio puede ser estudiado en dos perspectivas. La del comprador, que lo utiliza como una referencia de utilidad potencial, y la del vendedor, para el o la cual significa primero una guía de los posibles ingresos de sus actividades y, segundo, el método por el que convierte las mismas en beneficios. Desde este punto de vista hay varios conceptos que conviene mantener presentes: precio de oferta, o precio al que el vendedor ofrece su mercadería. Precio de demanda es el cual un consumidor está dispuesto a pagar. Precio de mercado o precios observados son los precios a los cuales ocurrieron compraventas reales. En una situación teórica —de mercado libre— el precio se fijaría mediante la ley de la oferta y la demanda. En el caso de un monopolio el precio “es en cada ocasión el más alto que se puede expresar de los compradores, o el que, se supone, van a consentir dar”

Determinación -de acuerdo a Joan Robinson- de precio de salarios en mercado monopsonico - Eje vertical (W) salarios, Eje horizontal (L) trabajo. Supply = Línea de oferta promedio de trabajo. - Demanda = demanda promedio de trabajo. El empleador monopsonico reduce la cantidad de empleos (L_m más bien que L_c) con el resultado que paga un salario (W_m) inferior al competitivo (W_c). Efectivamente creando un nuevo punto de equilibrio (M) -que se encuentra en el cruce de la línea del Costo Marginal

¹⁵ Kotler Philip (2013) Dirección De Marketing. México. Editorial LIMUSA

del Trabajo (MCL) y el ingreso marginal de la empresa (MRP). Eso lleva a un incremento neto (diferencia entre C y M) en la "productividad" o explotación. En una situación real - de competencia imperfecta- los precios se determinan a través de otros mecanismos, tales como la maximización del Ingreso marginal³ (ver también oligopolio; oligopsonio, Competencia monopolística; Competencia de Stackelberg; Teorema de la telaraña, etc.)

Economistas y otros han notado la existencia de fluctuaciones cíclicas de la actividad comercial bursátil e industrial durando de 7 a 10 años- que se siguen unas a otras. De acuerdo a Marx, esas fluctuaciones se deben a la oferta y se pueden caracterizar como crisis de sobreproducción: el incremento en la producción lleva a una situación en la cual el mercado no puede absorber todo lo producido. El resultado lleva a una caída catastrófica de producción y precios, etc. De acuerdo a Keynes el problema se debe a la demanda: si el empleo cae, la demanda decae, lo que a su vez lleva a una disminución catastrófica de los precios y el producto, lo que termina en una Crisis económica. Pero el precio también tiene que ver con el dinero. De acuerdo a Ludwig Von Mises, el problema se debe a una tasa de interés artificialmente baja o exceso de circulante, producto del préstamo excesivo por parte de los bancos. Esto lleva a las inversiones a sectores de "niveles altos de la estructura de producción" (empresas con altos niveles de bienes de capital) no justificado por el mercado, lo que termina en una depresión. Friedrich von Hayek clarifica que esto no es un exceso de inversión, pero inversión mal adecuada o mal dirigida (malinvestment). Sin embargo, Hayek argumenta, posteriormente, que los ciclos económicos solamente suceden, tratar de encontrar "culpables" es una empresa sin sentido. La segunda posición de von Hayek ha dado origen a posiciones tales como la de Jacob Viner, según la cual un descenso de la demanda lleva a una disminución de precios y, contrariamente, un aumento de la demanda está asociado a una alza de precios. Esas variaciones de precio van acompañadas de variaciones en las cantidades de mercaderías producidas y demandadas que oscilan de acuerdo con el ciclo del siglo 20. En derecho el precio es la contraprestación monetaria en una serie de contratos, como el arrendamiento o la compraventa. En la teoría legal ese precio es en dinero y solo en dinero, hasta el punto de que si en lugar de moneda se intercambiase otro tipo de bien, el contrato dejaría de ser compraventa, y pasaría a ser una permuta. Sin embargo, el dinero, como cualquier otro bien mueble puede ser objeto de multitud de negocios jurídicos (donación, herencia, prenda, etc.).

La fijación de precios es una estrategia económica que determina los objetivos financieros, de marketing y de métodos que tiene una compañía. También establece los objetivos del producto o marca, así como la elasticidad de su demanda en relación al precio y los recursos disponibles para su disposición. Algunos de los objetivos de la fijación de precios más comunes son: Maximizar el beneficio a largo plazo; Incrementar el volumen de ventas (cantidad); Incrementar el volumen de ventas (económico); Incrementar la cuota de mercado terminada de retorno sobre ventas; Estabilizar el mercado o estabilizar el precio; Crecimiento de la compañía; Mantener el liderazgo en precios; Desensibilizar a los consumidores acerca del precio; Desmotivar la entrada de nuevos competidores en la industria; Igualar precios de los competidores; Animar la salida de firmas marginales del mercado; Evitar una investigación o intervención por parte del gobierno; Obtener o mantener la fidelidad o el entusiasmo de

distribuidores u otro personal de ventas; Mejorar la imagen de la firma, marca o producto; Ser percibido como "justo" por consumidores y consumidores potenciales; Crear interés y entusiasmo por un producto; Desincentivar rebajas de precios por parte de la competencia; Utilizar el precio para hacer el producto "visible"; Mejorar la rotación del producto; Trata de "arrebatar" el máximo de renta disponible a cada consumidor.

Se denomina estrategia de precios a todos aquellos recursos de marketing que una empresa puede desarrollar consistentes en la modificación de los precios de sus productos. La empresa proyecta y comunica una imagen perceptible y clara para que sea percibida a medio y largo plazo. Puede ser, por ejemplo, una estrategia orientada a ofrecer precios inferiores, superiores o iguales a los precios medios del mercado. Las empresas pueden optar por una estrategia de: Penetración cuando ofrecen siempre precios inferiores a los de la categoría y los compradores dan al producto un valor superior al precio que tiene; Alineamiento cuando el precio corresponde con el valor medio del mercado y con el que los compradores le atribuyen; Selección cuando el precio corresponde con el valor que los compradores dan al producto pero es muy superior al valor medio de mercado.

En economía, un sistema de precios es cualquier sistema económico que efectúa su distribución de bienes y servicios al asignar precios a dichos bienes y servicios y empleando cualquier forma de dinero o cheques de débito. Excepto para comunidades primitivas y remotas, todas las sociedades modernas usan sistemas de precios para asignar recursos. Sin embargo, el sistema de precios no es usado para todas las decisiones actuales en las asignaciones de recursos. Los precios comunican información pertinente a todos los participantes de mercado sobre los bienes o servicios que una persona pueda obtener a cambio de lo que produce, constituyendo el precio real que la gente está dispuesta a pagar.¹ La teoría de precios explica cómo se establecen éstos, dado que obedecen a diversos condicionamientos. Un sistema de precios relativos podría ser tanto un sistema de precios fijo donde los precios sean dispuestos por un gobierno, o pueden ser un sistema de precios libre, donde los precios se dejen fluctuar libremente determinados por una desregulada oferta y demanda. O podría ser una combinación de ambos en un sistema de precios mixto.

Haciendo historia; fundamentalmente, los sistemas de precios giraron en torno al comercio y el dinero. El sistema de precios expresados en dinero es el mecanismo que espontáneamente surgió para coordinar los intercambios cada vez más indirectos entre las personas. Thorstein Veblen, miembro de la Technical Alliance, escribió un tratado fundamental en el desarrollo del término al discutirlo en su artículo: *The Engineers and the Price System*^{4 5} (Los ingenieros y el sistema de precios). El capítulo VI, *A Memorandum on a Practicable Soviet of Technicians* (Memorandum sobre un soviets de técnicos practicable) discutía la posibilidad de una revolución socialista en los Estados Unidos comparable a la que estaba ocurriendo en Rusia (los soviets aún no habían comenzado a formar un Estado en ese momento, la URSS se formó en 1922). Desde sus comienzos, el sistema de precios está involucrado en el sistema del capitalismo global presente desde principios del siglo XXI.⁶ La Unión soviética y otras naciones comunistas fueron sistemas de precios controlados.⁷ Sea el rublo o el dólar el que se use en

el sistema económico, el criterio de un sistema de precios es el uso de dinero como árbitro y normalmente es el juez final sobre si algo se hace o no. En otras palabras, pocas cosas se hacen sin una visión de obtener beneficios en un sistema de precios.

Según Kotabe (2013)¹⁶, todas las organizaciones con fines de lucro y muchas sin fines de lucro ponen precio a sus productos o servicios. Los precios tienen muchos nombres: Hay precios a todo nuestro alrededor. Pagamos renta, colegiatura por nuestra educación, honorarios a nuestro médico o dentista. Las líneas aéreas, ferrocarriles, taxis y camiones nos cobran un pasaje; las empresas de servicios como la luz y el teléfono llaman a sus precios tarifas; y el banco nos cobra intereses por el dinero que pedimos prestado. El precio de conducir un automóvil por algunas autopistas se llama cuota, y la empresa que asegura nuestro automóvil nos cobra una prima. El "precio de un ejecutivo es su sueldo, el precio de un vendedor podría ser una comisión y el precio de un trabajador es un salario. Por último aunque algunos economistas no estén de acuerdo, muchos de nosotros sentimos que los impuestos son el precio que pagamos por el privilegio de ganar de dinero. Durante casi toda la historia los precios se fijaron por negociación entre quienes compran y quienes venden. Establecer un mismo precio para todos los compradores es una idea relativamente moderna que surgió con el desarrollo de las ventas al detalle a gran escala al final del siglo XIX F. W. Woolworth, Tiffany & Co., y otros anunciaron una "política estricta de un solo precio" por que trabajaban tantos artículos y supervisaban a tantos empleados.

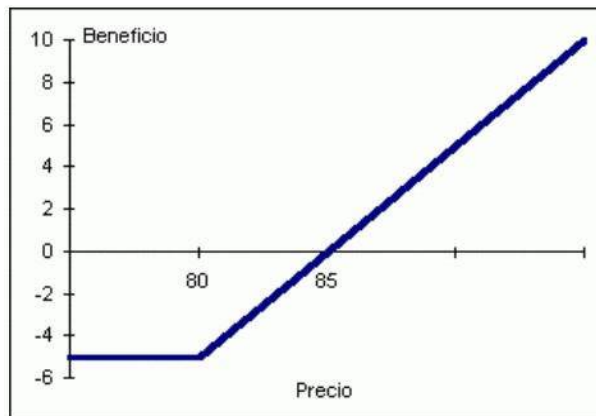


Gráfico de beneficios del comprador

Ahora, apenas cien años después, el Internet promete revertir la tendencia de los precios fijos y llevarnos de vuelta a una era de precios negociados. El Internet, las redes corporativas y los sistemas inalámbricos están vinculando a personas, máquinas y empresas de todo el globo, y conectando a quienes venden y quienes compran como nunca antes. Sitios Web como Compare.Net y PriceScan.com permiten a los compradores comparar productos y precios con rapidez y facilidad. Los sitios de subasta en línea como eBay.com y Onsale. Com facilitan que los compradores y vendedores negocien los precios de miles de artículos, desde computadoras renovadas hasta trenes de hojalata

¹⁶ Kotabe Hel, Helsen (2013) Marketing Global Marketing. México. Editorial LIMUSA

antiguos. Tradicionalmente el precio ha operado como principal determinante de la decisión de compra. Esto sigue siendo válido en los países más pobres, entre los grupos más pobres y en el caso de productos básicos uniformes. Aunque factores distintos del precio se han vuelto más importantes para la conducta del comprador en las últimas décadas, el precio sigue siendo uno de los elementos más importantes que determinan la participación de mercado y la rentabilidad de una empresa.

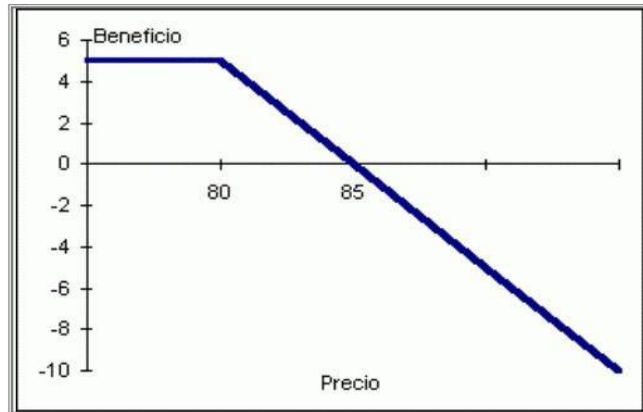


Gráfico de beneficios del vendedor

Los consumidores y agentes de compras tienen acceso a la información de precios y a quienes ofrecen precios descontados. Los consumidores investigan sus compras con cuidado, obligando a los detallistas a bajar precios. Los detallistas presionan a los fabricantes para que bajen sus precios. El resultado es un mercado que se caracteriza por fuertes descuentos y promoción de ventas. El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

Los errores más comunes: La fijación de los precios está demasiado orientada a los costos; Los precios no se modifican con la frecuencia suficiente para aprovechar los cambios del mercado; El precio se fija con independencia del resto de la mezcla de marketing y no como un elemento intrínseco de la estrategia de posicionamiento en el mercado; El precio no es lo bastante variado para los diferentes artículos, segmentos de mercado y ocasiones de compra.

COMO FIJAR PRECIOS

Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos. La empresa debe decidir donde posicionará su producto en cuanto a calidad y precio. En algunos mercados, como el de los automóviles, es posible encontrar hasta ocho puntos de precio:

Segmento	Ejemplo (Automóviles)
Definitivos	Rolls-Royce

Dorado	Mercedes_Benz
Lujo	Audi
Especiales	Volvo
Medio	Buick
Facilidad/comodidad	Ford Escort
Imitación, pero más barato	Hyundai
Sólo precio	Kia

Puede haber competencia entre los segmentos de precio - calidad. La siguiente figura muestra nueve estrategias de precio - calidad. Las estrategias diagonales 1, 5 y 9 pueden coexistir en el mismo mercado; es decir, una empresa ofrece un producto de alta calidad a un precio alto, otra ofrece un producto de calidad media a un precio medio. Los tres competidores pueden coexistir en tanto el mercado mantenga tres grupos de compradores: quienes insisten en la calidad, quienes insisten en el precio, y quienes equilibran ambas consideraciones.

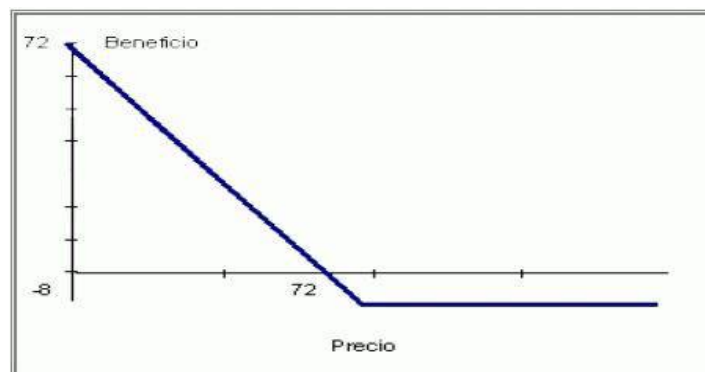


Gráfico de beneficios del comprador

Las estrategias 2, 3 y 6 son formas de atacar las posiciones diagonales. La estrategia 2 dice: "nuestro producto tiene la misma alta calidad que el producto 1 pero cobramos menos". La estrategia 3 dice lo mismo y ofrece un ahorro aún mayor. Si los clientes sensibles a la calidad creen lo que dicen estos competidores, lo sensato será comprarles y ahorrar dinero (a menos que el producto de la empresa 1 haya adquirido un atractivo).

Lo primero que hace la empresa es decidir dónde quiere posicionar su oferta de mercado. Cuánto más claros sean los objetivos de la empresa, más fácil será fijar el precio: Una empresa puede buscar cualquiera de cinco objetivos principales al fijar sus precios:

- ❖ Supervivencia
- ❖ Utilidades actuales máximas
- ❖ Participación máxima de mercado

- ❖ Captura máxima del segmento superior del mercado
- ❖ Liderazgo en calidad de productos
- ❖ También existen algunas condiciones que favorecen la fijación de bajos:
- ❖ El mercado es muy sensible al precio y un precio bajo estimula su crecimiento
- ❖ Los costos de producción y distribución bajan al irse acumulando experiencia en la producción
 - ❖ El precio bajo desalienta la competencia real y potencial

Una reducción en el precio sólo aumentará los ingresos totales si la demanda es elástica y un aumento en el precio sólo aumentará los ingresos totales si la demanda es inelástica. La elasticidad precio de la demanda (o elasticidad de la demanda) es la medida de la respuesta de los compradores a los cambios en los precios. La elasticidad de la demanda es el cambio porcentual en la cantidad de producto demandada dividida por el cambio porcentual en el precio.

$$e = \frac{\text{cambio porcentual en la cantidad demandada}}{\text{cambio porcentual en el precio}}$$

La elasticidad precio de la oferta de un producto es el cambio porcentual en la cantidad de producto ofertada dividida por el cambio porcentual en su precio.

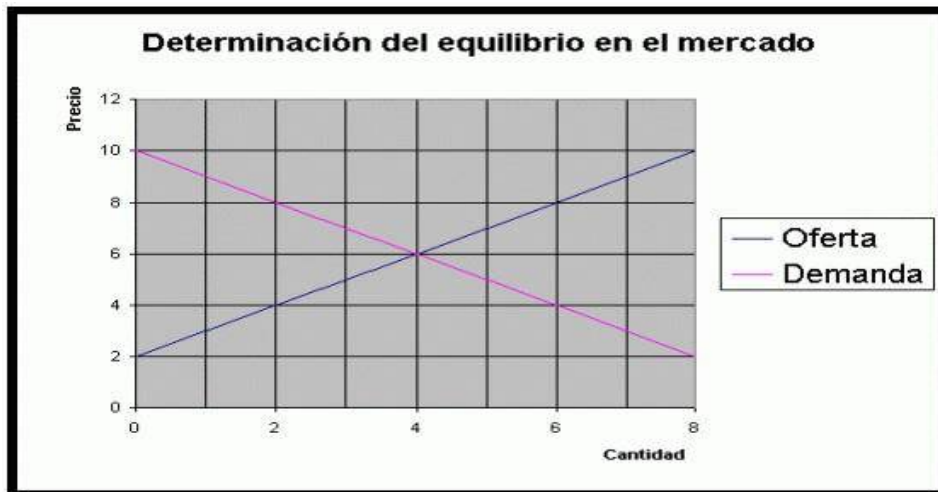
Sin embargo, se plantea la cuestión de si los cambios porcentuales en los precios y en las cantidades demandadas deberían ser medidos como porcentajes de los valores iniciales o de los valores finales. Para evitar confusión e inconsistencias al medir elasticidades, se usa el promedio de los valores iniciales y finales de los precios y de las cantidades demandadas para calcular la elasticidad precio de la demanda. La fórmula es la siguiente:

$$\text{Elasticidad precio de la demanda} = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_1 + Q_2)/2} \cdot \frac{P_1 + P_2}{P_2 - P_1}$$

donde P_1 y Q_1 denotan el precio y la cantidad iniciales y donde P_2 y Q_2 representan el precio y la cantidad finales.

Cuando la elasticidad de la demanda, o de la oferta, es mayor que 1, se dice que esa demanda o que esa oferta es elástica. Una relación de menos de 1 indica que esa demanda, u oferta, es inelástica. La elasticidad será cero si la cantidad demandada u ofertada no cambia en absoluto cuando cambian los precios. Cuanto mayor es la elasticidad, tanto más grande es el cambio porcentual en la cantidad demandada para un porcentaje dado de cambio en el precio.

Un resumen de los tipos de elasticidad precio se presenta en el siguiente cuadro:



SELECCIÓN DEL MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS

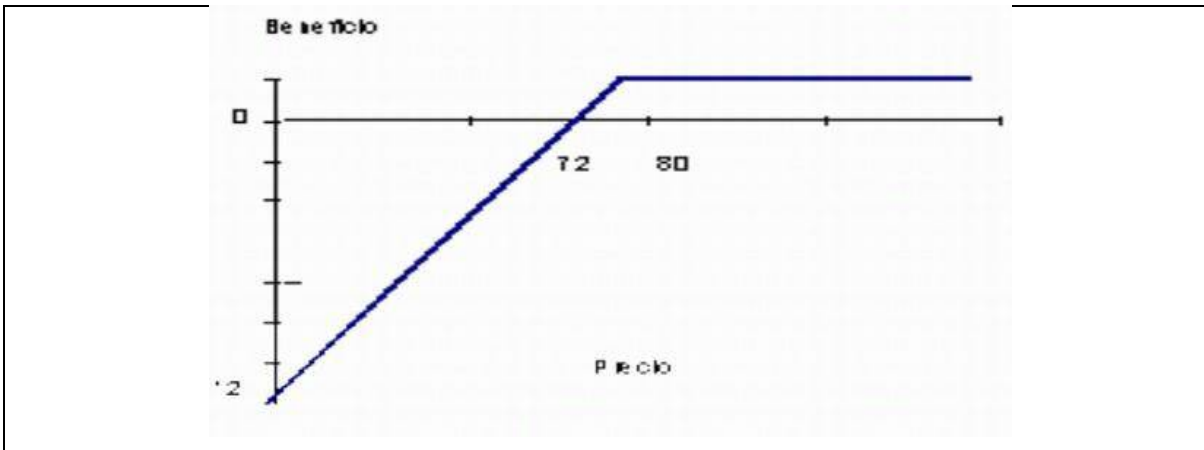
Un vez que se conocen las tres "ces" – la estructura de demanda de los Clientes, la función de costos y los precios de los competidores – la empresa está lista para escoger un precio. Los precios de los competidores y de los sustitutos sirven de orientación, los costos que establecen el límite inferior para el precio y la evaluación que hacen los clientes de las características exclusivas del producto establecen el precio máximo.

La empresa selecciona un método de fijación de precios que incluye una o más de estas tres consideraciones. A continuación se definen algunos de estos métodos:

FIJACIÓN DE PRECIOS POR SOBREPRECIO

El método más elemental para fijar precios es sumar un sobreprecio estándar al costo del producto. Las empresas de construcción presentan licitaciones para contratos estimando el costo total del proyecto y sumando un sobreprecio estándar de donde saldrán sus utilidades. Los abogados y contadores cotizan normalmente sumando un precio estándar a su tiempo y costos. Los contratistas de la defensa cobran su costo más un sobreprecio estándar. Supongamos que un fabricante de tostadoras tiene las siguientes expectativas en cuanto a costos y ventas: Costo variable unitario \$10; Costo fijo 300,000; Ventas unitarias esperadas 50,000. El costo unitario del fabricante está dado por: $\text{Costo unitario} = \text{costo variable} + (\text{costo unitario} / \text{ventas unitarias}) = \$10 + (300,000/50,000) = \16 . Supongamos ahora que el fabricante quiere ganar un sobreprecio del 20% sobre las ventas. El sobreprecio del fabricante está dado por: $\text{Sobreprecio} = \text{costo unitario} / (1 - \text{rendimiento sobre ventas deseado}) = \$16 / (1 - 0.2) = \$20$

El fabricante cobraría a los distribuidores \$20 por tostadora y obtendría una utilidad de \$4 por unidad. A su vez los distribuidores pondrán un sobreprecio a la tostadora. Si los distribuidores quieren ganar el 50% de su precio de venta, aumentarán el precio de venta de la tostadora a \$40. Esto equivale a un sobreprecio sobre costos del 100%. Los sobreprecios suelen ser más altos en artículos de temporada (para cubrir el riesgo de no venderlos) artículos de especialidad, artículos que no se venden mucho, artículos con costo de almacenamiento y manejo elevados y artículos con demanda inelástica.



FIJACIÓN DE PRECIOS POR RENDIMIENTO OBJETIVO

En la fijación de precios por rendimiento objetivo la empresa determina el precio que produciría su tasa de efectivo de rendimiento sobre la inversión (ROI): General Motor utiliza este método y pone precio a sus automóviles a modo de obtener una ROI del 15 al 20%. Las empresas de servicios públicos (electricidad) también usan éste método, pues necesitan obtener un rendimiento justo de su inversión. Supongamos que el fabricante de tostadoras invirtió \$ 1 millón en el negocio y quiere fijar un precio que le pague un ROI del 20%, es decir, \$20,000. El precio por precio por rendimiento objetivo está dado por la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de rendimiento} = (\text{costo unitario} + \text{rendimiento deseado} * \text{capital invertido}) / \text{ventas unitarias} = \$16 + (0.20 * \$1,000,000) / 50,000 = \$20$$

El fabricante obtendrá su ROI del 20% siempre que sus costos y ventas estimados sean exactos.

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Una reducción en el precio sólo aumentará los ingresos totales si la demanda es elástica y un aumento en el precio sólo aumentará los ingresos totales si la demanda es inelástica. La elasticidad precio de la demanda (o elasticidad de la demanda) es la medida de la respuesta de los compradores a los cambios en los precios. La elasticidad de la demanda es el cambio porcentual en la cantidad de producto demandada dividida por el cambio porcentual en el precio.

La fijación de precios tiene dimensiones psicológicas así como económicas y los mercadólogos deben tenerlas en cuenta al tomar decisiones de fijación de precios. La fijación de precios según la calidad, precios extraños, la fijación de precios según líneas, y precios habituales, son formas de fijar los precios sobre bases psicológicas apelando a las emociones de los compradores.

La fijación de precios por líneas de productos puede constituir una estrategia eficaz para ampliar un mercado agregando nuevos usuarios. Los probables compradores pueden convertirse en clientes que compran por primera vez porque son atraídos por los productos de bajo precio en el rango. La decisión

de compra sigue siendo válido en los países más pobres, entre los grupos más pobres y en el caso de productos básicos uniformes.

CONCEPTOS RELACIONADOS CON LOS COSTOS Y PRECIOS RAZONABLES

COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN:

Para Robles (2015)¹⁷, se entiende por costos directos de un objetivo de costo a aquellos costos que son directamente identificables y atribuibles a dicho objetivo de costo. Esta identificación directa entre el costo y el objetivo de costo debe poder hacerse por medio del sentido común (mediante una simple observación), o de una forma técnica (siempre que la identificación sea inequívoca y económicamente factible). Por el contrario se entiende por costos indirectos como aquellos que no son identificables con un solo objetivo de costo. Esto se debe a que estos costos están asociados a varios objetivos de costo al estar causados conjuntamente por estos objetivos de costo. Los costos indirectos son por lo tanto compartidos por varios objetivos de costo. No es posible establecer de una forma directa qué cantidad de costo es atribuible a un objetivo de costo determinado. Los costos indirectos sólo pueden ser repartidos a los objetivos de costo que los causan de forma indirecta mediante algún método de reparto.

El análisis de los costos de una empresa desde la perspectiva de los objetivos de costo que los originan es muy importante. Un cambio en los objetivos de costo que la empresa pretende seguir puede hacer variar totalmente la clasificación establecida entre costos directos e indirectos. Por ejemplo, es muy común que los objetivos de costos más relevantes para una empresa sean los productos o servicios que ofrece al mercado. En este tipo de empresas el costo de un product manager es un costo directo del producto que este directivo gestiona, pero este costo podría a su vez considerado como un costo indirecto con respecto a las diferentes regiones en las que la empresa opera o respecto a los diferentes canales de distribución que emplea. Conviene también aclarar la distinción entre costos variables y costos directos, ya que con frecuencia son dos conceptos que se confunden. Como se ha comentado un costo se considera directo por su identificación directa con el objetivo de costo perseguido. Por su parte un costo se considera variable cuando es dependiente del volumen de actividad, es decir, cuando varía ante cambios en el nivel de actividad. Puede haber casos en los que un determinado costo cumpla a su vez la condición de ser costo directo y costo variable al mismo tiempo, pero no tiene que ser así necesariamente. Por ejemplo, la materia prima empleada en la producción de un bien suele ser un costo variable que a su vez es costo directo de ese bien. Pero en cambio el costo del responsable de la cadena de producción del bien es un costo fijo para la empresa y debería ser considerado costo directo de ese bien.

¹⁷ Robles Noriega, Raúl (2012). Costos empresariales. México. Litografía Ingramex SA.

Los costos directos atribuibles a un objetivo de costo son directamente identificables y perfectamente trazables a dicho objetivo, por lo que no hay ninguna duda sobre su tratamiento desde el punto de vista de contabilidad analítica, ya que el cien por cien del costo debe ser imputado a ese objetivo de costo. Con los costos indirectos la imputación analítica al objetivo de costo no es tan sencilla, ya que este tipo de costos están asociados simultáneamente a varios objetivos de costo. Los costos indirectos deben ser por lo tanto compartidos por varios objetivos de costo, lo que obliga a buscar una manera de estimar qué cantidad de costo es atribuible a cada uno de los objetivos de costo causantes del costo indirecto. El primer método para imputar costos indirectos es mediante el reparto de los costos empleando un criterio de reparto. Los criterios de reparto de costos indirectos son habitualmente denominados claves de reparto. En terminología anglosajona las claves de reparto son conocidas como “cost drivers” o “cost allocators”. El segundo método para imputar costos indirectos entre los objetos de costo que los consumen es estableciendo unos precios entre las unidades de negocio prestadora y receptora. Estos precios internos, fijados por la dirección de la empresa en lugar de por el mercado, son conocidos como precios de transferencia. En terminología anglosajona los precios de transferencia son denominados “transfer prices”. Cada vez que se quiere repartir un costo indirecto concreto entre diversos objetivos de costo hay que analizar y después elegir entre diversas alternativas de reparto e imputación de este tipo de costos indirectos. La elección de una clave de reparto o la determinación de un precio de transferencia para ese costo indirecto frente a otras alternativas posibles de imputación tienen cierta carga subjetiva. En la medida que una empresa tiene muchos costos indirectos que quiere repartir, la empresa tiene que tomar muchas decisiones de reparto. Cada elección de una clave de reparto o cada determinación de un precio de transferencia para un costo indirecto es una elección subjetiva, por lo que podemos concluir que el modelo de costos de una empresa está, en cierta medida, determinado por cada una de estas elecciones subjetivas de criterios de reparto y de precios de transferencia de los costos indirectos.

COSTOS VARIABLES, FIJOS Y MIXTOS DE PRODUCCIÓN:

Para Robles (2015)¹⁸, costos fijos son los que se tienen que pagar sin importar si la empresa produce mayor o menor cantidad de productos, como ejemplo están los arrendamientos, que aunque la empresa este activa o no hay que pagarlos, así produzca 100 o 500 unidades siempre deberán pagar el mismo valor por concepto de arrendamiento.

Los costos variables son los que se cancelan de acuerdo al volumen de producción, tal como la mano de obra, (si la producción es baja, se contratan pocos empleados, si aumentan pues se contrataran más y si disminuye, se despedirán), también tenemos la materia prima, que se comprará de acuerdo a la cantidad que se esté produciendo.

En una empresa es recomendable controlar y disminuir los costos fijos, ya que estos afectan económicamente la empresa, si esta está en una etapa de recesión, tales costos fijos causaran perdida,

¹⁸ Robles Noriega, Raúl (2012). Costos empresariales. México. Litografía Ingramex SA.

de tal forma que entre menos costos fijos tenga una empresa, mejor será la razón gastos-ingresos que se tenga. El manejo de costos variables hace que la empresa se mucha más adaptable a las circunstancias cambiantes del mercado, de la oferta.

Pueden ser definidos como una segregación de los costos de producción entre aquellos que son fijos y aquellos que varían en relación directa con el volumen de producción, es decir que solo los costos variables son los que deben formar parte del costo. Los costos fijos deben considerarse como resultados del periodo en el que se incurren. Costos fijos; También pueden producirse movimientos en estos costos de tal forma que se incrementan, la empresa tenga que realizar un esfuerzo adicional para cubrirlos. Cuando se produce el incremento en estos costos, el punto de equilibrio se mueve hacia la derecha de la gráfica. Son aquellos costos comprometidos, programados o planeados que se incurren para proveer y mantener la capacidad de producción y venta de la empresa. Este costo en un periodo de tiempo dado y a la duración de la actividad, este costo se le llama "duración relevante" no cambia en total, pero llega a ser progresivamente más pequeño sobre una base por unidad a medida que el volumen crece y será progresivamente de mayor cuantía en relación con la unidad, si las actividades antes mencionadas disminuyen.

Es decir, que estos costos son fijos en relación a su importe en pesos y variables en relación a la unidad de donde se deduce que los costos fijos son consecuencia de las decisiones a largo plazo de la gerencia. En las relaciones costo utilidad y en el efecto de los patrones en el comportamiento de los costos sobre las tomas de decisiones es útil para precisamente tomar decisiones administrativas. El análisis costo volumen utilidad, determina el volumen que se fijará como objetivo, es decir, el volumen necesario para lograr el ingreso operativo deseado, una de las formas más utilizadas en el análisis costo- volumen- utilidad es el cálculo del punto de equilibrio de una empresa.

Costos Variables: Para las empresas que no están sujetas a control de precios, resulta muy interesante ver las diferentes opciones de éstos, y su repercusión en la demanda y, por tanto, su efecto sobre las utilidades de la empresa. La base sobre la que se reducen los precios es siempre más grande que la base para incrementar los costos variables; es válido si se trata del mismo porcentaje de reducción e incremento. Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo: Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto); Materias Primas directas; Materiales e Insumos directos; Impuestos específicos; Envases, Embalajes y etiquetas; Comisiones sobre ventas.

Este análisis es muy simple de realizar: cualquier incremento de volumen arriba del punto de equilibrio actual representa un aumento de las utilidades, y cualquier disminución del volumen trae aparejado un decremento de las utilidades. Al analizar las diferentes variables, se determina lo importante que es simular diferentes acciones con respecto a precios, volumen o costos, a fin de incrementar las utilidades. Esto se puede lograr comparando lo presupuestado con lo que actualmente está sucediendo, y así llevar a cabo diferentes estrategias para cada una de las variables.

El margen de contribución es el la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia. El margen de contribución por unidad se puede determinar solamente para una mezcla de producto en particular. Si la mezcla real de productos vendidos difiere de la mezcla de productos usada en el análisis, habrá una divergencia entre la utilidad esperada, basada en el modelo de costo- volumen- utilidad y la utilidad realizada. Además, el punto de equilibrio no será el mismo si la mezcla de productos realmente vendidos difiere de la mezcla de productos usada en el análisis. El MCU es igual a todos los ingresos por venta menos todos los costos que varían respecto a un factor de costo relacionado con la producción. Este se calcula como la diferencia entre el Precio de Venta unitario y el Costo Variable unitario.

COSTOS POR ACTIVIDADES:

Para Robles (2015)¹⁹, el costo o por actividades aparece a mediados de la década de los 80, sus promotores: Cooper Robin y Kaplan Robert, determinando que el costo de los productos debe comprender el costo de las actividades necesarias para fabricarlo y venderlo y el costo de las materias primas. El Método de "Costos Basados en Actividades" (A.B.C.) mide el costo y desempeño de las actividades, fundamentado en el uso de recursos, así como organizando las relaciones de los responsables de los Centros de Costos, de las diferentes actividades. El Costo o Basado en Actividades, ABC Costing, es un procedimiento que propende por la correcta relación de los Costos Indirectos de Producción y de los Gastos Administrativos con un producto, servicio o actividad específicos, mediante una adecuada identificación de aquellas actividades o procesos de apoyo, la utilización de bases de asignación -driver- y su medición razonable en cada uno de los objetos o unidades de costo o.

El modelo ABC permite mayor exactitud en la asignación de los costos de las empresas y permite la visión de ellas por actividad, entendiendo por actividad según definición dada en el texto de la maestría en Administración de Empresas del

MG Jaime Humberto solano "es lo que hace una empresa, la forma en que los tiempos se consume y las salidas de los procesos, es decir transformar recursos (materiales, mano de obra, tecnología) en salidas". Otras ideas extraídas de otros autores la señalan a la actividad como: La Actuación o conjunto de actuaciones que se realizan en la empresa para la obtención de un bien o servicio. Son el núcleo de acumulación de los costos.

Los objetivos fundamentales del Costo o Basado en Actividades son: Medir los costos de los recursos utilizados al desarrollar las actividades en un negocio o entidad; Describir y aplicar su desarrollo conceptual mostrando sus alcances en la contabilidad gerencial; Ser una medida de desempeño, que permita mejorar los objetivos de satisfacción y eliminar el desperdicio en actividades operativas; proporcionar herramientas para la planeación del negocio, determinación de utilidades, control y

¹⁹ Robles Noriega, Raúl (2012). Costos empresariales. México. Litografía Ingramex SA.

reducción de costos y toma de decisiones estratégicas. Los beneficios del método de "Costos Basados en Actividades" (A.B.C.) son: Claramente visualizar, los logros sobre los costos de los productos y descubrir las fallas en las asignaciones de recursos, por lo tanto, de costos; Precisar la manera de valuar o no las actividades; la información confiable para soportar decisiones estratégicas; alienta el trabajo en equipo en las áreas de Producción y Contabilidad, ya que sin ello, no se puede tener la idea clara de Ingeniería de Producción y la diversidad de Costos, surgiendo la interacción de áreas; identifica y precisa los costos de cada actividad; para lograr el punto anterior, se necesita una revisión de estructura, en cuanto a "Áreas y Niveles de Responsabilidad", de la Organización.

Importancia del sistema de costo o gerencial ABC: Es un modelo gerencial y no un modelo contable; los recursos son consumidos por las actividades y estos a su vez son consumidos por los objetos de costos (resultados); considera todos los costos y gastos como recursos; muestra la empresa como conjunto de actividades y/o procesos más que como una jerarquía departamental; es una metodología que asigna costos a los productos o servicios con base en el consumo de actividades.

Los pasos a seguir para lograr el ABC, son: Analizar e identificar las actividades de apoyo, a la fabricación que aportan los

"Departamentos de Servicio" (a los productivos y los generales) denominados por los autores " Departamentos Indirectos"; Formar grupos de costos homogéneos (costos de cada grupo, referido a una actividad) valuándolas, las actividades, separadamente; Un argumento clásico en el que se basan los autores del ABC, es que dicen que: "no son los productos sino las actividades, quienes causan los costos , y son los artículos fabricados quienes absorben las actividades. Contradiendo la primera parte con la segunda, pues los productos originan las actividades, por lo que es lógico que aquellos absorban sus costos, de acuerdo con el "Principio de Origen y Beneficio", que es inobjetable; Localizar las "Medidas de Actividad", identificándolas en "Unidades de Actividad", que mejor apliquen el origen y la variación de los gastos de referencia. Estas medidas, en el Idioma Inglés se conocen como "Cost Drivers", que en castellano podrían ser "Generadores del Costo" u "Origen del Costo"; Procede ahora obtener el "Costo Unitario de Proveer cada Actividad al Proceso de Fabricación", dividiendo el costo total de cada actividad entre el "número de unidades de actividad consumidas" de la "Medida de Actividad Identificada"; Identificar el "Número de Unidades de Actividad", consumidas por cada producto;

Aplicación de los Gastos Indirectos de Fabricación a los artículos elaborados, multiplicando el "Costo Unitario de Proveer Cada Actividad", por el número de "Unidades de Actividad" ocupadas para cada producto.

La asignación de costos por este método se da en dos etapas donde la primera consiste en acumular los CIF por centros de costos con la diferencia que no solamente se utilizan más centros que en los métodos tradicionales sino que estos toman otro nombre: se denominan actividades. En la segunda etapa los costos se asignan a los trabajos de acuerdo con el número de actividades que se requieren para ser completados. El método para la obtención de costos ABC sólo se refiere a un

elemento del Costo de Producción, o sea, a los Gastos Indirectos de Fabricación. El costo de operación interviene importantemente en la obtención de utilidades o en originar pérdidas. Uno de los objetivos del ABC es concientizar a la Organización, y en particular a la Alta Gerencia, lo importantes que son los Departamentos de "Servicio Indirecto", cuestión que siempre se ha sabido, pues si fueran innecesarios, se hubieran desaparecido o minimizado, como acontece con los inventarios utilizando "Justo a Tiempo", aunque siempre puede aplicarse. Con ABC se obtienen "costos unitarios de productos mucho más precisos y útiles".

El Método ABC no es útil si se ocupa sólo él para la obtención de los Costos, porque queda corto en las más importantes tomas de decisiones, así como Dirección y Planeación Estratégicas, que repercuten en la vida de la Empresa, puesto que ABC dista mucho de alcanzar el Costo Total, o su aproximación: Costo Integral-Conjunto. El Método usa algo que se le ha criticado duramente al Costo Tradicional: los prorrateos. El ABC presenta un espejismo al asignar, prorratear, o identificar los Gastos Indirectos de Producción a las Actividades, pero en realidad, hacia la unidad de fabricación quizá los prorrateos hayan aumentado, para después ser aplicados en mucha mayor cantidad, pues todo lo puesto en actividades, es indirecto a la unidad elaborada, por lo que son indispensables los prorrateos, presentando menos verdad que el Costo Tradicional, respecto a la unidad. Los orígenes del Costo, ocupados por el Método de Costos Tradicional, han sido el volumen de producción, la unidad elaborada o por hacerse, y el tiempo, en cambio, el Método ABC, reconoce o propone muchos otros "Orígenes del Costo", según las actividades, es decir, agrega el aspecto "Actividad", que explica el comportamiento desde ese punto de vista, el cual no había sido considerado en el Método Tradicional, mismo que no quiere decir que sea el correcto hacia el Costo Unitario de Fabricación, por todas las subjetivas características, o bases habidas en cada uno de los pasos, para obtener el Costo Unitario de Fabricación con el Método ABC, circunstancia que no acontece con el Método de Costo Integral-Conjunto, que además del "Origen Causa", toma en consideración el "Efecto", no pensado por el Método ABC.

El ABC ha hecho aportaciones como la necesidad de entender las causas de los Gastos Indirectos de Fabricación. Y tiene tanto Costo Administrativo, que lleva a la necesidad de hacer, hacia él, el estudio de Costo-Beneficio-Utilidad. El Método ABC analiza, identifica, agrupa las actividades; localiza las "Medidas de Actividad", las encuentra en "Unidades de Actividad", que mejor expliquen el origen y la variación de los Gastos Indirectos de Fabricación; obtiene el "Costo Unitario" de proveer cada actividad el proceso de elaboración, al dividir el costo total de los Gastos Indirectos de Fabricación de cada actividad, entre el número de unidades de actividades consumidas, de la medida de unidad reconocida; identifica el "Número de Unidades de Actividad" consumidas por cada producto; para por último aplicar los Gastos Indirectos a los artículos elaborados, multiplicando el "Costo Unitario de Proveer cada Actividad", por el número de unidades de actividad de cada producto. En concreto, el Método ABC, es

el proceso de agrupar lógicamente las actividades, de precisar la autoridad responsable, estableciendo relaciones de trabajo, de tal forma que tanto la Entidad como el personal, alcancen sus objetivos.

PRECIOS SOBRE COSTOS:

Para Robles (2015)²⁰, antes de tomar cualquier acción con respecto al precio de su producto o servicio existe un requisito indispensable que usted debe cumplir: conocer sus costos. Los costos incluyen: costo de adquisición o producción, costos logísticos, costos operativos, costos de entrega, costos de marketing; usted los puede dividir entre fijos y variables o costo de ventas y costos administrativos. Cualquiera que sea la decisión que tome con respecto al precio, al menos, debe saber el impacto que esta decisión tendrá y así podrá valorar aspectos estratégicos y de contexto competitivo. Pasos para Fijar el Precio de un Producto o Servicio: Método de costo más margen: Calcule el costo de adquirir o producir su producto o servicio (por unidad); Calcule el costo de marketing y entrega; Calcule sus costos operativos; Obtenga el costo unitario de sus costos periódicos. Sume el total de los costos de marketing, entrega y operativos y divídalo entre el número de unidad que piensa vender; Sume el costo unitario de adquisición más el costo unitario de sus costos periódicos; Reste el % que desea de margen a 1 (Ejemplo 15% = 1 menos .15); divida el costo entre esta fracción y ese será su precio. (Ejemplo costo entre .85 u costo dividido entre 85%).

Precio de mercado: Calcule el costo de adquirir o producir su producto o servicio (por unidad); calcule el costo de marketing y entrega; calcule sus costos operativos; obtenga el costo unitario de sus costos periódicos. Sume el total de los costos de marketing, entrega y operativos y divídalo entre el número de unidad que piensa vender; sume el costo unitario de adquisición más el costo unitario de sus costos periódicos; investigue el precio de su competencia (precio de Mercado); asegúrese que el precio de mercado es superior a su costo unitario total; usted puede tomar la decisión de vender aun cuando el precio de mercado es inferior a su costo pero deberá saber cuantificar el costo de su decisión y las razones por las que lo está haciendo.

Precio de descuento: El precio de descuento sigue los mismos pasos que el precio de mercado con la diferencia que usted descontará su producto en un porcentaje al precio del mercado; debe notar que esta acción podrá desencadenar reacciones en sus competidores y tener efectos secundarios que le podrían perjudicar; asegúrese de conocer las implicaciones estratégicas de utilizar el precio de descuento.

Es necesario precisar que fijar el precio de sus productos y servicios conlleva la alineación con sus estrategias de ventas y sus objetivos a corto y largo plazo, con los potenciales diferenciadores tanto de su empresa como de sus productos y servicios. El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal. Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las

²⁰ Robles Noriega, Raúl (2012). Costos empresariales. México. Litografía Ingramex SA.

empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios. Los errores más comunes: La fijación de los precios está demasiado orientada a los costos; los precios no se modifican con la frecuencia suficiente para aprovechar los cambios del mercado; el precio se fija con independencia del resto de la mezcla de marketing y no como un elemento intrínseco de la estrategia de posicionamiento en el mercado; el precio no es lo bastante variado para los diferentes artículos, segmentos de mercado y ocasiones de compra. Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos. La empresa debe decidir donde posicionará su producto en cuanto a calidad y precio.

PRECIOS SOBRE OFERTA Y DEMANDA:

Para Robles (2015)²¹, los precios también se fijan basados en las condiciones de los mercados, que son aquellos que se realizan a partir de factores externos a la organización, como es el mercado. Dos grandes vías están abiertas para las empresas que lanzan nuevos productos al mercado: el descremado o la penetración. Las estrategias de descremar el mercado involucran la fijación de precios altos y una intensa promoción del nuevo producto. El objetivo es ' desnatar la rica crema ' de la cima del mercado. Los objetivos de ganancia se logran a través de un alto margen por unidad vendida en lugar de maximizar el volumen de ventas. Las estrategias de descremado realmente sólo pueden emplearse donde la demanda es relativamente inelástica. Es probable que éste sea el caso cuando el producto tiene beneficios y/o rasgos únicos que el consumidor valora. La estrategia puede tener que ser alterada si los competidores pueden producir un producto similar. Una pauta de comportamiento común es que el innovador del producto pone un precio inicial alto para recuperar tan rápidamente y tanto como le sea posible de la inversión realizada por la empresa.

Los competidores inevitablemente entrarán en el mercado en algún momento, si es potencialmente rentable hacerlo, y el innovador finalmente deberá seguir la tendencia declinante de los precios de venta de la unidad a medida que aumenta la oferta. Las estrategias de penetración apuntan a lograr la entrada en el mercado de masas. El énfasis está en el volumen de ventas. Los precios de la unidad tienden a ser bajos. Esto facilita la rápida adopción y difusión del nuevo producto. Los objetivos de ganancia se alcanzan logrando un gran volumen de las ventas en lugar de un margen grande por unidad.

DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Actividad: Es un acontecimiento, tarea o unidad de trabajo que tiene un motivo específico y consume recursos. Es utilizado en el sistema de costo basado en actividades (ABC) para identificar las actividades individuales y luego asignarlas los objetos de costo.

Base de Repartición: Es la base para la asignación de un importe de manera proporcional y equitativa a los distintos centros de costos, para ser repartidos proporcionalmente según el elemento que

²¹ Robles Noriega, Raúl (2012). Costos empresariales. México. Litografía Ingramex SA.

corresponda, materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación; su forma de utilización dependerá del sistema de acumulación de costos que se emplee.

Boleta de Trabajo: Con el fin de obtener un control de las horas trabajadas por el capital humano, y controlar el costo por mano de obra directa e indirecta se emplean dichas boletas; pueden ser por órdenes de trabajo de cada empleado o prepararse diariamente según las horas de entrada y salida del personal, indicando así el total de horas trabajadas diarias.

Cantidades: Es la porción de una magnitud o un cierto número de unidades que ingresan y salen de un centro de costos.

Capital Humano: Es un término usado para designar un factor de producción dependiente no sólo de la cantidad, sino también de la calidad, del grado de formación y de la productividad de las personas involucradas en un proceso productivo. Se ha extendido para designar el conjunto de recursos humanos que posee una empresa o institución económica.

Compras: Mercancías compradas durante el periodo contable con el objeto de volver a venderlas con fines de lucro y que forman parte del objeto para el cual fue creada la empresa. No se incluyen en esta cuenta la compra de Terrenos, Maquinarias, Edificios, Equipos, Instalaciones, etc.

Centro de Costos: Es una división funcional. El costo unitario se calcula para dicha división, dividiendo el costo total acumulado de ese centro de costos entre la cantidad de sus unidades y antes de su transferencia a un centro de costos subsecuente, al final se suman algebraicamente los costos de cada centro.

Contabilidad de Costos: Rama de la contabilidad general que sintetiza y registra los costos de las empresas manufactureras, de servicios y comerciales de una empresa, con el fin de que puedan medirse, controlarse e interpretarse los resultados de cada uno de ellos, a través de la obtención de costos unitarios y totales en progresivos grados de análisis y correlación.

Contabilidad Financiera: Tiene como objetivo principal la preparación de los estados financieros de acuerdo con las Normas de Información Financiera Venezolanas, con el propósito de suministrar información útil para la toma de decisiones de naturaleza económica por parte de los usuarios internos y externos de la empresa.

Coproducto: Los coproductos son los productos principales de un proceso conjunto, cada coproducto tiene en forma individual una capacidad sustancial para la generación de ingresos. Estos productos también reciben el nombre de productos primarios, productos principales o productos conjuntos. Los coproductos no necesariamente tienen que ser productos por completo distintos, la definición de coproductos se ha ampliado para incluir a los productos similares de calidad diferentes que resultan de un mismo proceso.

Costo o por Operaciones: En un sistema de acumulación de costos por órdenes de trabajo, en el cual los costos se acumulan por estaciones de operaciones o o de trabajo.

Costo o por Proyectos: Forma del sistema de acumulación de costos por órdenes de trabajo, que se utiliza para contabilizar la construcción a largo plazo o los contratos de servicios prestados, definidos como proyectos.

Costo: Valor sacrificado en la adquisición de activos para ser transformados o

Costo de Conversión: Aquellos costos incurridos en la transformación de los materiales directos en productos terminados, estos son la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Costo de la Mano de Obra: Precio que se paga por utilizar el recurso humano.

Costo de los Materiales Consumidos: El costo de los materiales que se enviaron a producción.

Costo de Materiales Disponibles para Usar: Es igual al inventario inicial más las compras.

Costo de los Servicios Prestados: Se relaciona con todos aquellos desembolsos o acumulaciones relacionados con la generación de ingresos en una empresa que se dedica a la prestación de servicios en la cual no se dan procesos de transformación profundos, ya que el costo por lo general está formado por mano de obra directa, especializada e intensiva, aplicada a la prestación del servicio.

Costo de Producción y Ventas: Incluye los costos de transformación que lleve a cabo una empresa, como la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, y las variaciones de los inventarios de productos en proceso y de los inventarios de productos terminados.

Costo de Ventas: Está compuesto por todos aquellos desembolsos o erogaciones de los productos vendidos, fabricados o de los servicios prestados que son necesarios para que se obtengan los ingresos operacionales de un negocio. La denominación costo de ventas une dos conceptos que son lo siguiente: Costo, como erogaciones necesarias para generar un ingreso determinado y Venta, que son los ingresos relacionados con ese costo necesario para la generación de ingresos.

Costo de Ventas para Empresas Comercializadoras: Se encuentra compuesto por los inventarios comprados y vendidos a los clientes, sin ningún proceso que los transforme.

Costo de Ventas para Empresas de Presentación de Servicios: El costo de ventas pasa a denominarse "costo de los servicios prestados" debido a la naturaleza de la compañía y se encuentra compuesto por todos aquellos desembolsos de mano de obra profesional o especializada y cualquier bien utilizado o necesario para la prestación del servicio.

Costo Directo: Cualquier costo de producción que es directamente identificable en el producto final.

Costo Estándar: Cumple básicamente el mismo propósito de un presupuesto. Son costos que esperan lograrse en determinado proceso de producción, en condiciones normales.

Costo Fijo: Costo que no varía ante cambios en el nivel de producción. Dichos costos existen aunque la producción sea igual a cero.

Costo Real: Los costos de los productos se registran sólo cuando éstos se incurren.

Costo Unitario: Costo total de los bienes o servicios dividido por el número de unidades producidas, vendidas, número de trabajos o proyectos, expresada en base a determinada unidad de medida.

Costos Comunes: Aquellos costos incurridos en la elaboración simultánea de productos, aunque cada uno de los productos podrían elaborarse en forma separada.

Costos de Productos Conjuntos: Factores de costos comunes compartidos por los productos conjuntos, los cuales se incurren antes de la separación en productos conjuntos individuales.

Costos Indirectos de Fabricación: Desembolsos que no pueden identificarse con la producción de mercancías o servicios específicos, pero que sí constituyen un costo aplicable a la producción en general. Se usan para acumular los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y todos los demás costos indirectos.

Costos Indirectos de Fabricación Fijos: El total de los costos indirectos de fabricación que permanece constante dentro de un rango relevante de producción, independientemente de los niveles cambiantes de producción dentro de ese rango. Los costos indirectos de fabricación fijos por unidad variarán a diferentes niveles de producción. Los gastos de venta, generales y administrativos son costos del periodo y no se incluyen en los costos indirectos de fabricación.

Costos Indirectos de Fabricación Variables: Varían en su totalidad en proporción directa a la producción de unidades, pero que permanecen constantes por unidad. Cuanto mayor sea el conjunto de unidades producidas, más alto será el total de costos indirectos de fabricación variables.

Costos Mixtos: Costos que poseen características de costos indirectos de fabricación tanto fijos como variables.

Costos Primos: Aquellos costos que se relacionan en forma directa con la fabricación de un producto, son los costos de materia prima directa y mano de obra directa.

Costos Variables: Aquellos costos que varían en su total, en proporción directa a los cambios en el volumen y cuyo costo unitario permanece constante dentro del rango relevante, a mayor producción, venta o prestación de servicio, mayor costo variable.

Departamento de Producción: Departamento donde se lleva a cabo la conversión o transformación.

Departamento de Servicios: Suministra beneficios a los departamentos de producción y a los departamentos de servicios.

Departamentalización: Fase del análisis administrativo que se ocupa de analizar y dividir el trabajo como un todo, estableciendo los niveles de especialización y complejidad de todas las partes o componentes del trabajo y dando figura al organigrama.

Desperdicios: Materias primas que sobran después de la producción y que no tienen uso adicional o valor de reventa.

Puede incurrirse en un costo adicional para eliminarlos.

Deterioro Anormal: Cualquier deterioro en exceso de lo que se considera normal para determinado proceso de producción. El deterioro anormal se considera que es controlable por el personal de línea o de producción y con frecuencia es el resultado de operaciones ineficientes, por lo que debe llevarse a pérdida. Deterioro que puede esperarse en un proceso de producción eficiente, y su rango de aceptación depende de las políticas de la empresa o las exigencias de organismos externos.

Devoluciones en Ventas: Se dan cuando un cliente decide por alguna razón, entregar parte de los bienes que le fueron vendidos, en este caso tales devoluciones deben ser manejadas en una cuenta aparte y no cargarse directamente a la cuenta de ventas o de ingresos operacionales, según sea el caso.

Elementos del Costo: Son aquellos factores que intervienen en la producción de los artículos y son: la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

Empresas Comercializadoras: Realizan sus ingresos operacionales mediante la venta de bienes que adquieren de terceros y que no sufren procesos de transformación significativos para ser vendidos nuevamente.

Empresas de Servicios: Se caracterizan porque sus ingresos operacionales se generan de la prestación de algo intangible. Sin embargo, en muchos casos se puede incurrir en costos adicionales de naturaleza tangible.

Empresas Especializadas: Pueden ser de diversa índole y entre ellas podemos encontrar, entidades financieras, empresas de telecomunicaciones, empresas de actividad extractiva, empresas de alta tecnología, etc.

Empresas Manufactureras: Tienen asociado un proceso implícito de producción, en el cual se incorporan diferentes conceptos de costos tales como materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, una vez que se incorporan todos los costos se genera un producto terminado, el cual estará disponible para la venta y generará ingresos operacionales.

Estado de Costo de Producción: Registro detallado de los movimientos de unidades y de los costos durante un periodo.

Estado de Resultados: Muestran el resultado de las operaciones por un periodo determinado a los efectos de medir la utilidad o pérdida obtenida en un período determinada por actividades ordinarias y extraordinarias.

Factores de Producción: Insumos y elementos que se requieren para producir una mercancía o servicio, tales como tierra, trabajo y capital.

Gasto Necesario: Gasto imprescindible en el proceso productivo de la empresa y para el logro de los objetivos comerciales de la misma.

Gastos: Representan desembolsos, erogaciones de efectivo o distribución del costo de algún activo que no se relaciona directamente con el nivel de ingresos operacionales de un negocio, y que independientemente de tales ingresos, son necesarias para mantener las operaciones del negocio.

Gastos Normal: Gasto ordinariamente aplicado en cada una de las etapas de la producción de una empresa.

Gastos de Administración y Generales: Representan conceptos de gastos que se relacionan con el manejo y control del negocio, es decir, la administración de una empresa.

Gastos de Ventas: Están relacionados con aquellos desembolsos que son necesarios para que las actividades de ventas sean llevadas a cabo.

Gastos Operativos: Son desembolsos que se realizan para el funcionamiento de la empresa y que se originan por diferentes conceptos.

Grados de Elaboración: Número de veces que una materia prima o producto intermedio ha sido objeto de transformación en un producto o ha sido incorporado en otro eslabón de la cadena productiva.

Ingresos: Incrementos en los beneficios económicos durante el período contable en forma de entradas o aumentos de activos, o decrementos de pasivos que resultan en incrementos de capital diferentes a aquellos relacionados con contribuciones por parte de los socios. Se relacionan siempre con un costo.

Ingresos Brutos: Se les puede definir como los beneficios económicos que obtiene una persona natural o jurídica por cualquier actividad que realice, de índole empresarial o no, sin tomar en consideración los costos en que haya incurrido para obtener dichos ingresos.

Ingresos Operacionales: Son todos aquellos ingresos generados por ventas de bienes, prestación de servicios, de la actividad principal de una empresa.

Insumos: Es todo aquello disponible para el uso y el desarrollo de la vida humana, desde lo que encontramos en la naturaleza, hasta lo que creamos nosotros mismos. En general los insumos pierden sus propiedades y características para transformarse y formar parte del producto final. Para el caso de servicios se alude a los recursos de entrada al proceso cuyo flujo de salida es el servicio entregado. Es el material inicial (materia prima, subproducto) que se incorporan al proceso para satisfacer necesidades

Inventarios: Representan las partidas del activo que son generadoras de ingresos para varios tipos de empresas, entre las cuales se encuentran las que tienen una actividad de transformación y las que se dedican a la compra y venta o comercialización.

Inventarios de Empresas Comercializadoras: Se pueden definir como los artículos que se encuentran disponibles para la venta.

Inventarios de Empresas Manufactureras: Se refieren a los productos terminados, en proceso, materias primas y suministros que se vayan a incorporar en la producción.

Inventarios de Mercancías: Están formados por los bienes que adquiere una empresa comercializadora y en los cuales se deben incorporar todos los costos relacionados con la compra o adquisición de dichos bienes. En los inventarios de mercancías ocurren dos tipos de transacciones básicas: compras de inventarios y ventas de inventarios.

Inventarios de Productos en Proceso: Corresponden a costos incorporados en empresas de manufactura y que están formados por los siguientes componentes: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Se distinguen dos operaciones: incorporación de costos a los productos en proceso y terminación de productos.

Inventarios de Productos Terminados: Están formados por los bienes que se originan de la transformación de materias primas y la incorporación de otros costos como la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Este tipo de inventarios se originan en empresas con procesos de manufactura y transformación. Las principales operaciones que se dan con estos activos son terminación de productos y ventas de productos.

Inventario Inicial: Se refiere a la temporalidad del inventario, representa el valor de las existencias de mercancías en la fecha que comenzó el periodo contable. Esta cuenta no vuelve a tener movimiento hasta finalizar el periodo contable cuando se cerrará con cargo a costo de ventas o bien por Ganancias y Pérdidas directamente.

Inventario Final: Se refiere a la temporalidad del inventario, específicamente son mercancías que se encuentran en existencia, disponibles para la venta al final del periodo contable. Presenta el importe del recuento de mercancías una vez concluido el periodo contable.

Mano de Obra: Es el esfuerzo físico o mental empleados para la fabricación de un producto, comercialización, o la prestación de un servicio.

Mano de Obra Directa: Toda la mano de obra involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse fácilmente con éste y que representa un importante costo del material en la elaboración de dicho producto.

Mano de Obra Indirecta: En la fabricación de un producto, mano de obra involucrada que no se considera directa.

Margen de Ganancia: Diferencia entre el precio de venta y el costo de un producto.

Materia Prima: Producto que se comercializa en su forma natural o que tenga como máximo un segundo grado de transformación.

Materia Prima Directa: Todos los recursos principales (materiales, mercancías, insumos o suministros), utilizados para la transformación, producción o prestación de servicios, que pueden identificarse fácilmente con éste y que representan el principal costo del material en la elaboración de dicho producto.

Materia Prima Indirecta: Todos los materiales incluidos en la elaboración de un producto que no se consideran directos.

Material de Desecho: Materias primas que sobran del proceso de producción y que no pueden reingresar a la producción con el mismo propósito anterior, pero que pueden utilizarse para un propósito o proceso de producción diferentes o venderse a terceras personas por un valor nominal.

Mercancía: Es todo aquello que se puede vender o comprar. Todos aquellos insumos, materias primas, partes o piezas que sean necesarios en el proceso productivo o venta, siempre que pueda determinarse su cantidad.

Mercancías Extranjeras: Mercancías que han sido producidas, cosechadas, capturadas, manufacturadas, o que han nacido en otro territorio, sin que hayan cumplidos los trámites necesarios para su nacionalización.

Mercancías Nacionales: Mercancías que han sido producidas, fabricadas, cosechadas, capturadas, manufacturadas, creadas o que han nacido en el territorio nacional, no exportadas definitivamente, o las que han debido regresar a dicho territorio por no encontrar mercado.

Método: Sucesión lógica de pasos o etapas que conducen a lograr un objetivo predeterminado.

Método PEPS (FIFO): Método de costo o según el cual las unidades en el inventario inicial se presentan separadamente de las unidades del periodo corriente. El supuesto es que las unidades de trabajo en proceso se terminan primero y antes de finalizar las unidades iniciadas este periodo. Los costos asociados con las unidades del inventario inicial en proceso se separan de los costos de las unidades iniciadas y terminadas durante el periodo. Como consecuencia de la separación, hay dos cifras del costo por unidad terminada.

Método Promedio Simple: Consiste en dividir los bolívares totales del inventario inicial y compras entre la sumatoria de las unidades en existencia al inicio y el total de las compras.

Método Promedio Ponderado: Se aplica dividiendo el costo total del inventario inicial más las compras entre el total de unidades.

Método UEPS (LIFO): Este método suponía que los últimos materiales recibidos son los primeros que se utilizan. Por tanto, el inventario final reflejaba los precios de los primeros materiales recibidos.

Orden de Compra: Es un pedido escrito enviado a un proveedor para la compra de artículos específicos, a un precio acordado, destacando los términos de entrega y de los pagos.

Pérdida: Costo de los bienes o servicios comprados, que pierden su valor sin haber suministrado ningún beneficio.

Precio: Es la relación de intercambio de un bien por otro. En otras palabras, es la medida del valor de cambio de los bienes y servicios; el precio de todos los bienes se expresa en términos de dinero.

Precio Máximo: Precio tope que fija el gobierno o algún organismo de éste para la venta de determinados productos.

Presupuesto: Expresión cuantitativa de las metas y los objetivos de una empresa y un medio de supervisar el avance hacia su logro.

Presupuesto a Largo Plazo: Programa usualmente de 2 a 10 años, de las tendencias de las ventas, de nuevos productos, de costos de investigación y desarrollo, de gastos de capital a largo plazo, de necesidades financieras, de metas de utilidad, etc.

Presupuesto Base Cero: Presupuesto en que cada actividad planeada y su costo total estimado deben justificarse como si fuera la primera vez que se realiza.

Presupuesto Continuo: También llamado presupuesto móvil, en el que se agrega un mes del año próximo cuando se descarta el mismo mes para el año corriente, de manera que siempre se disponga de un presupuesto de 12 meses.

Presupuesto de Caja: Estado de entradas y salidas de caja esperados durante el periodo presupuestado y ajustado por los saldos iniciales y finales en caja. Este puede indicar cuando los flujos de caja serán deficientes y cuando se requiere financiación externa, o cuando hay un superávit de caja que requiere invertirse a corto plazo en vez de permanecer ocioso.

Presupuesto de Gastos: Generalmente es una lista de gastos individuales de venta y administración, que puede incluir sólo los gastos fijos o los variables o ambos.

Presupuesto de Producción: Generalmente es una estimación de la cantidad de producción requerida, que se basa en el pronóstico de ventas más el inventario final deseado de artículos terminados menos el inventario inicial de artículos terminados.

Presupuesto de Ventas: Punto de partida en la elaboración del presupuesto maestro que se basa en productos, territorios y clientes, del cual dependen todos los demás presupuestos operacionales y financieros.

Presupuesto del Costo de los Artículos Vendidos: Presupuesto que resume varios presupuestos individuales, como consumo de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, ajustado por los inventarios inicial y final de artículos terminados.

Presupuesto Maestro: Resumen de los objetivos de todas las funciones de una organización, que incluye ventas, producción, distribución y finanzas.

Presupuesto Maestro Convencional: Presupuesto incremental basado en las actividades reales alcanzadas en el periodo anterior más las expectativas para el periodo próximo.

Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados: Forman todo un cuerpo armónico de pronunciamientos que establecen tratamientos contables a un gran número de situaciones que afectan los estados financieros; asociados con la contabilidad, que sirven de explicación a las actividades corrientes y actuales como guía en la selección de convencionalismos o procedimientos.

Proceso Productivo: Conjunto de operaciones y transformaciones requeridas para obtener un producto.

Producción: Es el conjunto de determinadas operaciones y transformaciones requeridas para obtener un producto.

Producto: Es el resultado parcial o total (bienes y servicios), tangible o intangible, a que conduce una actividad realizada.

Producto Principal: Término equivalente al de producto conjunto. Es el producto de mayor valor que se produce simultáneamente con los subproductos, que resultan de una materia prima común o proceso de manufactura común.

Productores: Empresas, personas e instituciones, de carácter público o privado, que transforman los recursos productivos en bienes y servicios útiles para la sociedad.

Pronóstico de Ventas: Volumen estimado de ventas, de producción y financieros para determinado periodo.

Proyecto: Conjunto armónico de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "bienes de capital".

Punto de Separación: Punto del proceso de producción en el cual surgen los productos separados, bien sean productos conjuntos o subproductos.

Rebajas en Ventas: También conocidas como descuentos en ventas. Reducción sobre el precio de venta, por lo general son otorgados por la compra de volúmenes importantes u otras condiciones o estímulos de ventas, condiciones de pago, prestigio o calidad del cliente, ubicación geográfica, etc.

Recursos: Son los medios que se emplean para realizar las actividades. Por lo general son seis: humanos, financieros, materiales, mobiliario y equipo, planta física y tiempo.

Regalías: Cantidad que se paga como contraprestación por la cesión del uso, o goce de patentes, marcas, derechos de autor, procedimientos o derechos de exploración o explotación de recursos naturales, fijada en relación con una unidad de producción, de venta, exploración o explotación.

Requisición de Compra: Formato utilizado para informar al departamento de compras sobre los materiales o suministros que se necesitan.

Residuos: Son todas aquellas materias generadas en las actividades de consumo y producción que pueden o no alcanzar, valor económico. Se refiere a las unidades dañadas, defectuosas, material de desecho y desperdicios.

Rotación de Inventarios: Número de veces que en promedio una mercancía almacenada se reemplaza durante un período específico.

Salario: Remuneración monetaria o en especie que recibe un trabajador a cambio de horas laborables.

Servicios: Cualquier actividad independiente en la que sean principales las obligaciones de hacer. También se consideran servicios los contratos de obras mobiliarias e inmobiliarias, incluso cuando el contratista aporte los materiales; los suministros de agua, electricidad, teléfono y aseo; los arrendamientos de bienes muebles y cualesquiera otra cesión de uso, a título oneroso, de tales bienes o derechos, los arrendamientos o cesiones de bienes muebles destinados a fondo de comercio situados en el país, así como los arrendamientos o cesiones para el uso de bienes incorporales tales como

marcas, patentes, derechos de autor, obras artísticas e intelectuales, proyectos científicos y técnicos, estudios, instructivos, programas de informática y demás bienes comprendidos y regulados en la legislación sobre propiedad industrial, comercial, intelectual o de transferencia tecnológica.

Sistema de Acumulación de Costos: Es la recolección organizada de datos de costo mediante un conjunto de procedimientos o sistemas; el mismo debe ser compatible con la naturaleza y el tipo de operaciones realizadas por una compañía. Sistema de Costo o por Órdenes de Trabajo: Este sistema es más adecuado cuando se manufactura un solo producto o grupo de productos según las especificaciones dadas por un cliente, es decir, cada trabajo es hecho a la medida. En este sistema los tres elementos del costo de un producto se acumulan de acuerdo con cada orden. El costo unitario para cada orden se calcula dividiendo el costo total acumulado por el número de unidades de la orden en la cuenta de inventario de productos en proceso una vez terminada, y previa a su transferencia al inventario de productos terminados.

Sistema de Costo o por Proceso: Sistema de acumulación de costos de producto de acuerdo con el departamento, centro de costos o proceso, utilizado cuando un producto se fabrica mediante un proceso de producción masivo o continuo.

Sistema de Costos Basado en Actividades (ABC o CBA): Se consideran todas las actividades de la empresa, no se diferencia el área administrativa del área de producción, sino que se consideran diferentes centros de costos. En este sistema los costos directos se siguen repartiendo de la misma forma tradicional, mientras que el resto de los costos y gastos se distribuyen en función de las actividades. Luego se reparten los recursos a las actividades en función de un impulsador o driver de recursos; luego se reparten las actividades a los objetos de costo.

Sistema de Costo Estándar: El costo o estándar comprende la determinación de estándares además de los costos reales. Comprende la determinación de estándares de eficiencia y de precio para los elementos del costo antes del inicio de la producción. Cuando ésta se inicia, el inventario de productos en proceso se carga por la suma del costo en que debería haberse incurrido (costo estándar) en lugar del costo en que realmente se incurrió. La empresa analiza y usa las diferencias entre costos reales y estándares para la planeación futura.

Sistema de Inventario Periódico: Sistema para determinar el inventario en que es necesario un conteo físico de los artículos disponibles, a fin de calcular el inventario final de materiales y el costo de los materiales usados, que se tengan al final de un periodo.

Sistema de Inventario Perpetuo: Registro continuo de adiciones y deducciones del inventario, valora permanentemente dos cuentas inventarios y costo de ventas. Tanto el costo de los materiales empleados como el inventario final de materiales se determinan directamente después de cada transacción.

Subproducto: Producto de valor de venta limitado, manufacturado simultáneamente con un producto de mayor valor conocido como producto principal.

Suministros: Es el equivalente de la materia prima en las empresas de servicios, usualmente se refieren a suministros de oficina y están formados por pequeñas cantidades de inventarios de materiales, tales como papelería y cualquier otro activo similar, sobre los cuales no se requiere un control estricto como el que pudiera aplicarse a inventarios de mercancías para la venta, principalmente debido a la poca cuantía que se maneja en tales conceptos.

Tarjeta de Tiempos: Tarjeta utilizada para registrar en forma mecánica la hora de entrada y de salida de los empleados al insertarla en una máquina. Es la fuente para el registro y pago de la nómina en algunas empresas.

Tasa Predeterminada de Aplicación de los Costos Indirectos de Fabricación: Medida cuantitativa de una parte con respecto a un todo y se utiliza para asignar los costos indirectos de fabricación estimados a la producción. La fórmula para calcular la tasa de aplicación de los costos indirectos es la misma, independientemente de la base escogida.

Trabajo: Acción humana, individual o colectiva, que conduce a la obtención de un producto o a la prestación de un servicio en un tiempo y espacio determinado y con el apoyo de otros recursos.

Unidades Dañadas: Unidades que no cumplen con los estándares de producción y que se venden por su valor residual o se descartan.

Unidades Defectuosas: Unidades que no cumplen con los estándares de producción y que deben volver a elaborarse con el fin de venderlas junto con las unidades buenas o como mercancía defectuosa.

Utilidad Bruta: Es la medida de excedente entre los ingresos menos los costos de los artículos vendidos.

Variación del Costo: Es la diferencia entre el costo real del trabajo realizado a la fecha y el costo presupuestado del trabajo realizado a la fecha.

Venta de Bienes: Cuando existe una transferencia de un bien tangible, de un vendedor a un comprador en el cual éste último paga o se compromete a pagar un monto determinado o precio de venta del bien transado o negociado.