**PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: COSTOS Y PRECIOS DE UN PRODUCTO.
- Código del Programa de Formación: 62330005
- Competencia: PROYECTAR EL MERCADO DE ACUERDO CON EL TIPO DE PRODUCTO O
- SERVICIO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  - ✓ MERCADEAR EL PRODUCTO EN EL MERCADO, SATISFACIENDO LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y EL BENEFICIO ECONÓMICO DE LA EMPRESA.
  - ✓ DESARROLLAR ACCIONES DE MEJORAMIENTO CON BASE EN LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN Y POLÍTICAS DE LA EMPRESA.
  - ✓ ESTABLECER EL PRODUCTO A DESARROLLAR, TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES DE LA POBLACIÓN.
  - ✓ REVISAR QUE EL PRECIO DEL PRODUCTO ESTÉ DE ACUERDO CON LAS EROGACIONES DEL MERCADO.
  - ✓ FIJAR EL PRECIO DEL PRODUCTO, DE ACUERDO CON SUS COSTOS DE PRODUCCIÓN, PRECIO DE LA COMPETENCIA, Y JUEGO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO EN EL MERCADO.
- Duración de la Guía: 50 Horas.

## 2. PRESENTACIÓN

¡Estimado aprendiz!

Bienvenido al curso complementario de Costos y Precios de un Producto. Todo negocio consiste en satisfacer al cliente vendiéndole algo por más dinero de lo que cuesta. La ventaja en el precio debe dar para cubrir los costos y gastos fijos del negocio y para obtener utilidad. Así como existen empresas comerciales que compran y venden mercancías, empresas de servicios que tienen costos de prestación del servicio, existen también empresas manufactureras, las cuales compran materias primas, las procesan y obtienen un producto final, que es el que venden en el mercado. Estas empresas deben llevar contabilidad de costos para conocer de manera metódica cuánto les “cuesta” fabricar sus productos y, por ende, conocer sus costos de ventas.

Todas las organizaciones productivas, en algún momento tuvieron que decidir ponerle precios a sus productos, fijar el precio no es tarea sencilla, hay que utilizar los parámetros correctos para determinarlos.

Por eso para evitar cometer el error de entrar al mercado a competir con un producto con alto o bajo costo, según sea el caso, es de vital importancia comprender los conceptos básicos de costeo y fijación de precios.

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### 3.1 Actividades de Reflexión inicial.

**EVIDENCIA 1:**

- ✓ Video: "Importancia de los costos en la empresa". En equipos de proyecto, realizar un breve análisis sobre la lección que nos deja el video y sacar una conclusión o reflexión sobre el tema.
- ✓ Tiempo Establecido: 30 minutos

Situación Problema:

- ✓ La Sra. Gloria se dedica a la fabricación de Mermeladas de Mora y Bocadillos. El costo unitario de producción de sus mermeladas es de $2.800 y las vende en $4.000 C/U. La semana pasada un instructor del SENA, en una Asesoría personalizada le indicó que aunque estaba generando utilidad por cada unidad vendida, su nivel de ventas no le permitía llegar al punto de Equilibrio ya que tiene unos costos fijos de $100.000 y sus ventas mensuales son máximo de $50.000.

**Analizando el caso anterior, responda en grupos de tres personas:**

1. ¿Por qué es importante establecer el costo de ventas de los productos y servicios?

2. ¿Para qué es importante conocer el punto de equilibrio?

3. ¿Por qué el hecho de vender algunas unidades del producto, no significa que estoy generando utilidades para mi negocio?

### 3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

**Evidencia 2:**

- ✓ Conformar equipos de 3 personas

**Actividad:** Resuelva la siguiente sopa de letras y defina los siguientes conceptos y documéntelos de acuerdo a sus experiencias, conocimientos y hallazgo documental:

ENSOPADOS

por: www.buscapalabras.com.ar

# Sopa de letras de COSTOS 12

| R | E | V | A | R | I | A | B | L | E | S | U | T | T | E |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| G | R | Q | I | S | E | R | V | I | C | I | O | R | A | S |
| P | D | I | U | A | C | I | F | E | O | I | C | T | L | N |
| A | E | E | I | I | S | B | R | I | C | D | T | E | A | T |
| B | P | I | N | N | L | L | D | E | U | T | C | M | E | E |
| U | R | S | V | Y | O | I | R | E | I | E | I | T | I | I |
| D | E | U | E | P | S | P | B | E | S | R | R | E | H | U |
| R | C | T | N | R | O | M | A | R | P | F | I | J | O | S |
| A | I | I | T | O | I | N | E | A | I | A | I | T | I | O |
| E | A | L | A | D | A | Q | I | R | I | O | P | I | P | I |
| A | C | I | R | U | D | R | A | C | T | U | U | E | P | U |
| A | I | D | I | C | E | M | A | N | O | O | B | R | A | C |
| R | O | A | O | T | G | E | E | V | I | E | V | T | F | E |
| F | N | D | A | O | E | D | G | A | S | T | O | S | S | E |
| C | I | M | R | N | C | R | S | R | N | T | D | I | O | J |

**Palabras a encontrar:**

| | | |
|---|---|---|
| FIJOS | PRECIO | SERVICIO |
| VARIABLES | INVENTARIO | MATERIAPRIMA |
| EQUILIBRIO | UTILIDAD | MANOOBRA |
| GASTOS | PRODUCTO | CIF |
| DEPRECIACION | | |

- ✓ Opinar sobre el significado de las palabras asignadas a cada equipo teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos en el trascurso de su vida.
- ✓ Socializar con todo el grupo en un foro los conceptos dados a las palabras, confrontar con las explicaciones y conceptos dados por el instructor.

**3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).**

**EVIDENCIA 3:** Elabore un cuadro comparativo entre los tres tipos de costo existentes: Fijo, variable y mixto. Para cada uno cite 5 ejemplos.

- ✓ Elabore un cuadro comparativo que muestre las diferencias principales en la determinación del costo entre empresas comerciales e industriales y de servicios

- ✓ Elabore un ejercicio en el que valore el inventario de una empresa por los métodos de valoración: PROMEDIO, PEPS y ÚLTIMA FACTURA.
- ✓ Atender y participar activamente de las explicaciones y orientaciones del instructor sobre las temáticas: Estados Financieros, clasificación de los costos, precio de venta y punto de equilibrio.

**3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.**

**EVIDENCIA 4.** Clasificación de los costos fijos, Variables y gastos de administración

**EVIDENCIA 5.** Determinar Precio de venta de acuerdo al costo unitario del producto

**EVIDENCIA 6.** Determinar precio de venta teniendo en cuenta el precio de la competencia, costo unitario y Precio según la percepción del cliente:

**EJEMPLO:** Don Arsecio ha decidido realizar pantalones de muy buena calidad, con materiales 100% nacionales.

1.Una vez realizada la investigación de mercado pudo determinar que el precio promedio de la competencia es de $70.000 pesos.

2.Según su experiencia ha calculado que el costo unitario es de $45.000 y espera tener un margen de contribución del 40% vendiéndolos por docenas.

45.000 / 1 - 0,40 = P:V.

45,000/0,6 = $75.000

3. Al realizar el sondeo con el segmento objetivo pudo establecer que el cliente estaría dispuesto a pagar $65.000 pesos en promedio por la prenda.

- ✓ Al ser un mercado competido el decide dar un peso del 50% a la variable de competencia.
- ✓ Su costo es muy relevante a la hora de establecer la utilidad y sostenimiento de la empresa así es que fija un 35% como peso de esta variable
- ✓ El restante 15% se lo asigna a la percepción del precio por parte del cliente.

**El precio al cual debe vender Arsecio sus pantalones es de $71,000 pesos**

**EVIDENCIA 7.** Costee como mínimo tres productos o servicios de un negocio de su preferencia y Determine:

1. Precio de venta según mercado, costo y percepción

2. Punto de Equilibrio

3. Margen de contribución.

| ACTIVIDAD | DURACIÓN (Horas) | Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas) | | Materiales de formación (consumibles) | | Talento Humano (Instructores) | | AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Descripción | Cant | Descripción | Cantidad | Especialidad | Cantidad | **ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)**y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente |
| Presentar Informe Final: Propuesta plan de negocio. | 40 | Video Beam | 1 | 1. Fotocopias Documentos<br>2. Fotocopias talleres | 1- 20 paquetes<br>2- 20 paquetes | Formación profesional en Contaduría Pública y/o Administración de Empresas. | 1 | Aula, condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente normales. |

**4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento :**<br><br>A través de la realización de las actividades propuestas usted obtendrá el conocimiento que le permitirá contestar preguntas sobre:<br><br>- Costear Productos y servicios.<br><br>- Identificar características del mercado.<br><br>- Identificar las necesidades del cliente.<br><br>- Calcular el presupuesto de ingresos y gastos.<br><br>- Fijar precios de un producto o servicio.<br><br>- Elaborar cotizaciones de un producto o servicio.<br><br>✓ Diferenciación de conceptos<br>✓ Cuadro comparativo Costo Fijo, Costo Variable y Mixto.<br>✓ Evaluación Conocimientos Básicos.<br><br>**Evidencias de Desempeño:**<br><br>✓ Registros de cada uno de | ✓ Reconoce la Importancia de los costos en la empresa<br><br>✓ Establece los criterios de fijación de precios, de acuerdo con las políticas de la empresa y el sector.<br><br>✓ Establece los precios de los productos y servicios aplicando las estrategias y tácticas de fijación de precios, teniendo en cuenta el tipo de producto o servicio, el cliente y el mercado.<br><br>✓ Analiza los factores externos e internos de la empresa para definir los precios de los productos o servicios.<br><br>✓ Calcula los precios a partir de los costos, ingresos, teniendo en cuenta punto de equilibrio y márgenes de rentabilidad. | **De Conocimiento :**<br><br>**Trabajo grupal, Mesa Redonda**<br><br>✓ Lista de chequeo<br>✓ Cuestionario Formulación de preguntas<br><br>**De Desempeño:**<br><br>✓ Matriz de Valoración. |

| | | |
|---|---|---|
| los elementos del costo<br>✓ Evidencias 4, 5, 6 Desarrollo de Talleres Propuestos.<br><br>**Evidencias de Producto:**<br><br>Informe de costos y Estado de Resultados de Empresa Industrial, análisis de precio de venta y puntos de equilibrio | | ✓ Lista de chequeo.<br><br>**De Producto:**<br><br>✓ Lista de Chequeo<br>✓ Matriz de valoración. |

**5. GLOSARIO DE TÉRMINOS**

**Materia Prima:** Forma parte integral del producto, recibe el nombre de materiales directos y su costo constituye el primer elemento integral del costo total del producto terminado

**Mano de Obra:** Se entiende por mano de obra el coste total que representa el montante de trabajadores que tenga la empresa incluyendo los salarios y todo tipo de impuestos que van ligados a cada trabajador. La mano de obra es un elemento muy importante, por lo tanto su correcta administración y control determinará de forma significativa el costo final del producto o servicio.

**Costos Indirectos:** Son todos los costos que no están clasificados como mano de obra directa ni como materiales directos. Aunque los gastos de venta, generales y de administración también se consideran frecuentemente como costos indirectos, no forman parte de los costos indirectos de fabricación, ni son costos del producto.

**Margen de Contribución:** Es la diferencia entre el valor de la venta y el costo variable de lo vendido. Es la parte que queda de las ventas para pagar los costos y gastos fijos, y para generar utilidad.

**Punto de Equilibrio:** El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.

**Depreciación:** La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de el con el paso del tiempo.

Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser inutilizable. El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto correspondiente desgaste que ese activo a sufrido para poder generar el ingreso, puesto que como según señala un elemental principio económico, no puede haber ingreso sin haber incurrido en un gasto, y el desgaste de un activo por su uso, es uno de los gastos que al final permiten generar un determinado ingreso.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


- ✓ Bernard, J. H. & Múnera, A. (1997). Contabilidad de Costos. Grupo Editorial norma.
- ✓ García, J. (3ª Edición.). (2008). Contabilidad de costos. México, D.F: Mc Graw Hill
- ✓ CEA Lab. (2016, mayo 13). - Importancia de los costos [Archivo de Vídeo]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=o62_rKFO0J0
- ✓ Kira, A. (201, noviembre 14). Importancia de las Finanzas. [Archivo de Vídeo]. Recuperado de: http://www.youtube.com/watch?v=Zu_QMTY0Fgw
- ✓ Gerencie.com. Generalidades de la contabilidad y sistemas de costos. Recuperado de: http://www.gerencie.com/generalidades-de-la-contabilidad-y-sistemas-de-costos.html


## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | ***Jaime Andrés Herrera Garzón*** ***Contador Público*** Cel: 310 373 4430 jaiherrerag@sena.edu.co | *Instructor - Contratista* | *Centro de Comercio y Turismo* Armenia - Quindío | *marzo/2020* |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |