



**Nombre del alumno: Roblero Vázquez Paulo Sergio**

**Nombre del profesor: yanhet espinosa**

**Nombre del trabajo: Cuadro Sinóptico**

**Materia: Análisis De La Información**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**Grado: 3ro**

**Grupo: A-13 Administración Y Estrategias de negocios**

Comitán de Domínguez Chiapas a 14 de octubre de 2020.

# ANALISIS MARGINAL

## Concepto de costo marginal.

es el aumento en el costo total como resultado de producir una unidad adicional.

la empresa debe implementar todas aquellas medidas de control para que la administración de cuentas por cobrar genere la mayor utilidad posible, para lo cual deberá realizar un análisis de los beneficios que se obtienen al otorgar créditos a los clientes

para lograr implementar alguna de estas estrategias se debe efectuar un análisis preciso, ya que, si resulta negativo o no hay utilidad, es preferible esperar el tiempo de vencimiento de las cuentas por cobrar, el método de costo-beneficio se utiliza para tener la certeza de que se invertirá pero se obtendrán ganancias.

## Diferencia entre costo convencional y marginal.

El costo marginal es la variación en el costo total, ante el aumento de una unidad en la cantidad producida, es decir, es el costo de producir una unidad adicional.

El costo marginal es un concepto fundamental en la teoría microeconómica, debido a que se utiliza para determinar la cantidad de producción de las empresas y los precios de los productos

Costeo convencional Se basan en las unidades producidas para calcular las tasas de asignación de los costos indirectos

Los gastos indirectos de fabricación son asignados a los productos con base en una tasa determinada, la cual se obtiene seleccionando un criterio de aplicación que normalmente no contempla la relación causa- efecto de la incursión del producto en dicho costo

Los costos indirectos de fabricación, estos son los componentes que suministran la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto

## Aplicación en situaciones de producción.

es aquella función de determinar los límites y niveles que debe mantener las operaciones de la industria en el futuro

Un plan de producción adecuado, en una proyección del nivel de producción requerido para una provisión de producción específica, pero no constituye un compromiso que obligue a que los artículos individuales, sean elaborados dentro del plan mencionado.

crea del marco dentro del cual, funcionarán las técnicas de control de inventario y fijará el monto de pedidos que deben hacerse para alimentar la planta

Una vez que ha comenzado el proceso de conversión los directores de producción

operaciones tienen que tomar decisiones para mantener las operaciones dentro de un curso uniforme y estable en dirección hacia los objetivos y metas planeados. En la medida en que se vayan presentando eventos inesperados los directores de producción

operaciones deben revisar las metas, ajustar los insumos al proceso y cambiar las actividades de conversión para que el desempeño general

El proceso de control, en los años recientes, ha venido desarrollándose conceptual, teórica y matemáticamente con la participación de ingenieros y científicos.

El control de la producción y la calidad van de la mano con relación a sus orígenes evolutivos la cual comienza con Taylor con lo que se denominaba dirección científica taylorista, sistema que promulgaba la realización de tareas específicas

## Estado de resultados con costos marginales.

es un estado financiero básico en el cual se presenta información relativa a los logros alcanzados por la administración de una empresa durante un periodo determinado; asimismo, hace notar los esfuerzos que se realizaron para alcanzar dichos logros.

El Estado de resultados es un estado financiero dinámico porque proporciona información que corresponde a un periodo. Los estados financieros estáticos son los que muestran información a una fecha determinada

La evaluación de la rentabilidad proporciona una base para que los diversos inversionistas determinen la viabilidad de depositar sus recursos en la organización al percibir los rendimientos de sus aportaciones.

**Metodología del análisis marginal.** - Tal vez uno de los temas en el cual es evidente la necesidad de complementar el resultado numérico de un proyecto con información adicional de tipo no numérico,

cuando se intenta contestar preguntas como las enunciadas con anterioridad, deberemos seguir algunos pasos rigurosamente.

1. Identificar todos los ingresos, los costos y los gastos que se tienen en la situación presente o situación inicial,

2. Determinar el resultado marginal, es decir realizar la parte numérica del problema, incluyendo los ingresos, los costos y los gastos que se derivan de la aparición de un proyecto.

3. Identificar la información cualitativa relacionada con el proyecto a aceptar o a rechazar.

Con base en el párrafo 48 de la NIF A-5, los ingresos, costos y gastos pueden ser de dos tipos:

No ordinarios. Son los que se derivan de las actividades que no representan la principal fuente de ingresos para la entidad.

Ordinarios. Son los relacionados con el giro de la entidad, es decir, los que se derivan de las actividades primarias que representan la principal fuente de ingresos para la entidad.

## Costos marginales en decisiones de producción.

implica los costos variables en el crecimiento de la producción y los gastos fijos que han sido repartidos entre las unidades producidas

Los costos marginales reflejan los cambios de los costos variables. Al sobrepasar los costos y beneficios de una decisión, es importante tener en cuenta únicamente los costos y beneficios que se desprenden de la decisión

el costo total respecto a la cantidad se obtiene el costo marginal, el costo marginal siempre tiene que ser inferior al costo medio, pero cuantas más unidades se produzcan, más se acercará al costo medio y para que se justifique producir más unidades cuando dicho costo está por encima del costo medio, el precio de venta tendría que ser igual al costo marginal de la última unidad producida para que la empresa no incurra en pérdidas al producir esta última unidad.

# ANALISIS MARGINAL

## Decisiones de hacer o comprar.

Decisiones clásicas de comprar o hacer son desarrollar las materias primas, la cadena de distribución o centros de servicio. Mientras algunas empresas han sido exitosas desempeñando sus propios procesos y actividades de soporte, otras compran éstas últimas a especialistas en el mercado

El comprar o fabricar es una de las decisiones a tomar que se presentan más frecuentemente en una empresa. Para tomar la decisión correcta es necesario llevar a cabo el análisis de ciertos parámetros generales como lo son, la calidad, el costo y el servicio

**Costo de fabricación.** Por aquellas personas que prefieren fabricar, éste es uno de los argumentos más utilizados, ya que sostienen que el hecho de fabricar el más barato, aunque para ella no exista otra razón sino la de ahorrarse los beneficios que ha de obtener el vendedor.

**La calidad.** Los partidarios de llevar a cabo la fabricación dicen que la calidad es un aspecto que se debe de controlar, y que mientras ellos lleven a cabo la fabricación,

el producto o servicio que se va a ofrecer al público, es necesario contar con las materias primas necesarias para su realización así como los elementos de trabajo requeridos, tales como : equipo de oficina, maquinaria, medios para transportar el producto, instrumentos de comunicación ( fax, teléfonos, Internet, etc..).

El tomar la decisión de fabricar, significa que la empresa ha optado por desarrollar una actividad por sí misma. Generalmente las organizaciones no deciden sólo fabricar o sólo comprar, en la práctica se realiza una combinación de ambas,

## Análisis de precios diferenciales.

El método más elemental para fijar precios es sumar un sobreprecio estándar a los costos 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

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 Motors utiliza este método y pone precio a sus automóviles a modo de obtener una ROI del 15 al 20%.

los costos son difíciles de medir o la respuesta competitiva es incierta, las empresas sienten que el precio vigente representa una buena solución

La asignación arbitraria de gastos fijos puede ser superada utilizando este método, que determina los precios usando sólo los costos directamente atribuibles a una producción específica. Habiendo elegido el enfoque que será empleado para el cálculo de los costos de los productos, la atención puede dirigirse a establecer el margen que será agregado al costo del producto

para fijar precios que se han considerado son aquellos que se derivan de la consideración de los factores internos, al saber: la estructura de costos de la empresa y las metas de márgenes de ganancia.

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.