



Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez

**Nombre del profesor: Yaneth Del Rocío
Espinosa**

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Análisis de la información financiera

Grado: 4to cuatrimestre

Grupo: A

En este ensayo hablaremos acerca de la unidad 1 de la antología de la materia llamada análisis de la información la unidad uno tiene por nombre modelo costo-volumen-utilidad y consta de 9 sub temas de los que hablaremos a lo largo de dicho ensayo.

Punto de equilibrio.

Para empezar con el primer tema me gustaría definir que es el punto de equilibrio ya que este representa el nivel de producción y ventas en el que la utilidad es igual a cero, ósea que, es el nivel en el que la utilidad marginal es suficiente sólo para cubrir los gastos y costos fijos. Una técnica de análisis muy importante, empleada como instrumento de planificación de utilidades, de la toma de decisiones y de la resolución de problemas, es el punto de equilibrio.

Y nos dice que para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, separando los que son variables de los fijos y los semi-variables que después de una juiciosa clasificación de los mismos como fijos o variables.

Otro concepto que nos da son los gastos y costos fijos que son aquellas partidas o conceptos que permanecen constantes, independientemente del nivel de producción y ventas: renta, depreciación en línea recta, sueldos administrativos, sueldos de supervisores, gerentes y directores, mantenimiento y vigilancia por contrato y otros más. Nos queda claro que el punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos y los gastos operacionales básicos. Estos últimos, los conocemos como costos fijos gastos necesarios e ineludibles que tiene la empresa y que son indispensables para su funcionamiento u operatividad.

Comportamiento de costos variables, fijos y totales.

Aquí nos dice que el comportamiento de un costo se refiere a la manera en la cual un costo cambia al momento que una actividad relacionada cambia, y que, para entender el comportamiento de los costos, los siguientes dos factores deben ser considerados:

Primero, se deben identificar las actividades que se piensa causan que el costo sea incurrido. Dichas actividades son llamadas bases de actividad.

Segundo, se debe especificar el rango de actividad sobre el cual los cambios en el costo son de interés. A este rango de actividad se le llama rango relevante.

Y nos menciona la definición de costo variable, fijo y mixto: Costos variables: cuando el nivel de actividad es medido en unidades producidas, los materiales directos y los costos de mano

de obra directa, costos fijos: cuando las unidades producidas es la medida de actividad, ejemplos de costos fijos incluyen la depreciación en línea recta del equipo de una fábrica, seguro de maquinaria y equipo de la planta, salarios de supervisores, etcétera. y un costo mixto tiene las características tanto de un costo fijo como de uno variable.

Cálculo en forma algebraica y gráfica.

Aquí nos habla de que la información corporativa seleccionada de los estados financieros se puede mostrar en forma gráfica y a esto se le llama método gráfico.

Ósea que cuando la información financiera se muestra en gráfica, éstas dan una facilidad de percepción al lector que no le proporcionan las cifras, índices, porcentajes, etc., y el analista puede tener una idea más clara, dado que las variaciones monetarias se perciben con mayor claridad.

Análisis de sensibilidad.

Para este tema nos dice que al hacer cualquier análisis económico proyectado al futuro, siempre hay un elemento de incertidumbre asociado a las alternativas que se estudian y es precisamente ésa falta de certeza lo que hace que la toma de decisiones sea bastante difícil con el objeto de facilitar la toma de decisiones dentro de la empresa, se efectúa el análisis de sensibilidad, el cual indica las variables que más afectan el resultado económico del proyecto y cuáles son las variables que tienen poca incidencia en el resultado final.

Efecto de cambios en el precio, costos fijos y volúmenes de ventas.

Aquí nos menciona los factores que afectan la utilidad no son independientes de los demás; ya que el precio de venta afecta el volumen de las ventas, el volumen de las ventas influye sobre el volumen de la producción, el volumen de la producción influye sobre el costo, y el costo influye sobre la utilidad. Ósea que, el análisis de costo-volumen-utilidad presenta la interrelación de los cambios en costos, volumen y utilidades.

Y constituye una herramienta útil en la planeación, el control y la toma de decisiones, debido a que proporciona información para evaluar en forma apropiada los probables efectos de las futuras oportunidades de obtener utilidades.

Decisiones usando el modelo costo-volumen-utilidad.

Aquí es muy importante ya que nos dice que cuando la empresa determina el punto de equilibrio, asume que sus ingresos serán iguales a sus costos, pero como lo habíamos

mencionado esto no es lo que quieren los dueños de las empresas, la meta de casi todas las empresas es obtener utilidades; que sus ingresos superen a sus costos.

Decisiones respecto a expansiones de planta.

Nos habla de que, para permitir medir el efecto de una propuesta de expansión de planta sobre los costos, el volumen y la utilidad y que suponiendo que la relación existente entre los costos variables y las ventas no se verá afectada por el cambio propuesto y consta de otras decisiones.

Análisis de La rentabilidad del producto.

Y como tema final tenemos uno muy interesante ya que este nos dice que la rentabilidad de una empresa resulta tan importante que en algunas áreas comerciales como la banca y los seguros, el gobierno central tiene un control constante: si un banco o una empresa aseguradora no da rentabilidad, inmediatamente es intervenida a fin de preservar los posibles daños a sus clientes, así como la corrupción.

Nos menciona que las medidas de rentabilidad en el territorio de ventas adoptan varias formas, los gerentes pueden comparar los territorios para identificar cualquier variación en los márgenes y en los costos de ventas fijos asignables como un porcentaje de ventas y que, además, los márgenes y los costos fijos de venta pueden estar relacionados con los objetivos de distribución y de ventas, y es posible administrar ciertos activos en el territorio de ventas.

Como conclusión de dicho ensayo me gustaría decir que es posible indicar que todos estos métodos para el análisis financiero son necesarios para tener un panorama diferente de la empresa y sirven de base para la toma de decisiones.