



Nombre del alumno:Luis Fernando Dominguez Barrera

Nombre del catedratico: yaneth del rocio espinosa espinosa

Nombre de la materia: análisis de la información financiera

Grupo: A13



En el siguiente ensayo hablaremos sobre el costo, volumen y utilidad de las empresas. Existen algunas fórmulas de cómo sacar el punto de equilibrio donde nos muestra como los cambios producidos en los ingresos o costos por diferentes niveles de venta repercuten en la empresa, generando utilidades o pérdidas. El dicho modelo costo-volumen-utilidad, junto con los presupuestos, son herramientas fundamentales para que así se pueda llevar a cabo la planeación.

Modelo costo-volumen-utilidad

En el modelo costo volumen utilidad existen tres elementos a los cuales la empresa debe prestar atención para poder realizar su planeación operativa (costos, volúmenes y precios).

Los costos son básicamente las sumas de gastos en que incurre una persona física o moral ya sea para adquirir un bien o un servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro. En este aspecto, la tendencia es intentar reducirlos hasta el mínimo posible.

El Volumen es dependiente de los factores tan diversos como la saturación del mercado, el valor agregado que el producto ofrece respecto del que brindan otros productos similares, la empresa debe realizar constantemente estudios del mercado, para conocer cuál es la capacidad de demanda que su producto o servicio puede tener.

El Precio es básicamente la apertura económica y comercial, el precio de los productos no es un factor controlable por la empresa, Son pocas las industrias en donde la empresa puede (al menos, a corto plazo) definir el precio de su producto sin considerar al mercado.

Fundamentos del modelo costo-volumen-utilidad

Los costos pueden ser clasificados, de acuerdo con su comportamiento, en costos fijos y costos variables. En la contabilidad financiera, no es necesario hacer una distinción entre costos fijos y variables para el cálculo de la utilidad de la empresa pero sin embargo, para las decisiones operativas dicha distinción es de suma importancia este enfoque se le denomina "enfoque de contribución" ya que el resultado llamado margen de contribución, representa la riqueza residual con la que la empresa intentará cubrir sus costos fijos (bajo este enfoque, la utilidad de operación se obtiene de la siguiente manera).

Ventas- Costos variables = Margen de contribución- Costos fijos= Utilidad de operación

La diferencia fundamental entre este enfoque de contribución es la manera en que se tratan los costos fijos, pues mientras en el primero se presentan por separado, en el segundo se mezclan con los variables para dar el total de costos.

Análisis de cambios en las variables modelo costo-volumen-utilidad

En este modelo permite analizar los efectos de los cambios en los costos, precios y volúmenes, así como en las utilidades de la empresa, pues hace las veces de un banco de datos que estimula la creación de un ambiente óptimo en la empresa durante el próximo periodo.

La simulación es un método que crea un modelo de una situación real y luego manipula dicho modelo para evaluar el efecto que tendrían en las diferentes variables en el resultado.

Dichas ventajas de la simulación son:

- Permite experimentar con un modelo de sistema y no con el sistema real.

- Facilita la proyección de hechos futuros y detecta cuál será la reacción del sistema real.
- Ayuda a que la empresa conozca con anticipación los efectos que pueden ocurrir con la liquidez y la rentabilidad, antes de comprometerlos con una acción determinada.
- Permite analizar en forma independiente cada una de ellas, así como su expresión óptima.
- Disminuye el riesgo del negocio cuando se enfrenta un problema, al elegir la acción adecuada basada en información objetiva.

Como conclusión podemos decir que es muy importante hacer un hincapié que ninguna herramienta de contabilidad administrativa debe utilizarse de forma aislada; debe complementarse con otras para que la planeación y la toma de decisiones arrojen resultados que ayuden a la empresa a competir y a ganarse un lugar en el mercado.