



Nombre del alumno: Roblero Vázquez Paulo Sergio

Nombre del profesor: Yaneth Del Roció E.

Nombre del trabajo: Ensayo

Materia: Análisis De La Información Financiera

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 3ro

Grupo: A-13 Administración Y Estrategias de negocios

Comitán de Domínguez Chiapas a 24 de septiembre de 2020

A continuación, hablaremos de temas importantes abordados en la unidad 1 de la materia de análisis de la información financiera los cuales hablan de procedimientos que llevan a resultados importantes de los cuales se alimentara en adelante...

El punto de equilibrio representa el nivel de producción y ventas donde la utilidad es igual a cero, es decir, el nivel en el que la utilidad marginal solo es suficiente para cubrir los gastos y costos fijos. El punto de equilibrio es una técnica de análisis muy importante, que se utiliza como herramienta para la planificación de beneficios, la toma de decisiones y la resolución de problemas. Para aplicar esta técnica es necesario conocer el comportamiento de los ingresos, costos y gastos, y separar las variables variables que han sido clasificadas como fijas y variables de las variables fijas y semivariables.

Además, también puede medir las ventas reducidas mientras mantiene los gastos fijos sin incurrir en pérdidas. El propósito de crear una empresa es brindar servicios a la comunidad, por ejemplo, aumentar el capital social de sus accionistas y crecer y mantenerse en el tiempo. Como todos sabemos, lo normal, lógico y actual es que todo negocio de ventas genera "beneficio". El punto de equilibrio es una herramienta financiera que le permite determinar cuándo las ventas cubrirán por completo los costos y los gastos operativos básicos.

Este último se llama costo fijo. Para determinar el punto de equilibrio, primero debemos comprender los costos fijos y los costos variables de la empresa. La fórmula para determinar el punto de equilibrio es la siguiente: $\text{punto de equilibrio financiero} = \text{costo fijo} / \text{costo variable de ventas}$. Comprender el comportamiento de los costos es muy útil para operar una empresa con diversos fines. Por ejemplo, comprender el comportamiento de los costos permite a los gerentes o administradores predecir las ganancias cuando cambian los volúmenes de ventas y producción. Costos variables.

Conocer el comportamiento de los costos es muy útil en la administración de una empresa para una variedad de propósitos. Por ejemplo, conocer cómo se comportan los costos, permite a los gerentes o administradores predecir las utilidades cuando el volumen de ventas y producción cambia. Conocer el comportamiento de los costos también es útil para estimar

costos. A su vez, los costos estimados afectan diferentes decisiones de la administración como por decir, si se debería de usar capacidad de maquinaria excedida para producir y vender un producto a un precio reducido

Al medir los niveles de actividad en unidades de producción, los costos de material directo y mano de obra directa generalmente se clasifican como costos variables. El costo variable se refiere al costo total proporcional al cambio en el nivel de actividad. Costes fijos. Si la unidad de producción se utiliza como unidad de medida para las actividades, los ejemplos de costos fijos incluyen la depreciación lineal del equipo de la fábrica, el seguro de maquinaria y equipo de la fábrica, los salarios de los supervisores, etc.

“Mezcla de ventas Al determinar el punto de equilibrio se asume que la empresa solo produce y vende un producto, pero en realidad” (UDS,2020,19) la empresa vende varios productos o líneas de productos a diferentes precios y costos unitarios variables, obteniendo así diferentes márgenes de utilidad. Al realizar cualquier análisis económico futuro siempre habrá incertidumbres en las alternativas estudiadas, es esta incertidumbre la que dificulta la toma de decisiones. Empresa y el Análisis de sensibilidad, que indica las variables que tienen mayor impacto en los resultados económicos del proyecto, y las variables que tienen poco impacto en los resultados finales. La unidad monetaria de la tasa de ganancia generada por la venta se usa primero para pagar costos fijos y luego generar ganancias. Al modificar la ecuación de saldo, podemos calcular el volumen de ventas requerido para la ganancia esperada.

“Según Hansen y Mowen¹¹ “en una organización hay dos tipos de puestos: Puestos de línea, aquellos que tienen una responsabilidad directa respecto de los objetivos básicos de una organización y los Puestos de Staff, cuya naturaleza es de apoyo y que tienen tan sólo una responsabilidad indirecta con respecto a los objetivos básicos de una organización.”(UDS,2020,18)

Si el segmento de mercado se estabiliza o declina, o la capacidad de producción aumenta significativamente, los costos fijos son altos, las barreras de salida son altas o los competidores son muy fuertes en el segmento de mercado, estas situaciones conducirán a frecuentes guerras de precios, guerras publicitarias y lanzamientos de nuevos productos. Esto hará que la empresa pague más costos de competencia. La empresa debe observar de cerca las

tendencias de precios de las alternativas. Las necesidades de la empresa describen las ventas estimadas de la empresa en un nivel alternativo de actividades de marketing.

Concluyo con que la relación secuencial entre el pronóstico de la empresa y el plan de marketing de la empresa suele ser confusa pero con las herramientas dadas se complementa y se construye de una manera completa.