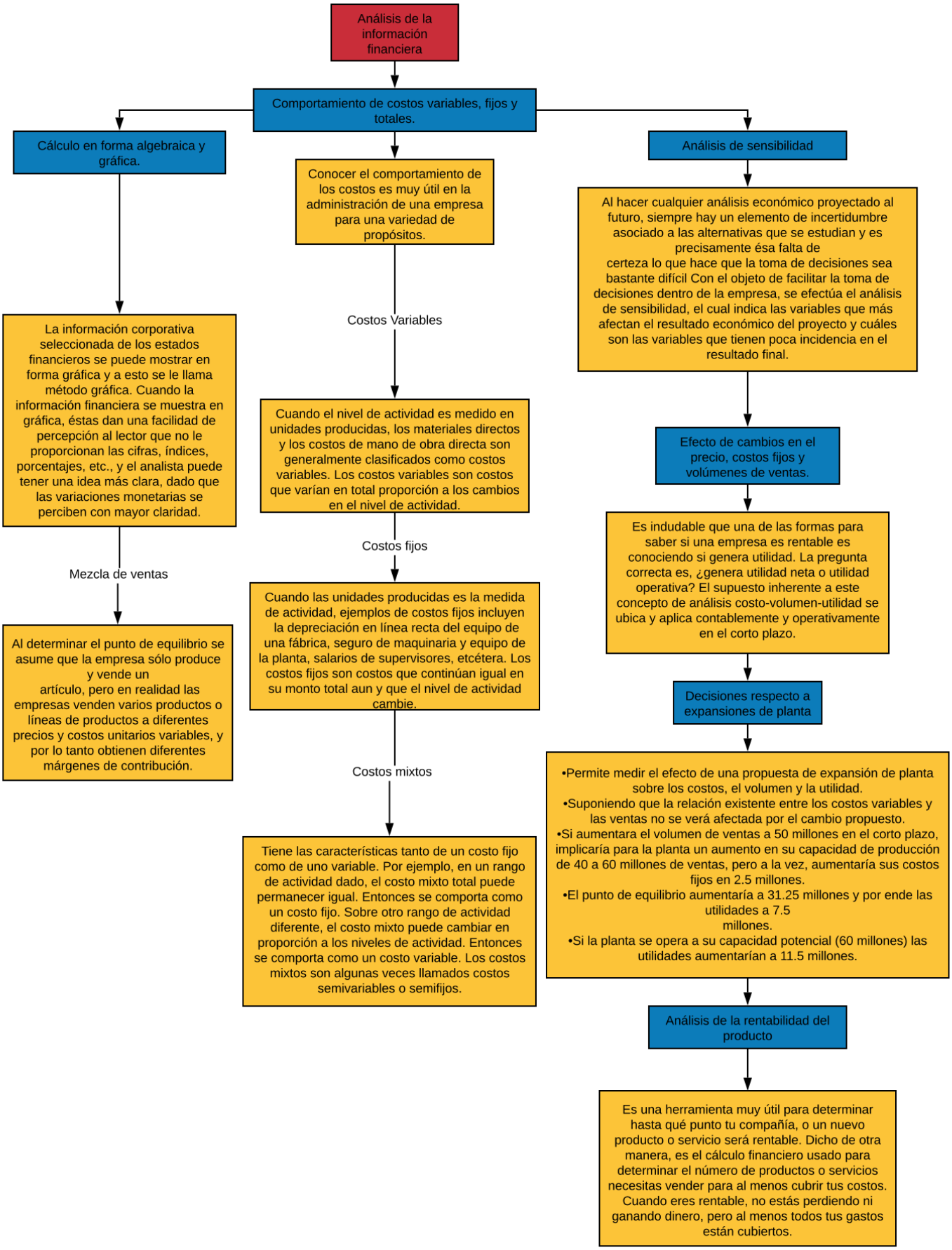
Nombre del alumno: Carlos Enrique Guillen Bolaños

Nombre del profesor: Yaneth del Rocio Espinosa

Materia: Analisis de la informacion financiera

Cuatrimestre: 4to. Cuatrimestre

Trabajo: Mapa conceptual


Análisis de la información financiera
Comportamiento de costos variables, fijos y totales.
Cálculo en forma algebraica y gráfica.
La información corporativa seleccionada de los estados financieros se puede mostrar en forma gráfica y a esto se le llama método gráfica. 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.
Mezcla de ventas
Al determinar el punto de equilibrio se asume que la empresa sólo produce y vende un artículo, pero en realidad las empresas venden varios productos o líneas de productos a diferentes precios y costos unitarios variables, y por lo tanto obtienen diferentes márgenes de contribución.
Conocer el comportamiento de los costos es muy útil en la administración de una empresa para una variedad de propósitos.
Costos Variables
Cuando el nivel de actividad es medido en unidades producidas, los materiales directos y los costos de mano de obra directa son generalmente clasificados como costos variables. Los costos variables son costos que varían en total proporción a los cambios en el nivel de actividad.
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. Los costos fijos son costos que continúan igual en su monto total aun y que el nivel de actividad cambie.
Costos mixtos
Tiene las características tanto de un costo fijo como de uno variable. Por ejemplo, en un rango de actividad dado, el costo mixto total puede permanecer igual. Entonces se comporta como un costo fijo. Sobre otro rango de actividad diferente, el costo mixto puede cambiar en proporción a los niveles de actividad. Entonces se comporta como un costo variable. Los costos mixtos son algunas veces llamados costos semivariables o semifijos.
Análisis de sensibilidad
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.
Es indudable que una de las formas para saber si una empresa es rentable es conociendo si genera utilidad. La pregunta correcta es, ¿genera utilidad neta o utilidad operativa? El supuesto inherente a este concepto de análisis costo-volumen-utilidad se ubica y aplica contablemente y operativamente en el corto plazo.
Decisiones respecto a expansiones de planta
•Permite medir el efecto de una propuesta de expansión de planta sobre los costos, el volumen y la utilidad.
•Suponiendo que la relación existente entre los costos variables y las ventas no se verá afectada por el cambio propuesto.
•Si aumentara el volumen de ventas a 50 millones en el corto plazo, implicaría para la planta un aumento en su capacidad de producción de 40 a 60 millones de ventas, pero a la vez, aumentaría sus costos fijos en 2.5 millones.
•El punto de equilibrio aumentaría a 31.25 millones y por ende las utilidades a 7.5 millones.
•Si la planta se opera a su capacidad potencial (60 millones) las utilidades aumentarían a 11.5 millones.
Análisis de la rentabilidad del producto
Es una herramienta muy útil para determinar hasta qué punto tu compañía, o un nuevo producto o servicio será rentable. Dicho de otra manera, es el cálculo financiero usado para determinar el número de productos o servicios necesitas vender para al menos cubrir tus costos. Cuando eres rentable, no estás perdiendo ni ganando dinero, pero al menos todos tus gastos están cubiertos.