



PASIÓN POR EDUCAR

CARRERA:

Lic. En Contaduría Pública.

MATERIA:

ANALISIS DE LA INFORMACION FINANCIERA.

TEMA:

ANALISIS MARGINAL.

TRABAJO:

MAPA CONCEPTUAL DE LA UNIDAD II.

CATEDRATICO:

L.C. Hugo Adalberto Santisteban Paniagua.

ALUMNA:

Alison Melanie Moreno Alcazar.

GRADO: 4°

GRUPO: A

FECHA DE ENTREGA:

15 de noviembre de 2020

COSTO MARGINAL

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

Costo Convencional Y Marginal.

El costo marginal: es el costo de producir una unidad adicional

Costeo convencional: Son las unidades producidas para calcular las tasas de asignación de los costos indirectos.

Costos indirectos: de fabricación, son los componentes que suministran la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

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.

El Estado de resultados debe mostrar la información relacionada con las operaciones de una entidad lucrativa en un periodo contable mediante un adecuado enfrentamiento de los ingresos con los costos y gastos relativos.

Decisiones de hacer o comprar.

“Hacer” significa que la empresa desarrolla una actividad por sí misma. “Comprar” significa que la empresa depende de una empresa independiente para desarrollar esa actividad, posiblemente bajo un contrato. Decisiones clásicas de comprar o hacer son desarrollar las materias primas, la cadena de distribución o centros de servicio.

Costo de fabricación, es uno de los argumentos más utilizados, ya que sostiene 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.

Análisis de precios diferenciales.

El método más elemental para las empresas de construcción presentan licitaciones para contratos estimando el costo total del proyecto y sumando un sobreprecio estándar de donde saldrán sus utilidades. Los abogados y contadores cotizan normalmente sumando un precio estándar a su tiempo y costos.

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)

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.

Aplicación en situaciones de producción.

Es aquella función de determinar los límites y niveles que deben mantener las operaciones de la industria en el futuro.

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.

Los directores de producción deben familiarizarse con los elementos con los elementos, tipos y características de los sistemas de control.

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 y beneficios de una decisión, es importante tener en cuenta únicamente los costos y beneficios que se desprenden de la decisión.

Los factores económicos que afectan el costo marginal incluyen las irregularidades de información, las externalidades positivas y negativas, los costos de transacción y la discriminación de precios.

Es un concepto muy utilizado en Economía, ya que nos ayuda a aumentar o disminuir el costo de un bien. En economía y finanzas, el costo marginal o costo marginal, mide la tasa de variación del costo dividida por la variación de la producción.

Las fabricaciones dicen que la calidad es un aspecto que se debe de controlar, y que mientras ellos lleven a cabo la fabricación, se podrá tener el control total.

La decisión de comprar, Comprar es adquirir algún producto o servicio a cambio de un determinado precio. El decidir por la opción de comprar significa que una empresa depende de otra empresa independiente para adquirir un insumo o servicio, normalmente bajo un contrato.

Los objetivos de compra se deben alcanzar tan eficiente y económicamente como sea posible, lo cual requiere que se monitoree continuamente la operación para asegurarse que el costo es efectivo

Los enfoques 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.

Dos grandes vías están abiertas para las empresas que lanzan nuevos productos al mercado: el descramado o la penetración.

Las estrategias de descramado realmente sólo pueden emplearse donde la demanda es relativamente inelástica.

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.

Las estrategias de penetración apuntan a lograr la entrada en el mercado de masas. El énfasis está en el volumen de ventas. Los precios de la unidad tienden a ser bajos. Esto facilita la rápida adopción y difusión del nuevo producto.