



Nombre de alumno: Monica Isabel Morales Toledo

Nombre del profesor: Yaneth Del Roció Espinosa Espinosa

Nombre del trabajo: súper nota

Materia: análisis de información financiera

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 4

Bibliografía: García Mendoza, Alberto. (2010). Análisis e Interpretación de la Información Financiera. CECSA.

ANÁLISIS MARGINAL

Concepto de costo marginal.

El costo marginal es el aumento en el costo total como resultado de producir una unidad adicional.



Diferencia entre costo convencional y marginal.

El costo marginal es el costo de producir una unidad adicional y Costo convencional, se basan en las unidades producidas para calcular las tasas de asignación de los costos indirectos.



Aplicaciones en situaciones de producción

planeación de producción es aquella función que determina los límites y los niveles en los que deben de estar las operaciones de la industria a futuro.

El plan de producción creó un marco dentro del cual funcionan las técnicas de control de inventario.



Estado de resultados con costos marginales

es un estado financiero básico en el que se presentan la información relativa de los logros alcanzados por la administración de la empresa durante un periodo determinado



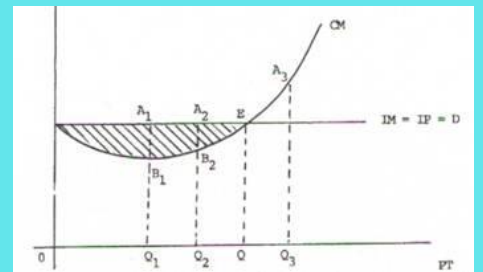
Estado de pérdidas y ganancias con costos marginales.

Es un estado financiero Dinámico ya que la información que presenta corresponde a un período determinado y hace un mes un bimestre, trimestre, un año



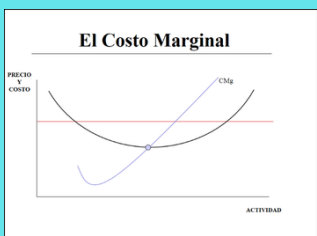
DIFERENCIAS Y USOS

El estado de resultados dinámicos representa una manera detallada de lo que se obtiene



Costos marginales en decisión de producción.

Los costos marginales son aquellos incrementos al costo total de la producción de la unidad reflejan los cambios de los costos variables. Los factores económicos que afectan el costo marginal incluye las irregularidades de información la normalidad es positivas y negativas



Decisiones de hacer o comprar

hacer significa que la empresa desarrollará una actividad por sí misma y comprar significa que la empresa depende de una empresa independiente para desarrollar esa actividad posiblemente a través de un contrato



ANÁLISIS DE PRECIOS DIFERENCIALES.

se divide en:

Las estrategias de descramar el mercado involucran en la fijación de precios altos y una intensa promoción de un nuevo producto.

La estrategia de penetración apunta a lograr la entrada en el mercado de masas haciendo énfasis en el volumen de ventas



ADICION Y ELIMINACIÓN DE PRODUCTOS.

La adición es la creación y la agregación de los productos a una cartera seleccionada y la eliminación se hace cuando ya no desea utilizar el producto

