

MAPA CONCEPTUAL

Nombre del Alumno: Dalila Guadalupe Silvestre Páez

Nombre del tema: unidad III método de análisis financiero horizontal y vertical y unidad IV método de análisis financiero vertical.

Parcial: 1er parcial

Nombre de la Materia: análisis de la información financiera

Nombre del profesor: Lic. Reynaldo Francisco

Nombre de la Licenciatura: Licenciatura en contaduría pública y finanzas

Cuatrimestre: 4°“A”

Unidad III._ Métodos de análisis financiero horizontal

3.1 características del método de análisis horizontal de variaciones

El análisis horizontal determina cuál fue el crecimiento o decrecimiento de una cuenta en un periodo determinado

El análisis horizontal se emplea para evaluar la tendencia en las cuentas de los estados financieros durante varios periodos o años.

El análisis horizontal se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un periodo a otro y por lo tanto requiere de dos o más estados financieros de la misma clase.

Al iniciar un análisis horizontal, este deja en evidencia los cambios o tendencias presentadas en las diferentes cuentas de los estados financieros entre un periodo y otro.

En el análisis horizontal es importante mostrar tanto la variación absoluta como la variación relativa para poder realizar un análisis de los cambios o tendencias entre un periodo y otro

3.2._ aumentos

Este método de análisis consiste en determinar las variaciones absolutas y relativas (%) entre dos cantidades que conforman los estados financieros a diferentes fechas o de diferentes periodos.

Lo aumentos son las diferencias positivas entre dos valores que se comparan en un análisis de estados financieros.

Este método se utiliza para determinar las variaciones de las cuentas entre dos o más periodos consecutivos.

El análisis horizontal comprende entre otros:

- Aumentos y disminuciones
- Tendencias
- Estado de cambios en la posición financiera
- Control presupuestal.

3.3._ disminuciones

En el método de análisis horizontal la disminución es la diferencia negativa entre dos valores que se comparan para determinar los cambios en las cifras de, los estados financieros.

El análisis horizontal es una herramienta valiosa para evaluar la situación financiera de una empresa.

Se recomienda combinarlo con el análisis vertical.

Unidad IV._ método de análisis financiero vertical

4.1._ características del método de porcentos integrales.

Permite determinar las proporciones porcentuales de las partes que componen un todo

Basada en el axioma matemático de que todo es igual a la suma de sus partes, asignado al valor del 100% al todo y a las partes un porcentaje relativo.

Características:

- Permite detectar áreas de oportunidad en la empresa
- Se calcula dividiendo cada renglón de los costos y gastos entre el total de ventas netas y multiplicando por cien

También es una herramienta que ayuda a detectar focos rojos en las cuentas de los estados financieros.

4.2._ proceso de representación grafica del método de porcentos integrales.

Consiste en expresar en porcentajes las cifras de un estado financiero.

Para ellos se asigna un valor del 100% al todo y un porcentaje relativo a cada una de las partes.

En este método, se puede interpretar que:

- El 40% representa el costo de ventas.
- El 20% se aplica a gastos de operación
- El 10% canalizan para cubrir los gastos financieros
- El 12% se pagan impuestos
- El 18% es utilidad

4.3._ características del método de razones simples.

El método consiste en establecer relaciones de las partidas y de los grupos de partidas entre si por medio de los resultados de diversos cálculos matemáticos.

Es el método de razones simples es una herramienta que permite determinar las relaciones entre los diferentes rubros de los estados financieros de una empresa.

Características del método de razones simples:

- Se obtiene de la división de dos conceptos de los estados financieros (dividendo antecedentes y divisor es el consecuente).
- Se utiliza para medir el porcentaje de la utilidad obtenida por cada peso de ventas.
- Se puede usar para evaluar la capacidad de los activos de la empresa para generar ventas,
- Se pueden utilizar para medir el rendimiento global sobre la inversión (activo total) ganado por la empresa.