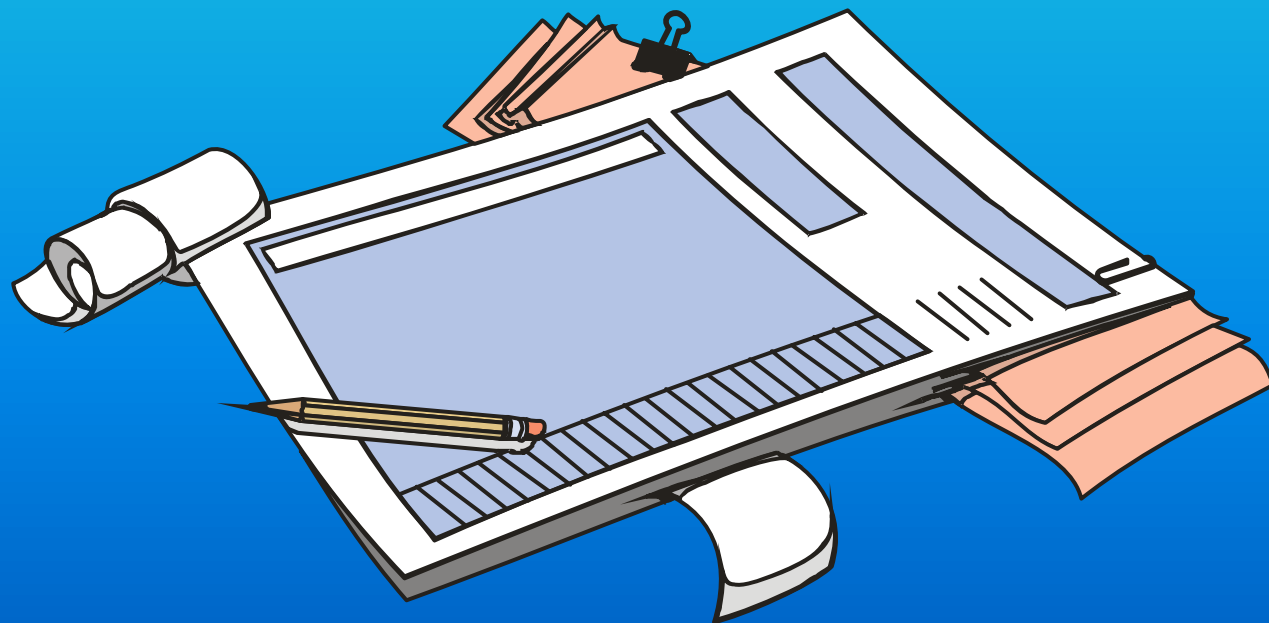


ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA



MEZCLA DE PRODUCTOS

Mezcla de Productos



EQUIPO #2

DÍAZ BANDA PAOLA IRIDDIA
MORGAN LÓPEZ CLAUDIA ALEJANDRA
VELÁZQUEZ MANDUJANO CINTHIA
GARCÍA GÓMEZ LUIS MIGUEL
CHIRINO DE ITA RAFAEL IGNACIO

Análisis de la Información Financiera



MEZCLA DE PRODUCTOS

La mezcla de productos, son todos los productos que ofrecen en venta una compañía. La estructura de mezclas de productos tienen dimensiones tanto en amplitud como en profundidad. Su amplitud se mide por el número de líneas de productos que ofrece, su profundidad por la variedad de tamaños, colores y los modelos que ofrecen dentro de cada línea de productos.

Mezcla de Productos



La mezcla de producto de una compañía puede describirse según su amplitud, profundidad y consistencia.

La *amplitud* de la mezcla de productos, se refiere al número de líneas diferentes de productos que maneja la compañía.

La *profundidad* de la mezcla de productos, indica cuántas versiones de cada producto se ofrecen dentro de la línea.

La *Consistencia* de la mezcla de productos, se refiere a que tan parecidas están sus diversas líneas de productos en cuanto a su uso final, sus requisitos de producción, canales de distribución u otros factores.



LINEA DE PRODUCTOS

La Línea de Productos es un grupo amplio de productos que se crea para usos fundamentalmente similares y que posee características físicas razonablemente similares.

Mezcla de Productos



Una línea de productos también puede ampliarse añadiendo nuevos artículos dentro de la misma categoría. Existen varias razones para llenar una línea de productos: buscar ganancias adicionales, tratar de satisfacer a los distribuidores, tratar de sacar provecho de un exceso de capacidad, tratar de manejar una compañía de línea completa y de llenar los huecos para alejar a los competidores.

Análisis de la Información Financiera

Mezcla de Productos



A continuación presentamos las diferentes líneas y mezcla de productos de Gillete; a fin de ilustrar mas claramente los conceptos anteriores.

Análisis de la Información Financiera

Mezcla de Productos



AMPLITUD DE LA MEZCLA DE PRODUCTOS

PROFUNDIDAD DE LAS LINEAS DE PRODUCTOS	Navajas y Maquinas de Afeitar	Artículos de Tocador	Artículos de Escritura	Encendedores
	MACH 3	Series	Paper Mate	Cricket
	Sensor	Adorn		
	Trac II	Toni		
	Atra	Right Guard		
	Swivel	Silkience	Flair	S. T. Dupont
	Double-Edge	Soft And Drive		
	Lady Gillete	Foamy		
	Techmatic	Brush Plus		

Análisis de la Información Financiera

Mezcla de Productos



Después de haber revisado estos conceptos, ahora pasaremos a la parte práctica de este tema, en la cual aprenderemos a determinar el margen de seguridad para un conjunto de líneas de productos, a diferencia de el día de ayer en donde revisamos ese concepto aplicado únicamente a un solo producto.

Análisis de la Información Financiera



MEZCLA DE PRODUCTOS

Quando una empresa vende mas de un producto, el análisis Costo – Volumen - Utilidad se lleva a cabo utilizando una *razón de promedio de contribución marginal* para una mezcla de ventas determinada o una contribución marginal por utilidad.

Mezcla de Productos



Si la mezcla real de productos vendidos difiere de productos en que se baso el análisis, surgirá una divergencia entre la utilidad esperada, basada en el modelo Costo – Volumen – Utilidad y la utilidad real. Además, el Punto de Equilibrio no será el mismo si la mezcla de productos realmente vendidos difiere de la mezcla de productos empleada en el análisis.

Mezcla de Productos



EJEMPLO

La compañía X S.A. que elabora los productos: A, B y C, reporta la siguiente información para el mes de Agosto de 2005.

Producto	Unidades	Precio de Venta	Ingresos por Venta	Porcentaje de Mezcla	
				Unidades	Importe
A	10,000	\$10.00	\$100,000.00	17.24%	25.00%
B	28,000	\$5.00	\$140,000.00	48.28%	35.00%
C	20,000	\$8.00	\$160,000.00	34.48%	40.00%
Total	58,000		\$400,000.00	100%	100%

Mezcla de Productos



COSTOS VARIABLES

Producto	Costo Variable por Unidad
A	\$4.00
B	\$3.00
C	\$5.00

COSTOS FIJOS

\$88,000.00

Mezcla de Productos



CONTRIBUCIÓN MARGINAL

Producto	Ingresos	Costos Variables	Contribución Marginal	
			Importe	Porcentaje
A	\$100,000.00	\$40,000.00	\$60,000.00	60.00%
B	\$140,000.00	\$84,000.00	\$56,000.00	40.00%
C	\$160,000.00	\$100,000.00	\$60,000.00	37.50%
TOTAL	\$400,000.00	\$224,000.00	\$176,000.00	44.00%

Mezcla de Productos



CONTRIBUCIÓN MARGINAL

Producto	Ingresos	Costos Variables	Contribución Marginal	
			Importe	Porcentaje
A	\$100,000.00	\$40,000.00	\$60,000.00	60.00%
B	\$140,000.00	\$84,000.00	\$56,000.00	40.00%
C	\$160,000.00	\$100,000.00	\$60,000.00	37.50%
TOTAL	\$400,000.00	\$224,000.00	\$176,000.00	44.00%



RESOLUCIÓN DE CONTRIBUCIÓN MARGINAL PROMEDIO

Se calcula el volumen de Punto de Equilibrio Global, con base en la razón promedio de contribución marginal (% de Contribución Marginal), para la mezcla de ventas determinada.

Mezcla de Productos



RESOLUCIÓN

$$\% \text{ de Contribución Marginal} = \frac{\text{Contribución Marginal Total}}{\text{Ingresos Totales}}$$

$$\% \text{ CM} = \frac{\$176,000.00}{\$400,000.00}$$

$$\% \text{ CM} = 0.44 = 44\%$$

Mezcla de Productos



PUNTO DE EQUILIBRIO GLOBAL EN TÉRMINOS DE INGRESOS

$$\text{PE} = \text{Costos Fijos} \div \begin{matrix} \% \text{ Contribución} \\ \text{Marginal} \end{matrix}$$

$$\text{PE} = \$88,000.00 \div 0.44$$

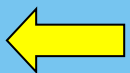
$$\text{PE} = \$200,000.00$$

Mezcla de Productos



DISTRIBUCIÓN DE LAS VENTAS EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO

Producto	Mezcla conforme al Importe de Ventas	Punto de Equilibrio en Términos de Ingresos
A	25.00%	\$50,000.00
B	35.00%	\$70,000.00
C	40.00%	\$80,000.00
TOTAL	100.00%	\$200,000.00



Mezcla de Productos



COMPROBACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Producto	Ventas en Punto de Equilibrio	Contribución Marginal en (%)	Total de Contribución Marginal
A	\$50,000.00	60.00%	\$30,000.00
B	\$70,000.00	40.00%	\$28,000.00
C	\$80,000.00	37.50%	\$30,000.00
TOTAL	\$200,000.00	--	\$88,000.00
Costos Fijos			\$88,000.00
UTILIDAD			\$0.00



Mezcla de Productos



GRACIAS POR SU ATENCIÓN



Análisis de la Información Financiera