



Nombre de alumno: Karol Sherlyn Pérez Pérez.

Nombre del profesor: Yaneth del Rocío Espinosa Espinosa.

Nombre del trabajo: Super Nota.

Materia: Economía de la Empresa.

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 5to cuatrimestre.

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 15 enero de 2022.

PRESUPUESTO

Generalidades sobre el presupuesto

Es expresión cuantitativa



Importancia del presupuesto

Surge como herramienta moderna de planeación y control al reflejar el comportamiento de la competencia y de indicadores económicos.



El presupuesto y la planeación estratégica

Los modelos de planeación estratégica son fases importantes del proceso de planeación, la definición de la misión y la visión de la organización.



Ventajas de la planeación estratégica:

Se piensa en todas las actividades a futuras.

Se integran políticas y decisiones.

Se fijan estándares en cuanto a la actuación futura.

El presupuesto y la gerencia estratégica

La gerencia es dinámica si recurre a todos los elementos disponibles.



El presupuesto es el medio para maximizar las utilidades.



Responsabilidades:

Obtener tasas de rendimiento sobre el capital.

Interrelacionar las funciones empresariales.

Fijar políticas, examinar su cumplimiento y replantearlas cuando no se cumplan las metas.



Hacer gerencia es lograr objetivos por medio de otros.



Y para ellos se requieren:

Fijar planes generales de acción para el futuro.

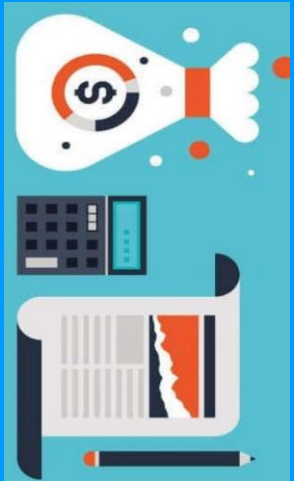
Pensar con creatividad.

Comparar resultados, hacer un análisis de variaciones y fijar soluciones adecuadas.



Ventajas del presupuesto:

- Se determina si los recursos estarán disponibles para ejecutar las actividades.
- Se escogen aquellas decisiones que reporten mayores beneficios a la empresa.
- Cada miembro de la empresa piensa en la consecución de metas específicas.
- Ayuda a la planeación adecuada de los costos de producción.



Clasificación de los presupuestos

Depende de las necesidades del usuario.

Según la flexibilidad

Rígidos, estáticos, fijos o asignados.

Según el periodo que cubran

Acorto plazo y a largo plazo.

Según el campo de aplicabilidad en la empresa

De operación económicos. Financieros.

Según el sector en el cual se utilicen

Público, privado y tercer sector.



Metodología a seguir en la preparación del presupuesto

Es necesario tener en cuenta las variables que se analizan a continuación:



- Situación financiera.
- Eficiencia y productividad.
- Actualización tecnológica.
- Políticas gerenciales.

Etapas de la preparación del presupuesto

1. Preiniciación: se evalúan los resultados obtenidos en vigencias anteriores.
2. Elaboración del presupuesto: dimensión monetaria en términos presupuestales.
3. Ejecución: es la puesta en marcha de los planes.
4. Control: medir la ejecución de todas y cada una de las actividades empresariales.
5. Evaluación: Es necesario analizar las fallas en cada una de las etapas iniciales y reconocer los logros.



Planeación de las ventas

Es el que forma un enlace entre el valor que el negocio puede producir y los clientes.



Beneficios del plan de Ventas:

- a. Obtención de mayores ganancias.
- b. Busca minimizar los riesgos, errores y fallas.
- c. Mejora el progreso y el prestigio de la empresa.



Importancia

Se obtienen datos sobre los flujos de producción, los flujos de inversión, los flujos netos y los flujos de efectivo.



Plan de ventas

El plan a corto plazo incluye detalles como la responsabilidad organizativa.

El plan de ventas a largo plazo no intenta estimar lo que serán las ventas, sino desarrollar un plan con fines bien definidos.



Presupuesto de ventas

Es el eje de los demás presupuestos, por lo que debe primeramente, cuantificarse en unidades, en especie.



Presupuesto de publicidad y promoción

Estará a cargo del director de marketing, este se encargará de estimar los costos de estas publicaciones, los cuales variarán dependiendo de los medios que se utilicen y de su periodicidad.



Presupuesto de costo de venta

Se obtiene mediante la multiplicación del pronóstico de las ventas unitarias por los costos estándar del producto.



Análisis y fijación de los costos de los presupuestos de:

- Ventas.
- Publicidad y promoción.
- Costo de venta.

