

Nombre de alumno: Danilo Sánchez Espinoza

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega.

Nombre del trabajo: Mapa conceptual.

Materia: Economía de la Empresa.

Grado: 5° Cuatrimestre.

Grupo: Administración de Empresas.

Economía de la Empresa Unidad I, Presupuesto.

1.2. Metodología a seguir en la preparación del presupuesto.

Determinación de las características empresariales.

Son variables y se analizan en

Situación financiera: El estado financiero de las empresas con respecto al endeudamiento, la liquidez, la valorización de las propiedades y los índices de rentabilidad, repercuten sobre las posibilidades de captar capitales, conseguir créditos o gestionar la concesión de plazos por parte de los proveedores de bienes o servicios.

Si duda la ↓

Situación financiera permite determinar las posibilidades reales de progreso y establecer si las estrategias competitivas se sustentarán en el crecimiento de las operaciones o en la simple supervivencia.

Eficiencia y productividad: La eficiencia comprende las acciones puestas en práctica para minimizar el tiempo invertido entre la adquisición de insumos y la comercialización de productos, en tanto que la productividad se expresa como la producción por hora-hombre u hora-máquina.

Estos resultados ↓

Dependen de elementos como la actualización tecnológica, la distribución funcional de la planta y la destreza de la mano de obra.

Actualización tecnológica: La influencia ejercida por el desarrollo tecnológico industrial sobre los costos, la intensidad del reproceso y la calidad de los productos.

Esto afecta los ↓

Presupuestos comerciales, sujetos a la competitividad en precios y calidades.

Políticas gerenciales: En el financiamiento, el camino seleccionado para respaldar la operación normal o la expansión de actividades se basará en el presupuesto.

En si la política ↓

De inventarios se reflejará en los presupuestos de compras y producción y las políticas de salarios y de crédito se expresarán presupuestalmente en los valores de la nómina, la comercialización y los flujos monetarios.

Evaluación del entorno.

Son características de

Este entorno y deben tener en cuenta en los planes y presupuestos, donde se pueden mencionar el desempeño de los competidores nacionales e internacionales.

- Las prácticas comerciales impuestas por los canales de abastecimiento.
- Las condiciones crediticias instauradas por las instituciones financieras.
- El comportamiento de la inflación y la devaluación, y las tasas de interés
- Y las políticas establecidas por el gobierno en las áreas tributaria, salarial, de seguridad social y de comercio exterior.

Es entonces ↓

Cuando cobra especial importancia en la evaluación de parámetros tales como:

- La imagen de marca.
- Los gustos y las preferencias de los consumidores
- Las habilidades de la fuerza de ventas
- Las calidades y los precios
- El prestigio de la empresa y las tendencias de participación en el mercado donde se actúa.

En que la empresa ya tenga implantado el sistema del presupuesto como herramienta de planeamiento y control, se deben considerar las etapas siguientes en su preparación.

Primera etapa: Preiniciación se ↓

Evalúan los resultados obtenidos en vigencias anteriores, se analizan las tendencias de los principales indicadores empleados para calificar la gestión gerencial (ventas, costos, precios de las acciones en el mercado, márgenes de utilidad, rentabilidad, participación en el mercado, y otros)., Este diagnóstico contribuye a sentar los fundamentos del planeamiento, estratégico y táctico y son:

- **Selección de las estrategias competitivas:** liderazgo en costos y/o diferenciación.
- **Selección de las opciones de crecimiento:** intensivo, integrado o diversificado.

Son objetivos generales como ↓

- Colocar productos en los canales de comercialización previstos que posean calidades competitivas y precios apropiados para el consumidor y tengan márgenes de utilidad atractivos.
- Incrementar la cobertura geográfica de los mercados, mediante el aumento de las zonas de distribución de los productos.
- Consolidar la participación en el mercado con productos de calidad, campañas promocionales agresivas y una fuerza de ventas capacitada.

Objetivos específicos como ↓

- Alcanzar un crecimiento del x% en el volumen anual de ventas, expresado en un y% por variación de precios y en un z% por captación de mercados.
- Obtener un rendimiento sobre la inversión promedio anual del x% antes de impuestos.
- Lograr un grado de integración del x% en la fabricación del producto y mediante la creación de una empresa que atenderá el suministro de los insumos z1 y z2.

Segunda etapa: Elaboración del presupuesto ↓

Se ingresa en la etapa durante la cual estos planes adquieren dimensión monetaria en términos presupuestales, y son las siguientes.

- En el campo de las ventas, su valor dependerá de las perspectivas de los volúmenes a comercializar previstos y de los precios.
- En el área de producción, se programarán las cantidades a fabricar o ensamblar, según los estimativos de ventas y las políticas sobre inventarios de productos terminados.
- Las compras se calculan en términos cuantitativos y monetarios, con base en los programas de producción y en las políticas que regulan los niveles de inventarios de materias primas., **Insumos o componentes.**
- La jefatura de relaciones industriales o de recursos humanos, debe preparar el presupuesto de la nómina en todos los órdenes administrativos y operativos.
- Los proyectos de inversión demandan un tratamiento especial para la cuantificación de recursos.
- Es competencia de los encargados de la función presupuestal reunir la información de la operación normal y de los programas que ameriten inversiones adicionales.

Tercera etapa: Ejecución ↓

Es la puesta en marcha de los planes, con el consecuente interés de alcanzar los objetivos trazados

Donde el ↓

El comité de presupuestos se debe constituir como el principal impulsor, debido a que si sus miembros no escatiman esfuerzos cuando se busca el empleo eficiente de los recursos físicos, financieros y humanos colocados a su disposición.

En esta etapa, el director de presupuestos tiene la responsabilidad de prestar colaboración a las jefaturas, con el fin de asegurar el logro de los objetivos que se consagraron en los planes.

Etapas de la preparación del presupuesto.

Cuarta etapa: Control ↓

El presupuesto es una especie de termómetro para medir la ejecución de todas y cada una de las actividades empresariales.

Sin embargo ↓

Su concurso sería incompleto si no se incorpora esta etapa de control, en la cual mediante el monitoreo, seguimiento y acompañamiento en tiempo real, se puede determinar hasta qué punto puede marchar la empresa con el presupuesto como patrón de medida.

Son actividades importantes para esta etapa ↓

1. Preparar informes de ejecución del presupuesto, por áreas y acumulados, que comparen numérica y porcentualmente lo real y lo presupuestado.
2. Analizar y explicar las razones de las desviaciones ocurridas entre lo previsto y lo ocurrido.
3. Implementar correctivos o modificar el presupuesto cuando sea necesario, como ocurre, por ejemplo, cuando se presentan cambios intempestivos de las tasas de interés o de los coeficientes de devaluación que afectan las proyecciones de compañías que realizan negocios en moneda extranjera.

Quinta etapa: Evaluación ↓

Al finalizar el período para el cual se elaboró el presupuesto, se prepara un informe crítico de los resultados obtenidos que contendrá no sólo las variaciones sino el comportamiento de todas y cada una de las funciones y actividades empresariales.

También es ↓

Necesario analizar las fallas en cada una de las etapas iniciales y reconocer los logros. Esta retroalimentación es muy importante para las áreas, así serán conscientes de su desempeño y podrán tomar las medidas necesarias.