



PASIÓN POR EDUCAR

Nombre de alumno: Danilo Sánchez Espinoza

Nombre del profesor: Gerardo Garduño Ortega.

Nombre del trabajo: Súper Nota.

Materia: Economía de la Empresa.

Grado: 5° Cuatrimestre.

Grupo: Administración de Empresas.

PASIÓN POR EDUCAR

Ocosingo Chiapas a 15 de Enero de 2022.

Presupuesto.

Generalidades sobre el presupuesto

Según Rondón, el presupuesto "es una representación en términos contabilísticos de las actividades a realizar en una organización, para alcanzar determinadas metas, y que sirve como instrumento de planificación, de coordinación y control de funciones." (2001, P. 9).

Importancia del presupuesto.

Surge como herramienta moderna de planeación y control al reflejar el comportamiento de la competencia y de indicadores económicos como los enunciados, y en virtud de sus relaciones con los diferentes aspectos administrativos, contables y financieros de la empresa.

Es el medio para maximizar las utilidades y el camino que debe recorrer la gerencia al encarar las siguientes responsabilidades:

- Obtener tasas de rendimiento sobre el capital que representen las expectativas de los inversionistas.
- Interrelacionar las funciones empresariales (compras, producción, distribución, finanzas y relaciones industriales).
- Fijar políticas, examinar su cumplimiento y replantearlas cuando no se cumplan las metas que justificaron su implantación.
- Fijar planes generales de acción para el futuro.
- Pensar con creatividad.
- Vivir y pensar en función de cumplir y hacer cumplir los objetivos propuestos.
- Comparar resultados, hacer un análisis de variaciones y fijar soluciones adecuadas.

El presupuesto y la gerencia estratégica.

El presupuesto y la planeación estratégica.

Son fases importantes del proceso de planeación, la definición de la misión y la visión de la organización, el diagnóstico del entorno y de las condiciones internas para identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades y la especificación de las estrategias correspondientes.

Y sus ventajas de la planeación estratégica son:

- Se piensa en todas las actividades que se pueden realizar en el futuro.
- Se integran políticas y decisiones que los directivos pueden adoptar ante determinadas situaciones.
- Se fijan estándares en cuanto a la actuación futura.
- Se concretan las actividades y se compromete al personal con las metas.

Algunas ventajas del presupuesto son:

- Se determina si los recursos estarán disponibles para ejecutar las actividades y/o se procura la consecución de los mismos.
- Se escogen aquellas decisiones que reporten mayores beneficios a la empresa.
- Se aplican estos estándares en la determinación de presupuesto (materiales, de mano de obra y costos indirectos de fabricación).
- Se pondera el valor de estas actividades.
- Ayuda a la planeación adecuada de los costos de producción.
- Se busca optimizar los resultados mediante el manejo adecuado de los recursos.

Clasificación de los presupuestos.

1.- Según su flexibilidad

- Rápidos, estáticos, fijos o asignados
- Flexibles o variables

2.- Según el periodo que cubran

- A corto plazo
- A largo plazo

3.- Según el campo de aplicabilidad en la empresa

- De operación o de económicos
- Financieros (tesorería y capital)

4.- Según el sector en cual se utilicen

- Público
- Privado
- Tercer sector

Metodología a seguir en la preparación del presupuesto.

El diagnóstico interno representa un factor fundamental del planeamiento, el cual adquiere expresión monetaria mediante el presupuesto. Por esto, es necesario tener en cuenta las variables que se analizan a continuación, las cuales garantizarán que los planes tengan dimensiones cuantitativas y monetarias:

Son características empresariales.

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.
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.
Actualización tecnológica: La influencia ejercida por el desarrollo tecnológico industrial sobre los costos, la intensidad del reproceso y la calidad de los productos 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, dada la influencia de los diversos canales de financiación sobre la amortización de capitales, el reconocimiento de dividendos y la cancelación de intereses.

Primera etapa: Pre iniciación 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).
Segunda etapa: Elaboración del presupuesto, 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.
• Las compras se calculan en términos cuantitativos y monetarios.
• La jefatura de relaciones industriales o de recursos humanos.
• 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.
Cuarta etapa: Control, El presupuesto es una especie de termómetro para medir la ejecución de todas y cada una de las actividades empresariales.
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.

Son etapas de la preparación del presupuesto

Planeación de las ventas

Aspectos generales. El plan de ventas o plan de acción de comercialización, es el que forma un enlace entre el valor que el negocio puede producir y los clientes, y la calidad de la estrategia estará determinada por la calidad del enlace.

Beneficios del plan de Ventas:

- Obtención de mayores ganancias.
- Tiende a evitar desperdicios.
- Incrementa la eficiencia, porque se sabe lo que hay que hacer posteriormente.
- Crea cohesión, ya que todos están involucrados y participan como parte del programa de actividades.
- Busca minimizar los riesgos, errores y fallas.
- Mejora el progreso y el prestigio de la empresa.

La Importancia.

De este plan radica en la influencia que tiene en los demás presupuestos de la empresa, ya que de él se obtienen datos sobre los flujos de producción, los flujos de inversión.

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,

Son los componentes en el plan de ventas y constituye:

- 1.- El desarrollo de un plan de promoción y publicidad.
- 2.- Un plan de gastos de ventas.
- 3.- Un plan de distribución.

Y sus objetivos son:

- Expresar el mejor juicio de la dirección sobre ingresos futuros.
- Establecer la estrategia de la dirección tanto a corto como mediano plazo.
- Incrementar la responsabilidad organizativa, el producto y el tiempo.
- Conocer hacia donde se dirigirán los esfuerzos operativos

Presupuesto de ventas.

Generalmente el Presupuesto de Ventas es el eje de los demás presupuestos, por lo que debe primeramente, cuantificarse en unidades, en especie, por cada tipo o línea de artículos, para proceder a su valuación, de acuerdo con los precios del mercado.

a) Factores Específicos de Ventas. Se clasifican a su vez en:

- **De Ajuste:** Se refieren a aquellos de causas fortuitas o de fuerza mayor.
 - **De efecto Perjudicial.** Son aquellos que suceden circunstancialmente y afectan en decremento las ventas del periodo anterior.
 - **De efecto Saludable.** Son aquellos que afectaron en beneficio a las ventas del periodo anterior
- b) De fuerzas Económicas Generales. Representan una serie de factores externos que influyen en las ventas.
- c) De Influencias Administrativas. Este es de carácter interno de cada entidad económica, se refiere a las decisiones que deben tomar los dirigentes de la misma para elaborar el presupuesto de ventas

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.

Bibliografía básica y complementaria:

- **Antología: Economía de la empresa.**
- **Unidad I: Presupuesto**
- **Temas:** 1.1. Generalidades sobre el presupuesto.
1.2. Metodología a seguir en la preparación del presupuesto.
1.3. Planeación de las ventas.

Autores:

- Burbanos, J. (2011). Presupuestos. Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión, y control de recursos. Colombia: McGRAW-HILL.
- Cárdenas, R. (2008). Presupuestos. Teoría y práctica. México: McGRAW-HILL.
- Del Río, C. (2002). Presupuestos. México: ECASA.
- Díaz, M. (2005). Planeación financiera. México: GASCA.
- Gitman, J. (1997). Fundamentos de Administración Financiera. México: Oxford University Press.
- Morales, F. (2000). Presupuesto y control de empresas. México: ECASA

Descarga de 3 imágenes en google para complementar el trabajo realizado.

https://www.google.com/search?q=imagenes+de+presupuesto&sxsr=A0aemv1iDTZigaGL0gnlXTM88qYajWZBg:1641937249843&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwid8pP01Kr1AhWxk2oFHRraAL4Q_AUoAXoECAEQAw&biw=1280&bih=584&dpr=1.5#imgrc=I9xOyDC9SDSgnM

https://www.google.com/search?q=imagenes%20Metodolog%C3%ADa%20a%20seguir%20en%20la%20preparaci%C3%B3n%20del%20presupuesto&tbn=isch&tbs=rimg:CcE-RC_1BchjAYRO_1jpiU_1FV5sGIgcgIABAA&hl=es-419&sa=X&ved=0CBsQuIlBahcKEwjIIEqKv1AhUAAAAAHQAAAAQIlg&biw=1263&bih=584#imgrc=ZD8mOxGwHPNHxM

https://www.google.com/search?q=imagenes+planeaci%C3%B3n+de+ventas&sxsr=A0aemvJpSMtJOWZb068FMtoF4dbjxoefBA:1641997518064&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiJw6S2taz1AhWVnWoFHRt_D8cQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1280&bih=584&dpr=1.5#imgrc=z8z4CMQPZsJpM