



**Nombre de alumno: Gonzalez Alfonso Ana  
Guadalupe**

**Nombre del profesor: Espinoza Yaneth Del Rocío**

**Nombre del trabajo: Super Nota Unidad 1**

**Materia: Economía de la empresa**

**Grado: 5to Cuatrimestre**

**Grupo: LCF525-1**

**Comitán de Domínguez Chiapas a 16 enero de  
2022 .**

# UNIDAD 1 PRESUPUESTO



El presupuesto son todas las actividades a realizar en una organización para alcanzar determinadas metas, sirve como instrumento de planificación, coordinación y control de funciones.

Es: cuantitativo y formal

Lo crean directivos y asesores pero toda la organización debe participar para su cumplimiento



**EL PRESUPUESTO ES EL MEDIO PARA MAXIMIZAR LAS UTILIDADES Y EL CAMINO QUE DEBE RECORRER LA GERENCIA**

La planeación estratégica nos ayuda ya que permite establecer objetivos y definir metas

El punto de partida de la planeación estratégica lo constituye la definición de la misión y la visión de la organización.

Sin presupuesto, la dirección de una empresa no sabe hacia cuál meta dirigirse

## CLASIFICACION DEL PRESUPUESTO

- Rígidos, estáticos, fijos o asignados
- Flexibles o variables
- A corto plazo
- A largo plazo
- De operación o económicos
- Financieros (tesorería y capital)
- Presupuestos del sector público
- Presupuestos del sector privado
- Presupuestos del tercer sector



## PLANEACIÓN DE LAS VENTAS

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, por lo tanto, un plan de acción de comercialización adecuado producirá un fuerte enlace con los clientes.

La planificación de las ventas puede realizarse en dos enfoques:

- El plan a corto plazo
- El plan de ventas a largo plazo

El pronóstico de ventas es una proyección técnica de la demanda potencial de los consumidores básicos determinados. Existe el pronóstico a corto plazo y el pronóstico a largo plazo

Factores Específicos de Ventas:  
De Ajuste

- De efecto Perjudicial
- De efecto Saludable
- De Cambio
- Corrientes de Crecimiento
- 
- 
- 

Es necesario analizar las variables ya que garantizan que los planes tengan dimensiones cuantitativas y monetarias

Se deben considerar las etapas de la preparación del presupuesto

- Situación financiera
- Eficiencia y productividad
- Actualización tecnológica
- Políticas generales

- Preiniciación
- Elaboración del presupuesto
- Ejecución
- Control
- Evaluación



**FORMULA DEL PRESUPUESTO DE VENTAS:  $PV = [(V \pm F) E] A$  DONDE:**

**PV = PRESUPUESTO DE VENTAS.**  
**V = VENTAS DEL AÑO ANTERIOR.**  
**F = FACTORES ESPECÍFICOS DE VENTAS.**

**A) FACTORES DE AJUSTE.**

**B) FACTORES DE CAMBIO.**

**C) FACTORES CORRIENTES DE CRECIMIENTO.**

**E = FUERZAS ECONÓMICAS GENERALES**

**(% ESTIMADO DE REALIZACIÓN, PREVISTO POR ECONOMISTAS). A = INFLUENCIA ADMINISTRATIVA.**



# Bibliografía:

Burbanos, J. (2011). Presupuestos. Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión, y control de recursos

- Cárdenas, R. (2008). Presupuestos. Teoría y práctica.
- Del Río, C. (2002). Presupuestos.
-