

“ECONOMIA DE LA EMPRESA”

**C.P. YANETH DEL ROCIO ESPINOSA
ESPINOSA**

**ALUMNA: LIZBETH PEÑALOZA
MARTINEZ**

ACTIVIDAD 1: SUPER NOTA

UNIDAD 1: PRESUPUESTO.

**UNIDAD 2: PLANEACION DE
PRESUPUESTOS.**

5TO CUATRIMESTRE

ECONOMIA DE LA EMPRESA

UNIDAD I.

PRESUPUESTO

Es una herramienta 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.



La gerencia es dinámica si recurre a todos los elementos disponibles, y uno de ellos es el presupuesto, el cual, empleado de una manera eficiente, genera grandes beneficios.



El orden de prioridades que se les dé depende de las necesidades del usuario: por su flexibilidad, es decir, si es rígido, estático, fijo, asignados, flexibles o variables. Por el periodo que cubran sea a corto o a largo plazo. Por el campo de aplicabilidad de la empresa, de operación, económicos o financieros. Por el sector en el cual se utilicen, sea público,

El proceso de desarrollo de la planeación estratégica de largo plazo y todo el conjunto de programación y planes que de ella se derivan hasta el detalle de corto plazo, deben realizarse con el liderazgo de la alta dirección, pero con la participación de todas las instancias de la organización.

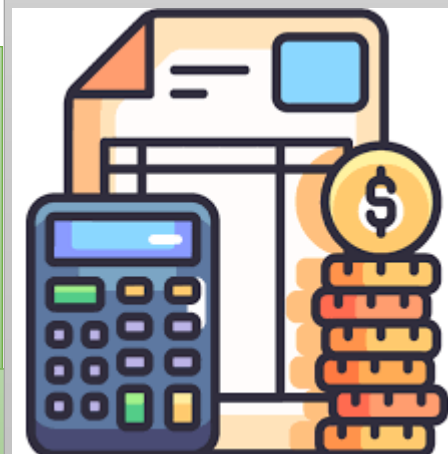


Situación financiera: el estado financiero de las empresas con respecto al endeudamiento, la liquidez, la valorización de las propiedades y los índices de rentabilidad, repercuten sobre las posibilidades de captar capitales, conseguir crédito o gestionar la concesión de plazos por parte de los proveedores 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 hombre-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: el camino seleccionado para respaldar la operación normal o la expansión 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.

Un plan de ventas se compone normalmente de decisiones integradas, las cuales, son dinámicas, sin embargo, la estrategia puede estar cambiando rápida o lentamente, dependiendo de las necesidades de la empresa.



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, regidos por la oferta y la demanda, o cuando no sea así, por el precio de venta unitario determinado con lo cual se tiene el monto de ventas en valores monetarios.

El presupuesto de publicidad estará a cargo del director de marketing, este se encargará de estimar los costos de estas publicaciones, los cuales variaran dependiendo de los medios que se utilicen y de su periodicidad.



El costo estándar de las ventas presupuestadas se obtiene mediante la multiplicación del pronóstico de las ventas unitarias por los costos estándar del producto.



UNIDAD 2

PLANEACION DE PRESUPUESTOS



Para que estas reglas aseguren la máxima productividad del sistema, se deben fundamentar en la información proveniente del estudio de mercados y en las decisiones que regulan las existencias de bienes terminados.

El presupuesto de capital, también llamado de inversiones permanentes, incorpora sus resultados al presupuesto de operación y financiero, justificando las inversiones con un análisis y evaluación de los proyectos de inversión.

El presupuesto de efectivo no se basa en criterios subjetivos; por tanto, se deben resaltar los parámetros que permiten formular la política de liquidez.

En toda evaluación financiera y económica se requiere tener una idea aproximada de los costos de las diferentes fuentes de financiamiento que una empresa utiliza para emprender proyectos de inversión.



El costo promedio ponderado de capital representa un costo marginal, puesto que las ponderaciones tienen que ser marginales; es decir, tienen que corresponder a las proporciones del ingreso por financiamiento que la empresa piensa utilizar.

BIBLIOGRAFIA;

- 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.