



**Mi Universidad**

**Nombre del alumno:** Priscila  
Alejandra López Gómez

**Nombre del tema:**

Presupuestos

**Parcial:** 1

**Nombre de la materia:**

Economía de la empresa

**Nombre del profesor:** Rocío

del Yaneth Espinosa Espinosa

**Nombre de la licenciatura:**

Licenciatura en administración y  
estrategias de negocios

**Cuatrimestre:** 5to

# PRESUPUESTO

## GENERALIDADES SOBRE EL PRESUPUESTO



Según Rondon (2001) 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.”

## IMPORTANCIA DEL PRESUPUESTO



es la principal herramienta que les permite a las personas saber cuáles son sus ingresos y gastos en un tiempo determinado, y conocer cuánto puede destinar al ahorro.

## EL PRESUPUESTO Y LA GERENCIA ESTRATEGICA



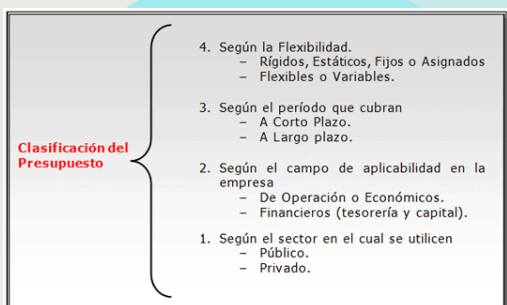
Es clave para obtener el éxito en la planificación e implementación empresarial, por lo que una visión integral y de conocimiento 360° del negocio, mercado y partes interesadas resulta fundamental para la consecución de objetivos planteados.

## EL PRESUPUESTO Y LA PLANEACION ESTRATEGICA



Los modelos de 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.

## CLASIFICACION DE LOS PRESUPUESTOS



Los presupuestos pueden clasificarse desde varios puntos de vista. El orden de prioridades que se les dé depende de las necesidades del usuario. El siguiente cuadro sinóptico presenta algunos de sus principales enfoques.

## METODOLOGÍA A SEGUIR EN LA PREPARACIÓN DEL PRESUPUESTO



- \*Situación financiera
- \*Eficiencia y productividad
- \*Actualización tecnológica
- \*Políticas gerenciales

## ETAPAS DE LA PREPARACIÓN DEL PRESUPUESTO



Bien sea en el caso en que la empresa ya tenga implantado el sistema del presupuesto como herramienta de planeamiento y control, o que se trate de implementar, se deben considerar las etapas siguientes en su preparación: Preiniciación, Elaboración del presupuesto, Ejecución, Control, Evaluación.



# PLANEACIÓN DE LAS VENTAS

## Aspectos generales:

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.



## Importancia:

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, los flujos netos y los flujos de efectivo, de los cuales se deduce la conveniencia e inconveniencia de las operaciones y de las inversiones.



## 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.



## Presupuesto de publicidad y promoción:

El presupuesto de publicidad 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. La publicidad es uno de los medios de que se valen comerciantes e industriales para hacer llegar sus productos al consumidor, en coordinación con los demás recursos con que cuentan las empresas con objeto de incrementar sus ventas.



## Presupuesto de costo de venta:

El costo estándar de las ventas presupuestadas se obtiene mediante la multiplicación del pronóstico de las ventas unitarias por los costos estándar del producto. La diferencia entre las ventas presupuestadas y el costo estándar de ventas representa la utilidad bruta estándar



## Análisis y fijación de los costos de los presupuestos de:

**Ventas:** Este análisis busca conocer la rentabilidad relativa de las distintas unidades que conforman la operación de ventas. Para llevar a cabo este análisis se toman los gastos totales de ventas de la compañía y se dividen en partes.



**Publicidad y promoción:** La influencia de la Publicidad, la Propaganda, la Mercadotecnia y aspectos afines en este tipo de presupuestos normalmente es grande, por lo que se hace necesario establecer un programa general de Publicidad, Propaganda, Mercadotecnia, etcétera



**Costo de venta:** Con base en los volúmenes establecidos en los inventarios iniciales y finales de productos terminados, al efectuar el presupuesto de producción en unidades, y una vez conocido el costo de los inventarios iniciales, se procederá a valorizar, los inventarios finales, de acuerdo con los valores que sirvieron de base, para obtener el Costo de Producción Presupuestado.

## FUENTE DE INFORMACIÓN:

<https://plataformaeducativauds.com.mx/assets/docs/libro/LAN/817df6182e08b75a67c29e83344ee261-LC-LAN503.pdf>