



Mi Universidad

Super Nota

Nombre del Alumno **Jorge Arturo Estrada Borráz**

Nombre del tema **Presupuesto**

Parcial **1**

Nombre de la Materia **Generalidades sobre el presupuesto**

Nombre del profesor **YANETH DEL ROCIO ESPINOSA ESPINOSA**

Nombre de la Licenciatura **Administración y estrategia de negocios**

Cuatrimestre **5**

Generalidades sobre el presupuesto

El presupuesto surge como herramienta moderna de planeación y control al reflejar el comportamiento de la competencia

instrumento de planificación, de coordinación y control de funciones.



La prudencia, la capacidad de análisis y el desempeño de funciones con un criterio de participación en la toma de decisiones, son cualidades que no debe olvidar el gerente de las empresas modernas.



Los presupuestos pueden clasificarse desde varios puntos de vista. El orden de prioridades que se les dé depende de las necesidades del usuario.

La función de los presupuestos en la administración de un negocio se comprende mejor cuando los presupuestos se relacionan con los fundamentos de la administración misma

Clasificación del presupuesto

- 1. Según la flexibilidad**
- 2. Según el período que cubran**
- 3. Según el campo de aplicabilidad en la empresa**
- 4. Según el sector el cual se utilice**

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.



El estado financiero de las empresas con respecto al endeudamiento, o, la liquidez, la valorización de las propiedades y los índices de rentabilidad

La eficiencia comprende las acciones puestas en práctica para minimizar el tiempo invertido entre la adquisición de insumos y la comercialización de productos



- 1. Preiniciación**
- 2. Elaboración del presupuesto**
- 3. Ejecución**
- 4. Control**
- 5. Evaluación**

manera, 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.

Planeación de las ventas

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



diseño de un buen plan de acción de comercialización comienza con una revisión de la posición interna y externa de la empresa y después con los recursos disponibles



tiempo, capital, personal, habilidades, contactos, distribuidores, clientes, reputación, equipo, suministros, productos, servicios



- 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.**

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

