



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

EL PRESUPUESTO DE VENTAS Y SU IMPORTANCIA PARA
DETERMINAR LOS INGRESOS EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS

NIZAMA OYOLA KATHERIN YANINA
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

EL PRESUPUESTO DE VENTAS Y SU IMPORTANCIA PARA
DETERMINAR LOS INGRESOS EN LAS EMPRESAS
EXPORTADORAS

NIZAMA OYOLA KATHERIN YANINA
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

EXAMEN COMPLEXIVO

EL PRESUPUESTO DE VENTAS Y SU IMPORTANCIA PARA DETERMINAR LOS
INGRESOS EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS

NIZAMA OYOLA KATHERIN YANINA
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

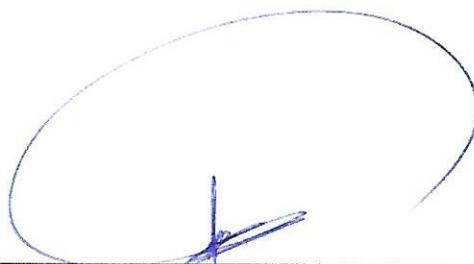
MEDINA CASTILLO WILIAM TRANQUILINO

MACHALA, 11 DE ENERO DE 2018

MACHALA
11 de enero de 2018

Nota de aceptación:

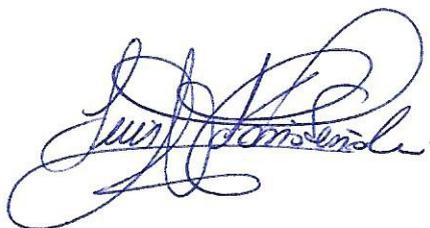
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado EL PRESUPUESTO DE VENTAS Y SU IMPORTANCIA PARA DETERMINAR LOS INGRESOS EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



MEDINA CASTILLO WILLIAM TRANQUILINO

0702530023

TUTOR - ESPECIALISTA 1



SEÑALIN MORALES LUIS OCTAVIO

0701091241

ESPECIALISTA 2



BALDEÓN VALENCIA BLANCA ALEXANDRA

0914541008

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 22 de enero de 2018 - 14:11

Urkund Analysis Result

Analysed Document: NIZAMA OYOLA KATHERIN YANINA.pdf (D34082829)
Submitted: 12/20/2017 7:55:00 PM
Submitted By: knizama_est@utmachala.edu.ec
Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, NIZAMA OYOLA KATHERIN YANINA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado EL PRESUPUESTO DE VENTAS Y SU IMPORTANCIA PARA DETERMINAR LOS INGRESOS EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 11 de enero de 2018



NIZAMA OYOLA KATHERIN YANINA
0959646787

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación tiene relación con el presupuesto de ventas y su importancia para determinar los ingresos en las empresas exportadoras, este desarrollo manifiesta que el presupuesto es una herramienta muy importante para las empresas, ya que permite elaborar un plan de operaciones, donde su información es obtenida mediante estudios realizados a diferentes factores que rodean el entorno de la empresa, motivo por el cual se deben crear estrategias y procedimientos para que la empresa tenga la capacidad de enfrentar las diferentes variables que intervienen en el mercado competitivo. Los datos de periodos anteriores son importantes para obtener un presupuesto de ventas actual, donde se observen las variaciones que se dan en las ventas y los resultados que se reflejan los ingresos operaciones, determinando si es o no favorable para la empresa. El éxito o fracaso de la empresa en los ingresos dependerá de acertar y ejecutar correctamente el presupuesto de ventas.

Palabras claves: Presupuesto, Presupuesto de ventas, Empresas exportadoras, Comercio internacional.

ABSTRACT

the present research work has relationship with the sales budget and its importance to determine the income at exporting companies, this development shows that the budget is a very important tool for companies, already that allows you to draw up a plan of operations, where its information is obtained through studies of different factors surrounding the entire enterprise environment, reason by which you must create strategies and procedures so that the company has the ability to of it faces the different variables involved in the competitive market. Data from previous periods are important to get a current sales quotation, where are observed the variations that occur in sales and results reflecting revenue operations, determining whether or not it is favorable for the company. The success or failure of the company revenue will depend on hit and run correctly for sale budget.

Keywords: Budget, Sales Budget, Exporting Companies, International Trade.

INDICE

RESUMEN	2
ABSTRACT	3
INTRODUCCIÓN.....	5
DESARROLLO.....	7
Presupuesto.....	7
Presupuesto de ventas.....	9
Empresas exportadoras.....	9
Comercio internacional.....	9
Caso Práctico.....	10
Desarrollo Del Caso.....	11
Analisis del caso.....	13
CONCLUSIONES.....	14
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	15

INTRODUCCIÓN

A través de los años, muy pocas empresas han tenido una visión clara de lo importante que es definir donde se quieren posicionar; es decir, pocas empresas elaboran su planeación formal con la importante herramienta administrativa que es el presupuesto, pero con un enfoque gerencial ante la dinámica del entorno en que se mueven los negocios (Coello, 2015).

De acuerdo con Pérez (2015), el presupuesto es un documento financiero en el que se manifiesta el conjunto de gastos que se pretenden realizar durante un periodo de tiempo determinado y el detalle de los ingresos que se prevé obtener para su funcionamiento.

Se puede establecer que el presupuesto desempeña una gran función en la empresa, debido a que compone una herramienta fuerte al momento de realizar la planificación de objetivos futuros, los cuales serán alcanzados con los recursos que dispone la empresa, con la finalidad de determinar las principales fuentes de ingreso.

La gestión empresarial pretende la elaboración de una proyección de los recursos que permita analizar el desarrollo operativo y vigilar el rendimiento de la empresa (Frezatti, Beck, & Orestes da Silva, 2013). El presupuesto de ventas es una proyección que brinda información sobre la rentabilidad y la cantidad de ventas estimada de un determinado periodo de una empresa.

En esta investigación se aplicará el método cuantitativo, según Corona (2016) manifiesta que en el método cuantitativo, el investigador hace una minuciosa medición de las variables. En ciertos casos las variables pueden ser manipuladas pero eso dependerá de la naturaleza de

estudio. Seguidamente de la obtención de los resultados de la investigación, se aplicaran tratamientos estadísticos para identificar las diferencias significativas que existen entre las variables medidas, con la finalidad de estudiar la variación de su comportamiento.

Se utilizara este método porque se elaborará un presupuesto de ventas para el año 2017, basándonos en datos históricos de ventas del año 2016, se aplicará operaciones matemáticas para descubrir las variaciones de ventas de cada producto que existen entre ambos años.

El objetivo del presente trabajo es determinar la importancia que tiene el presupuesto de ventas en las empresas exportadoras para identificar la fuente principal de ingresos y los factores que afectan su comportamiento. Durante el desarrollo del problema se identificaran las variables que surgen en el siguiente periodo de ventas y se analizaran los resultados para comprobar si la empresa logró alcanzar los objetivos propuestos.

DESARROLLO

Presupuesto

El presupuesto es una herramienta en el que se abrevia los recursos que posee la empresa (Marcel, Guzmán, & Sanginés, 2014).

El presupuesto es una guía de la empresa, en donde se refleja los objetivos y las metas que desea alcanzar. Se recomienda realizar un análisis de todos los factores macroeconómicos y microeconómicos que puedan afectar a la empresa, con la finalidad de lograr su crecimiento.

Según Muñiz (2009) define que el presupuesto de una empresa muestra la manera en la que se utilizarán sus recursos disponibles para cumplir los objetivos planteados.

Por tal motivo, el presupuesto tiene características que convierten es un herramienta importante para la gestión de cualquier empresa, entre estas tenemos las siguientes:

- Crea un sistema de participación entre los diferentes directivos y responsables de la empresa.
- Su información debe ser concreta.
- El objetivo principal deberá obtener un rendimiento que sea real con la estrategia que ejecutara.
- Promueva la mejora continua de la empresa.
- Obtener información que ayude en el análisis y la toma de decisiones.
- Coordina áreas de responsabilidad y control de la actividad.

Los presupuestos se clasifican en tres grandes grupos, de acuerdo a las necesidades de decisión:

1. **Presupuesto por implementación(PI):**

Refleja el valor inicial del proyecto y se compone de activos: activos fijos, capital de trabajo y gastos pagados por anticipado.

2. **Presupuesto de ejecución (PE):**

Es un plan para futuras actividades de ventas, producción, operación y gestión. Es decir que se conoce los ingresos, costos y gastos que tendrá la empresa.

3. **Presupuesto de terminación:**

Se refiere a la estimación del valor del mercado de una firma en el tiempo, es decir el valor que un agente estaría dispuesto a pagar por un activo.

El objetivo del presupuesto es maximizar la relación costo-beneficio, es decir que los costos proyectados que se utilice para la fabricación de un bien sea cubierto por los ingresos que se estiman alcanzar en ventas proyectadas (Durán Vargas, 2011).

El presupuesto es importante para planificar estrategias que ayuden a reconocer los factores que afecten directamente o indirectamente a las empresas, con el estudio de mercados podremos tener un visión real y precisa del comercio, la competencia y las variables que intervienen en las exportaciones de bienes y servicios.

Al investigar estas variables se podrá elaborar proyecciones con datos lógicos y confiables, que ayuden a la empresa a mantenerse en un mercado competitivo y su porcentaje de riesgo sea menor.

Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas es la base del presupuesto maestro, por tal motivo, debe estar determinado por hipótesis lógicas y confiables. Para determinar este presupuesto se debe formular la cantidad de venta estimada y el precio de venta unitario esperado.

Empresas exportadoras

Tener serias carencias de innovación en las empresas es la principal fuente para que el exportador brinde un bajo desempeño. A pesar de que en las últimas décadas ha mejorado la accesibilidad de bienes y servicios en terceros mercados, mediante acuerdos y la colaboración de América latina y el Caribe, con respecto a las exportaciones se puede decir que aun continúan estancadas (Rosales & Herreros, 2017)

Las empresas son organizaciones con fines económicos de diferente tipo de actividad que al momento de combinar los recursos que dispone se obtiene un bien o un servicio, con el propósito de satisfacer necesidades en el mercado.

Comercio internacional

Durante un tiempo las exportaciones se las ha calificado como un indicador pasivo, pero no existe un compromiso con el comercio internacional. Es por tal motivo que requiere una contribución al análisis del comercio, como el estudio de mercados y las variables que intervienen. Este procedimiento tiene como finalidad establecer tácticas de las empresas exportadoras (Valenciano & Giacinti, 2014)

Cada país busca en el exterior bienes o servicios que en el interior le resulta más costoso proveerse, en donde el comercio mundial contemporáneo es gobernado por las variaciones y el principio de las ventajas comparativas ya sean estáticas o dinámicas, y todo sigue siendo un punto de partida de las políticas comerciales (Gazol , 2016).

El libre comercio es una antigua aspiración que, en rigor, nace con la ciencia económica a fines del siglo XVIII, pero que solo ha existido, en forma parcial y limitada, en el último tercio del siglo XIX y hasta la I Guerra. (Gazol, 2016, pág. 122).

Caso Práctico

La empresa ecuatoriana Fruta Export distribuye una amplia variedad de frutas a Holanda como banano Orito, Mango Haden y Sandía, las mismas que tienen comportamiento para el año 2016 y 2017. Cabe indicar que la empresa realizó un envío en el año 2016 de: 160.000 cajas cuyo peso es de 43 libras a \$ 6.55 cada caja de banano Orito; 60.000 cajas cuyo peso es de 9 libras a \$ 4.00 cada caja de mango Haden; y, 40.000 cajas de Sandia con peso de 18 libras cuyo precio es de \$ 10.80.

Hallar las proyecciones de ventas por producto para el año 2017. Hallar variaciones para ambos años.

DATOS

PRODUCTO	No. DE CAJAS DE EXPORTACIÓN	PRECIO
BANANO	15.000	6.55
MANGO	50.000	4.00
SANDÍA	40.000	10.80

PRODUCTO	VARIACIÓN	PORCENTAJE
BANANO	Las ventas disminuyen	5%
MANGO	Las ventas disminuyen	10%
SANDÍA	Las ventas aumentan	2%

PRECIO	VARIACIÓN	%
6.55	Aumenta	50%
4.00	Aumenta	30%
10.80	Se mantiene	0%

Desarrollo Del Caso

Se procede a realizar los respectivos cálculos para determinar el total de ventas del año 2016 de cada producto, con los datos proporcionados.

VENTAS DEL AÑO 2016

PRODUCTO	No. DE CAJAS DE EXPORTACIÓN	PRECIO	TOTAL DE VENTAS
BANANO	160.000,00	6,55	1.048.000,00
MANGO	60.000,00	4,00	240.000,00
SANDÍA	40.000,00	10,80	432.000,00
TOTAL DE VENTAS...			1.720.000,00

Elaborado por: Katherin Nizama

Una vez que se obtuvo el total de ventas del año 2016 por cada producto, se calcula un porcentaje del total ventas. El banano y el mango tienen una variación en donde disminuye sus ventas un 5% y 10%, al contrario de la sandía que aumenta un 2%. En la siguiente tabla podemos observar las cantidades que representa cada porcentaje y el resultado después de realizar los respectivos cálculos se obtiene un total de ventas estimado para el año 2017.

ESTIMACIÓN DE UNIDADES A PRODUCIR PARA EL AÑO 2017

PRODUCTO	UNIDADES PRODUCIDAS 2016	PORCENTAJE	ESTIMACIÓN DE UNIDADES A PRODUCIR 2017
BANANO	160.000,00	-5%	152000,00
MANGO	60.000,00	-10%	54000,00
SANDÍA	40.000,00	2%	40800,00
TOTAL DE UNIDADES A PRODUCIR 2017			246800,00

Elaborado por: Katherin Nizama

Se realiza la siguiente tabla con la finalidad de obtener el precio estimado de cada producto en donde se observa que el banano tiene un precio elevado, el mango su precio aumentó pero es considerable y la sandía mantiene su precio.

ESTIMACIÓN DE PRECIO DE VENTA PARA EL AÑO 2017

PRODUCTO	PRECIO	PORCENTAJE	PRECIO ESTIMADO 2017
BANANO	6,55	+50%	9,83
MANGO	4,00	+30%	5,20
SANDÍA	10,80	0%	10,80

Elaborado por: Katherin Nizama

Se elaboró el Presupuesto de Ventas para el año 2017, con los precios actuales que tendrán para dicho año.

PRESUPUESTO DE VENTAS PARA EL AÑO 2017

PRODUCTO	UNIDADES A PRODUCIR	PRECIO ACTUAL	TOTAL DE VENTAS 2017
BANANO	152.000,00	9,83	1.494.160,00
MANGO	54.000,00	5,20	280.800,00
SANDÍA	40.800,00	10,80	440.640,00
TOTAL	246.800,00	-	2.215.600,00

Elaborado por: Katherin Nizama

Analisis del caso

Como se puede observar en el desarrollo del caso se elabora una proyección para el siguiente periodo de ventas que seria para el año 2017, en base a los datos anteriores del año 2016. En el procedimiento se realiza los cálculos respectivos con referencia a las variaciones que nos brinda el ejercicio y que afectan al siguiente periodo, sus ingresos proyectados son inferiores a los ingresos del año 2016, ya que en los productos del banano y mango afectan un porcentaje que disminuye las ventas estimadas y el producto de la sandía tiene un porcentaje de aumento, a pesar de que el último producto tenga un aumento en las ventas sigue siendo un incremento bajo que no cubre la cantidad que disminuye los primeros productos. En el año 2016 las ventas de la empresa son de \$ 1.720.000,00 y para el año 2017 las ventas estimadas serán de \$ 2.215.600,00; por lo que existiría un aumento en las ventas de \$ 495.600,00 y esto representa un 22.37 % mas en los ingresos que obtendrá la empresa en el siguiente periodo ventas en la exportación de los tres productos.

CONCLUSIONES

En el desarrollo del caso, se refleja la importancia que tienen los presupuestos de ventas en las empresas exportadoras para determinar sus ingresos y el análisis de las diferentes variables que afectan su comportamiento.

A pesar de que las variaciones no afectan a los tres productos de exportación, el porcentaje que disminuye las ventas de los dos primeros productos que son el banano y el mango son superiores al porcentaje que aumenta las ventas en el producto de la sandia. Por tal motivo no se da un incremento en los ingresos para el presupuesto de ventas del siguiente periodo.

El objetivo de este trabajo se ha cumplido porque se determinó los ingresos mediante el presupuesto de ventas, en su análisis se puede afirmar que para las ventas proyectadas del año 2017 sus ingresos serán inferiores ya que existe un porcentaje de variación en cada producto con respecto a las ventas.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA

- Coello, C. E. (2015). *Presupuestos: un enfoque gerencial*. Imcp.
- Corona Lisboa, J. (2016). Apuntes sobre métodos de investigación. *MediSur*, 81-83.
- Durán Vargas, E. L. (2011). Presupuestación bajo incertidumbre. *Cuadernos de Contabilidad*, 309-326.
- Frezatti, F., Beck, F., & Orestes da Silva, J. (2013). Percepciones Sobre la Creación de Reservas Presupuestarias en Proceso Presupuestario Participativo. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, pp. 336-355.
- Gazol Sánchez, A. (2016). Libre comercio: tratados y nuevo orden. Un balance. *Economía UNAM*, 122-130.
- Marcel, M., Guzmán, M., & Sanginés, M. (2014). *Presupuestos para el desarrollo en América Latina*. Inter-American Development Bank.
- Muñiz , L. (2009). *Control Presupuestario: Planificación, elaboración, implantación y seguimiento del presupuesto*. Barcelona: Profit editorial.
- Pérez Partida, H. R. (2015). Reflexiones sobre el Presupuesto Base Cero y el Presupuesto basado en Resultados. *El Cotidiano*, pp. 78-84.
- Rosales, O., & Herreros, S. (2017). Desafíos de la competitividad exportadora en América Latina y el Caribe. *Estudios Internacionales (Santiago)*, 125-141.

Valenciano, J., & Giacinti Battistuzzi, M. (2014). Complejidad en el comercio mundial de peras. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Cuyo*, 125-141.