

**IMPLEMENTACIÓN DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DE LA EMPRESA
EYSARINA DISTRIBUCIONES EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR**



YULIETH PAOLA LARA OROZCO

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
MODALIDAD A DISTANCIA
VALLEDUPAR – CESAR
2024

**IMPLEMENTACIÓN DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DE LA EMPRESA
EYSARINA DISTRIBUCIONES EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR**

AUTOR

YULIETH PAOLA LARA OROZCO

TUTOR

ESP. DARWIN JOSÉ CONTRERAS OSPINO

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA DE CONTADURIA PÚBLICA
MODALIDAD A DISTANCIA
VALLEDUPAR – CESAR
2024**

DEDICATORIA

Dedicado primeramente a DIOS y a mi madre Osmidia Orozco por su infinito amor y su apoyo incondicional, a mis hijas Mary Luna y Linda Paloma que son mi mayor fuerza para seguir adelante, a mi esposo Robinson González que en todo momento está conmigo acompañándome a cumplir mi más grande sueño mi formación a un mejor futuro.

AGRADECIMIENTOS

Agradecida con Dios por esta nueva meta que trazó en mi vida y hoy se ve el reflejo de mi esfuerzo y dedicación para alcanzar mi carrera profesional.

Mi madre, mi esposo mis hijas gracias por siempre compartir conmigo y estar en cada momento de mi vida por ustedes soy una mejor persona con más ganas de salir adelante.

A la universidad de pamplona por este logro en mi vida a sus tutores por sus enseñanzas y entrega para que seamos mejores cada día, dispuesto a enfrentar retos que se nos presenten en el camino.

A mi tutor Darwin contreras darle gracias por compartir sus conocimientos y ser nuestro guía en este proceso de aprendizaje.

A mis compañeros que son parte fundamental de todo este proceso que compartimos juntos a lo largo de nuestra formación como profesionales.

¡Muchas gracias a todos!

RESUMEN

Nuestro proyecto de investigación se centra en la implementación de un presupuesto de ventas, como herramienta esencial en la planificación financiera de una empresa y guía clara para el logro de metas y objetivos, así como ayuda en la evaluación del desempeño y éxito de las actividades comerciales.

El proceso de elaboración del presupuesto de ventas para la EMPRESA EYSARINA DISTRIBUCIONES precisa varias actividades, las cuales comprenden: recolección de la información, evaluación de ventas por sector y productos, pronósticos de ventas, análisis de pronóstico y proyección de presupuesto de ventas.

Una vez definidas las actividades o etapas, estas se desarrollarán considerando los aspectos técnicos del presupuesto de ventas contemplando aspectos como las tendencias del mercado, el comportamiento de los clientes, los factores económicos y la competencia.

El presupuesto de ventas anticipará a la empresa a lo que pueda pasar en diferentes escenarios y enseñará a la misma a proyectarse, tener unas metas claras desde el punto de partida y hasta donde se pretende llevar, ya que toda empresa debe tener unas metas de crecimiento en inversión y expansión.

ABSTRACT

Our research project focuses on the implementation of a sales budget, as an essential tool in the financial planning of a company and a clear guide for the achievement of goals and objectives, as well as help in the evaluation of the performance and success of commercial activities.

The process of preparing the sales budget for the EYSARINA DISTRIBUCIONES COMPANY requires several activities, which include: collection of information, evaluation of sales by industry and products, sales forecasts, forecast analysis, and sales budget projection.

Once the activities or stages have been defined, they will be developed considering the technical aspects of the sales budget, taking into account aspects such as market trends, customer behavior, economic factors and competition.

The sales budget will anticipate what may happen in different scenarios and will teach the company to project itself have clear goals from the starting point and where you intend to go, since every company must have goals for growth, investment and expansion.

CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN.....	9
1. EL PROBLEMA.....	10
1.1. TITULO.....	10
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
1.3. FORMULACION DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.3.1. SISTEMATIZACIÓN.....	11
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	11
1.4.1. GENERAL.....	11
1.4.2. ESPECÍFICOS.....	11
1.5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.....	12
1.6. DELIMITACION Y ALCANCES.....	13
1.6.1. TEMÁTICA.....	13
1.6.2. ESPACIAL.....	13
1.6.3. TEMPORAL.....	13
2. MARCO DE REFENCIA.....	14
2.1. ANTECEDENTES.....	14
2.2. MARCO TEORICO.....	15
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	16
2.4. MARCO LEGAL.....	17
2.5. OPERACIONALIZACIÓN VARIABLE.....	17
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	18
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	18
3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	20
3.3.1. POBLACIÓN UNIVERSO.....	20
3.3.2. MUESTRA.....	20
3.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN.....	20
4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	21
4.1. RECURSOS.....	21

4.1.1. HUMANOS.....	21
4.1.2. MATERIALES.....	21
4.1.3. FINANCIEROS.....	21
4.2. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	22
4.3. PRESUPUESTO.....	22
5. EJECUCION DEL PROYECTO.....	23
5.1. PLAN DE ACTIVIDADES.....	23
5.2. CONCLUSIONES.....	29
5.3. RECOMENDACIONES.....	30
BIBLIOGRAFIA.....	31
ANEXOS.....	32

INTRODUCCIÓN

Se propone con este trabajo de investigación la implementación del presupuesto de ventas del año 2025 de la EMPRESA EYSARINA DISTRIBUCIONES, una empresa cuyo objetivo principal es la comercialización de diferentes productos. Es importante la implementación de un presupuesto de ventas ya que es la herramienta que le dará a la empresa una visión del futuro financiero y le permitirá prepararse para los nuevos retos que se le puedan presentar.

Este trabajo iniciará por conocer como está compuesta la empresa, se describirá su actividad económica y sus aspectos básicos, se realizara un análisis DAFO para saber en qué condiciones se encuentra la empresa frente al mercado, luego se tomará una muestra de los productos más vendidos y otra muestra aleatoria, el cual se analizarán los datos históricos de estos productos, con el fin de comparar años anteriores y mirar porcentajes de alza o disminución en cuanto a precio y demanda del mismo producto, estos datos nos permitirán proceder con la propuesta de la implementación del presupuesto de ventas y hacer un análisis del estado de la empresa y lo que se proyectara vender, estos resultados serán evaluados en el año 2025.

Para finalizar se propondrán estrategias para el aumento de ventas con el objetivo de alcanzar el presupuesto del año 2025.

1 EL PROBLEMA

1.1 TITULO

IMPLEMENTACIÓN DEL PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 2025 DE LA EMPRESA EYSARINA DISTRIBUCIONES EN LA CIUDAD DE VALLEDUPAR.

La Empresa EYSARINA Distribuciones tiene un amplio portafolio de productos de aseo y cafetería, los cuales distribuye en el mercado. Se espera que la empresa en un futuro cercano comercialice en diferentes ciudades y pueblos de los Departamentos del Cesar y Guajira para lo cual se encuentra trabajando.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presupuesto de ventas en una empresa comercial es fundamental para la correcta toma de decisiones, para proyectar hacia donde se dirige la empresa, en el caso de Eysarina distribuciones para el año 2024 no se ha realizado un presupuesto de ventas, siendo su actividad comercial principal el comercio al por menor de productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco.

Mendoza Roca, 2017, hace referencia a que una empresa que no cuente con presupuestos de ventas corre el riesgo de no controlar en sí sus ingresos y gastos, no tendrá proyecciones a futuro y no podrá trazarse metas a largo o a mediano plazo basados en la realidad, no podrá evitar sobrepasar sus gastos presupuestados para sus actividades.

De no realizarse un presupuesto de ventas, no se tendrán en cuenta las metas establecidas por gerencia, no habrá un crecimiento ideal, no se conocerá la realidad de la empresa, y se debilitará frente a la competencia.

Este problema afectará directamente a la empresa, el equipo de ventas y todo el personal que de allí dependa, si las ventas disminuyen en consecuencia se generaran recortes de personal, afectando la economía de un trabajador y de su familia.

1.3 FORMULACION DE LA INVESTIGACION

Con el planteamiento del problema, es innegable considerar lo relevante del conocimiento y fortalecimiento financiero para el crecimiento y desarrollo de las empresas y, en consideración del objeto de estudio, se formula el siguiente interrogante: ¿Es posible el diseño e implementación del presupuesto de ventas para el año 2025 de la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES en la ciudad de Valledupar?

1.3.1 Sistematización

El problema se sistematiza de la siguiente manera:

- ¿Cómo realizar un análisis que nos permita elaborar propuesta para el diseño e implementación de un presupuesto de ventas para el año 2025 de la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES?
- ¿Cómo conceptualizar y aportar conocimientos para elaborar propuesta para el diseño e implementación de un presupuesto de ventas para el año 2025 de la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES y cómo sugerir mecanismos de evaluación y control de dicha propuesta?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1 General

Implementar el presupuesto de ventas del año 2022 en la empresa EYSARINA distribuciones en la ciudad de Valledupar.

1.4.2 Específicos

- Analizar los datos históricos de ventas de la empresa EYSARINA distribuciones para la organización del presupuesto de ventas.
- Calcular el pronóstico de ventas de la empresa EYSARINA distribuciones para el año 2025.

- Proyectar el presupuesto de ventas anual para la correcta toma de decisiones para nuevas inversiones.

1.5 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Por iniciativa de la administración y en ausencia de un presupuesto de ventas para la presente vigencia en la empresa, surge la necesidad de proyectar un presupuesto para la vigencia 2025.

El resultado de este trabajo de investigación será la implementación del presupuesto de ventas de la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES para la vigencia 2025, el cual permitirá guiarla para establecer y alcanzar los objetivos que se proponga, bien sea de inversión o expansión, le ayudará a planear de manera integral y sistemática todas las actividades que deberá desarrollar en un periodo determinado, adicional le permitirá medir, controlar y evaluar los resultados cuantitativos y determinar responsabilidades en las diferentes áreas que se involucren con el procesos de ventas.

Mendoza Roca, 1927, en su libro Presupuesto Para Empresas De Manufactura indica que el presupuesto de ventas en una empresa busca brindar una información real de los precios de ventas, el margen de utilidad, cantidades que se deben vender para alcanzar las metas teniendo en cuenta su situación económica actual, la situación económica nacional e internacional que se viva en un momento dado ya que esta afecta de manera positiva o negativa el volumen de las ventas, partiendo de esto se debe elaborar de manera responsable para hacer un pronóstico del futuro de la empresa en cuanto a ventas.

En resumidas cuentas, el presupuesto anticipara a la empresa a lo que pueda pasar en diferentes escenarios y enseñara a la misma a proyectarse, tener unas metas claras desde el punto de partida y hasta donde se pretende llevar, ya que toda empresa debe tener unas metas de crecimiento en inversión y expansión.

La propuesta de diseñar e implementar un presupuesto de ventas de la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES le permitirá a ésta optimizar los procesos efectuados en su estructura administrativa y operacional convirtiéndose dicho modelo en la hoja de ruta a seguir cada vez que se efectúe una acción operativa donde será necesario llevar a la práctica todos los establecido la propuesta que se pretende formular.

1.6 DELIMITACION Y ALCANCES

1.6.1 Temática: Teóricamente este trabajo de investigación se enmarca en el área de las ciencias contables y económicas

1.6.2 Espacial: Esta investigación se llevará a cabo en la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES, en el municipio de Valledupar, Cesar.

1.6.3 Temporal: Se desarrollará entre los meses de marzo a junio de 2024

2 MARCO DE REFERENCIA

El marco de referencia recopila las consideraciones teóricas y las investigaciones previas que se tomaron como parte del proyecto a investigación.

2.1 MARCO CONTEXTUAL

EYSARINA DISTRIBUCIONES fue constituida como organización jurídica de persona natural, el 14 de agosto de 2017 bajo el No. De matrícula 146918, con la razón social Nadia Qunqar Docmac, en la ciudad de Valledupar.

La empresa surge con una joven con visión, experiencia y ganas de trabajar, cuando decide presentar al propietario una propuesta comercial, el cual consistía en vender productos como elementos de cafetería, papelería, desechables, bolsas ecológicas, papeleras institucionales, todos los elementos requeridos para la habilitación y funcionamiento de las empresas según las normas y decretos del ministerio de salud.

Al inicio de este nuevo reto como principal meta se propusieron darse a conocer como una nueva empresa bajo la razón social de Nadia Qunqar Docmac y el nombre comercial de EYSARINA DISTRIBUCIONES nombre del cual es compuesto por las iniciales de la familia de la propietaria.

En vista que había un mercado amplio por abordar y se contaba con el personal idóneo para hacerlo, se tomó la decisión de apostar por este mercado (laboratorios clínicos, lps, colegios, hospitales, empresas financieras, etc.) e invertir en los diferentes canales institucionales para cubrir las necesidades de las empresas ofreciéndoles sus servicios de asesoría y productos.

Con el transcurso de los meses se han incorporado más productos y servicios a nuestro portafolio, permitiéndonos abarcar nuevo territorio y alcanzar nuevos clientes.

2.2 MARCO TEÓRICO

El trabajo de investigación se realiza bajo unas bases teóricas de las cuales se parten para el análisis y estudio del problema.

El presupuesto no ayuda únicamente a la previsión del futuro, también sirve para controlar y evaluar, la gestión de la empresa y tomar decisiones correctivas pertinentes, a fin de mejorar los resultados de la gestión. (Ripoll & Urquidi, 2019).

El Pronóstico de Ventas es una “estimación o nivel esperado de ventas de una empresa, línea de productos o marca de producto, que abarca un periodo de tiempo determinado y un mercado específico” (Kotler, Armstrong, Benassini, 2020).

Proyección de ventas es básicamente una estimación de la cantidad de ventas que se puede obtener en el futuro, se puede hacer analizando cifras históricas de las ventas de la empresa y seguramente puede ayudar a una planificación a corto, mediano y largo plazo. (Kotler, Armstrong y Benassini, 2020).

2.2.1 Antecedentes

- “El presupuesto de ventas es el primer presupuesto que se prepara en una empresa y debe estar fundamentado en un pronóstico de ventas. Como su nombre lo indica, el presupuesto de ventas relaciona los ingresos provenientes de las actividades básicas de la empresa durante un periodo determinado. Debido a que las empresas comerciales se dedican a la venta de productos tangibles, el presupuesto de ventas está determinado por el volumen de unidades que esperan vender” (Mendoza, 2017, P. 42).
- “Hoy en día es innegable la importancia que los presupuestos tienen en la planeación y control de las utilidades en las empresas, cualquiera que sea su actividad; por lo tanto, se han constituido en una herramienta de primer orden dentro del proceso administrativo que se desarrolla en las mismas; porque son precisamente los presupuestos los que brindan las pautas y procedimientos que le sirven a la empresa para enmarcar el derrotero que deben seguir las actividades en procura de una utilidad que llene las expectativas de los propietarios de un negocio y que justifique el costo del capital sometido a riesgo”. (Mendoza, 2017, P. 18).
- “Al ubicar el presupuesto en el contexto del tiempo es necesario destacar la importancia de la información histórica, de la cual no es posible prescindir al momento de efectuar los pronósticos, sin llegar a pensar que los hechos del pasado tengan la tendencia a repetirse”. (Mendoza, 2017, P. 14).

- “Un pronóstico de ventas realista y bien fundamentado constituye el pilar fundamental para la realización de un plan presupuestario sólido para una empresa. Lo anterior se debe a que una vez calculado el pronóstico de ventas, la empresa está en capacidad de hacer el presupuesto de ventas”. (Mendoza, 2017, P. 43).
- Clasificación de las técnicas o modelos para calcular pronósticos de ventas.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Define y delimita conceptualmente algunos términos que forman parte de la teoría presentada y que pueden aparecer involucrados en las variables de estudio; la intención no es otra que la de dejar perfectamente claro todos los aspectos semánticos del vocabulario que presentan un lenguaje técnico a fin de facilitar su comprensión:

Presupuesto de ventas: es la representación de una estimulación programada de las ventas, en términos cuantitativos, realizado por una organización.

Análisis competitivo: Evaluar las fortalezas, debilidades y estrategias de los competidores para obtener una ventaja competitiva en el mercado.

Ciclo de ventas: Todo el proceso y cronología desde el primer contacto con un prospecto hasta el cierre de la venta

Comisión: Un porcentaje o una cantidad fija de los ingresos por ventas que se paga al vendedor como compensación por sus esfuerzos y resultados

Objetivo de ventas: Un objetivo o meta específica establecida para un vendedor o equipo de ventas para lograr dentro de un período de tiempo determinado.

Previsión de ingresos: Predecir los ingresos futuros basándose en proyecciones de ventas, tendencias del mercado y datos históricos

Previsión de ventas: Estimar el rendimiento futuro de las ventas basándose en datos históricos, tendencias del mercado y otros factores relevantes

2.4 MARCO LEGAL

En el marco legal muestra las series de normas que sustentan la investigación, a diferencia del presupuesto público y del presupuesto privado, el presupuesto de ventas no está sujeto a regulaciones gubernamentales específicas; pero por analogías, puede estar influenciado por leyes y políticas fiscales.

Para un presupuesto de ventas, al igual que todo presupuesto, el objetivo es garantizar la estabilidad financiera y el crecimiento de una empresa, considerando aspectos importantes de leyes y políticas como:

Los artículos 346 y 347 de la Constitución Política donde se encuentra consagrado el principio de legalidad del presupuesto

Ley 1508 de 2012 por la cual se establece el régimen jurídico de las Asociaciones Público Privadas, se dictan normas orgánicas de presupuesto y se dictan otras disposiciones.

Las políticas presupuestarias establecidas por cada empresa.

2.5 OPERACIONALIZACIÓN VARIABLES

“Arias, 2012”: Proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir, dimensiones e indicadores.

La Operacionalización de esta investigación se señala a continuación:

Variable Independiente	Variable Dependiente
Conocer la concepción sobre la Presupuesto de ventas de los propietarios de la empresa	Evaluar las bases en que se fundamenta las decisiones gerenciales respecto a ventas
Determinar el nivel de conocimiento que tienen los propietarios de la empresa	Examinar el grado de aplicación y control del Presupuesto de ventas de la empresa
Conocer las formas para elaborar y manejo de la proyección de ventas que se manejan en la empresa	Determinar cuál es la que comúnmente utilizan para elaborar la proyección de las ventas

Elaboración propia

3 DISEÑO METODOLOGICO

“Arias, 2012”: La metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el "cómo" se realizará el estudio para responder al problema planteado.

“Grajales, 2002”: La investigación se puede clasificar de diversas maneras. Enfoques positivistas promueven la investigación empírica con un alto grado de objetividad suponiendo que, si alguna cosa existe, existe en alguna cantidad y si existe en alguna cantidad se puede medir. Esto da lugar al desarrollo de investigaciones conocidas como cuantitativas, las cuales se apoyan en las pruebas estadísticas tradicionales.

“Hernández, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010”: La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno. Existen tres enfoques: Cuantitativo, Cualitativo y Mixto.

3.1 TIPO DE INVESTIGACION

En atención al nivel de investigación del problema objeto del presente trabajo se planteó considerar el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación), por tanto esta investigación es un compilado de información científica, de tipo expositivo, argumentativo, cuya función principal es informativa, en el que se abordan de forma analítica y crítica la información recolectada en distintas fuentes sobre un tema objeto de estudio, este tipo de estudios exige una selección rigurosa y una organización coherente de los datos recogidos

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Para lograr los objetivos, se acude al empleo de metodologías como las que señala Rincón Soto que “para la elaboración del presupuesto de ventas es necesario realizar un análisis del comportamiento de muchas variables que tienen que ver con el mercado. Existen varios métodos estadísticos y de planeación para presupuestar las ventas”.

En este trabajo se emplearán los métodos señalados por Carlos Augusto Rincón como:

Método automático, el cual indica que se toman las ventas del año anterior, pues se esperan que estos no varíen.

Método promedio, es aquel donde se toman las diferencias resultantes de comparar las ventas de los últimos años, es decir, la variación de un año a otro; estas diferencias se suman y se promedian según el número de años comparados. Este promedio resultante es sumado a las ventas del último año comparado (año anterior al que se desea calcular).

Para calcular el pronóstico de ventas se empleará el método cuantitativo de serie de tiempo, método de promedios móviles.

Para lograr los objetivos propuestos en el informe, se empleará el método de investigación cuantitativo ya que se tomarán datos históricos de venta de trece productos, se realizará un muestreo aleatorio simple para la selección de diez productos (véase anexo 1) y por la técnica cualitativa de la opinión de los ejecutivos que menciona Mendoza “Es la forma más sencilla de calcular un pronóstico, ya que se basa simplemente en una encuesta de la opinión ejecutiva, es decir, se recopila el concepto de los ejecutivos más importantes y después se promedia la opinión de cada uno para obtener el pronóstico de ventas. Lógicamente, en algunos casos esas opiniones son fundamentadas en datos y en otros se basan solamente en la intuición. De todas formas, es mejor tener una opinión por consenso que el criterio de una sola persona” por medio de este método se tomara en cuenta la opinión del gerente general, subgerente y asesor de venta

Los once productos seleccionados por medio del procedimiento del muestreo aleatorio simple se le realizará solo el pronóstico de ventas y los dos productos seleccionados por los ejecutivos serán a los que se le realizara el presupuesto de ventas ya que serán los productos con el cual se abarquen nuevos mercados. Para el cálculo del pronóstico de ventas, se utilizará el método de promedios móviles, luego de haber tomado la información de los datos históricos se procederá a analizar por medio del método de análisis cuantitativo para calcular el presupuesto de venta de los dos productos seleccionados para el año 2025.

Calixto Mendoza Roca “El presupuesto por sí solo es un plan cuantitativo que anticipa las acciones que deben desarrollarse, aunque los resultados que se obtenga dependerán de la calidad de la información histórica y financiera de que se disponga, ya que se debe partir de estos resultados pasados para proyectar los resultados futuros esperados de la empresa”.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.3.1 Población Universo

(Levin, 2004) indica que una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones. Según este autor, el tamaño que tiene una población es un factor de suma importancia en el proceso de investigación estadística y en nuestro caso social, y este tamaño viene dado por el número de elementos que constituyen la población, según el número de elementos la población puede ser finita o infinita para este trabajo, se utilizara una población finita.

Para adelantar el estudio, se tomó los datos históricos de ventas de los productos durante las vigencias 2023 y proyectados para el 2024, mediante información suministrada por la empresa.

3.3.2 Muestra

En la investigación se estudió la información recolectada, se acudió a la estadística como herramienta para extraer una muestra que represente a la global. “Pineda B, De Alvarado E. L, De Canales F, 1994” manifiesta que otro aspecto a considerar es la lógica que tiene el investigador para seleccionar la muestra.

El tamaño de la muestra corresponde a 11 productos, producto de emplear la técnica de Muestreo Aleatorio Simple, por ser la técnica más objetiva y científica. Se tomó en cuenta para el presente estudio, los ingresos y gastos bien estructurados de los años 2023 y proyectados para el 2024.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

“Arias, 2012”: Técnica de investigación, es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información. Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato en papel o digital, que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información. Para obtener la información, se utilizó como instrumento, los datos históricos. Se hizo por medio analisis de datos suministrados por el departamento de ventas. Luego de la recolección de la información, se utilizó la tabulación manual. La información obtenida se refleja a través de tablas y figuras, lo que permitirá analizar la situación de la empresa.

“Quero M, 2010”, señala que la confiabilidad en una medición, teniendo en cuenta propósito y algunas características, puede tener diversas expresiones: coeficientes de estabilidad, precisión, homogeneidad o equivalencia; todos estos expresados como, coeficientes de correlación.

4 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 RECURSOS

“Chiavenato y Fowler Newton” consideran los recursos como sinónimos de bienes económicos, materiales o medios para con un valor económico y una finalidad determinada

4.1.1 Humanos

Según “Arias, 1999” Recursos humanos. Se refiere a todos los grupos de personas. Este componente utiliza los materiales y sigue paso a paso los procedimientos y también opera el equipo. En este trabajo investigativo el recurso humano corresponde a su autor y responsables del departamento de ventas de empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES

4.1.2 Materiales

Según “Arias, 1999” Materiales: se refiere a las cosas que se procesan y combinan para producir el servicio, la información o el producto final. Para la investigación se utilizaron diversos materiales: computadora, textos, memorias USB, papel, impresoras, lápices, lapiceros.

4.1.3 Financieros

Según “Arias, 1999” Recursos financieros: es el medio económico con el que cuenta para realizar actividades y operaciones que se requieran. Los recursos financieros utilizados en el presente trabajo investigativo corresponden a los aportados por el autor del mismo

4.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividad	Tiempo (meses)															
	marzo				abril				mayo				junio			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Definición del tema																
Planteamiento del problema																
Elaboración del marco teórico																
Elaboración de Instrumentos																
Recolección de información																
Procesamiento y análisis de la información																
Presentación de avances																
Redacción del informe final																

4.3 PRESUPUESTO

Para la ejecución y desarrollo del trabajo de investigación, se considera un presupuesto de gastos generales, financiado con recursos propios, el cual se detalla:

- Transporte: \$300.000
- Papelería: \$250.000
- Impresiones: \$200.000
- Procesamiento de información: \$250.000

5 EJECUCIÓN DEL PROYECTO

5.1 PLAN DE ACTIVIDADES

En el plan de actividades se presentan las acciones realizadas en el tiempo de recolección, procesamiento y análisis de la información:

Actividad	abril				mayo							
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Recolección y organización de datos en planillas, evaluación de las ventas del sector												
Proyecto pronóstico de ventas y analisis del pronostico												

Analisis los datos históricos de ventas de la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES para la organización del presupuesto de ventas.

Para el desarrollo de este objetivo se realizará la selección de la muestra por medio de la técnica de muestreo aleatorio simple, teniendo un nivel de confianza del 80%, una desviación estándar del 1,28, un margen de error del 10%, y una población de 567 productos nos da como resultado una muestra de 11 productos el cual serán escogidos al azar.

Población	
Finita/Conocida	
Nivel de Confianza	80%
Z	1,28
p	15%
q	85%
E	10%
N	567
n	11

Para la selección de los otros dos productos utilizaremos el método cualitativo denominado jurado de opinión ejecutiva.

Betancourt señala que “es una técnica que se basa en la experiencia y los conocimientos técnicos de los altos mandos de la empresa para llegar a un consenso con el fin de pronosticar la demanda. Es una de las más utilizadas cuando se requiere actuar con rapidez ante eventos imprevistos o lanzamiento de nuevos productos al mercado”.

Calixto Mendoza Ochoa en su libro presupuesto para empresas de manufactura cita “Los datos históricos son trascendentales para la elaboración del presupuesto, ya que, por ejemplo, la evolución de las ventas, dadas en valores absolutos o porcentuales, puede constituir un parámetro que se debe considerar en la proyección de las ventas para periodos futuros”.

Mendoza señala que “la determinación del precio de venta. Comúnmente cuando se tiene un negocio que ha venido funcionando, lo que se hace es tomar el precio de venta del período anterior e incrementarlo de acuerdo con algún índice, que puede ser la inflación proyectada o cualquier otro determinado por la administración de la empresa a la luz de los resultados obtenidos en el diagnóstico estratégico”.

En el anexo 2 y 3 se analizan los datos históricos de los productos tomados como muestra para el presupuesto, en este caso se tomará el total de las ventas y el total de las unidades vendidas en el año 2023 y proyectadas 2024 para calcular el incremento del precio y el incremento de las unidades.

Se toman las unidades vendidas en el año 2023 menos las unidades proyectadas a vender en el año 2024 y se dividen por las unidades proyectadas a vender en el año 2024 para calcular el incremento en las unidades, así:

Bolsa mediana roja paq. X 10 und (véase anexo 3): $1.855 - 1.742 / 1.742 = 0,06$

Para calcular el incremento del precio tomamos las ventas reales en el año 2023 menos las ventas proyectadas a vender en el año 2024 y la dividimos por las ventas proyectadas a vender en el año 2024 para calcular el incremento en el precio, así:

$3.710.000 - 3.309.800 / 3.309.800 = 0,12$

De esta forma se calcula el incremento del precio y de las unidades vendidas para cada uno de los productos. (Véase anexo 4 y 5).

Calcular el pronóstico de ventas de la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES para el año 2025.

Para el desarrollo del presente objetivo se realizará el cálculo del pronóstico de ventas el cual será ejecutado por el método de promedios móviles. Según Carlos Augusto Rincón Soto “El pronóstico de ventas, es el punto inicial y vital de un buen presupuesto, pues de este dependen todos los elementos”.

El mismo autor señala la información que se debe tener en cuenta para el pronóstico:

- Información del comportamiento de las ventas de períodos anteriores.
- Situación pasada, actual y futura de las condiciones socioeconómicas.

Mendoza señala que el método de promedios móviles, “es un método estadístico que se fundamenta en el promedio de las ventas para varios períodos mensuales de tal forma que los valores superior e inferior se hagan menos extremos. Cuando se utiliza esta técnica, a medida que los datos de venta de un nuevo período se suman al promedio, se elimina del total de los datos el período más antiguo; así, para cada período se calcula un nuevo promedio, el cual viene a constituir el promedio móvil. En la utilización de este promedio, entre más períodos se utilicen, menos sensible es el período”.

Para el cálculo del promedio móvil se puede utilizar la siguiente fórmula: Donde:

P_{t+1} = Pronóstico de ventas para el siguiente período

V_t = Ventas del período presente

V_{t-1} = Ventas del período anterior

n = Número de períodos que comprende el período móvil

$$P_{t+1} = \frac{V_t + V_{t-1} + \dots + V_{t-n+1}}{n}$$

Utilicemos la siguiente información correspondiente a las ventas mensuales de un año, para el cálculo del promedio móvil, tomando períodos de tres y seis meses.

Para calcular el promedio de tres meses sumamos los primeros tres meses y los dividimos entre el número de meses, así:

Toalla en z nube x 150 h

$$= \frac{4.276.800 + 10.915.200 + 13.651.200}{3}$$

$$= 9.614.400$$

Bolsa mediana paq. X 10 und

$$= \frac{3.710.000 + 4.452.000 + 2.712.000}{3}$$

$$= 3.624.666,67$$

Para los períodos siguientes se hace en la misma forma, teniendo en cuenta que siempre que se tome un período nuevo se elimina el período más antiguo. (Véase anexo 6 y 7).

Para observar el pronóstico de ventas de los demás productos véase el anexo 6 al 16.

Proyectar el presupuesto de ventas anual para la correcta toma de decisiones para nuevas inversiones.

Información necesaria para el presupuesto:

Producto	Precio 2023	Precio 2024	Incremento
Toalla en Z nube x 150 h	4.500,00	4.800,00	0,07
Bolsa mediana paq. X 10	1.900,00	2.000,00	0,05

Variables que se deben considerar para presupuestar las ventas del año 2025:

Producto	Unidades vendidas 2023	Unidades proyectadas vender 2024	Incremento
Toalla en Z nube x 150 h	22.631,00	27.728,00	0,23
Bolsa mediana paq. X 10	17.338,00	21.395,00	0,23

Disponiendo de esta información se puede proceder a la elaboración del presupuesto de ventas, de la siguiente manera:

Se calculan las unidades presupuestadas para venta en el año 2025.

Ventas presupuestadas toalla en z nube x 150 h

Unidades proyectadas vender en el año 2024 multiplicado por el incremento:

$$27.728 * 0,23 = 6.377$$

Luego se toma el incremento y se suma a las unidades proyectadas vender en el año 2024

$$27.728 + 6.377 = 34.105 \text{ unidades}$$

34.105 unidades de toalla en z nube paq. X 150 h será lo proyectado para vender en el año 2025.

Ventas presupuestadas bolsa mediana roja paq. X 10 und Unidades proyectadas vender en el año 2024 y se multiplica por el incremento

$$21.395 * 0,23 = 4.921$$

Luego se toma el incremento y se suma a las Unidades proyectadas vender en el año 2024

$$21.395 * 0,23 = 26.316 \text{ unidades}$$

26.316 unidades de bolsa mediana roja paq. X 10 será lo proyectado para vender en el año 2025.

Se estima el precio de venta para el año 2025

Precio de venta toalla en z nube x 150 h

Se toma el precio de venta del año 2024 y se multiplica por el incremento

$$4.800 * 0,07 = 336$$

Luego se toma el incremento y se suma al precio de venta del año 2024

$$4.800 + 336 = 5.136$$

\$5.136 sería el precio de venta sugerido para la toalla en x nube paq. X 150 und.

Precio de venta bolsa mediana roja paq. X 10 und

Se toma el precio de venta del año 2024 y se multiplica por el incremento

$$2.000 * 0,05 = 100$$

Luego se toma el incremento y se suma al precio de venta del año 2024

$$2.000 + 100 = 2.100$$

\$2.100 sería el precio de venta sugerido para la bolsa mediana roja paq. X 10 und

Una vez determinado el número de unidades que se espera vender de cada uno de los productos, y calculado el precio de ventas sugerido, el presupuesto se presenta de la siguiente forma:

Indicamos cual es el índice de estacionalidad para cada uno de los meses, que sería el incremento de las unidades para cada uno de los productos.

La guía de Sevilla (7 de agosto de 2020) señala que la estacionalidad es “la variación periódica y predecible del comportamiento de compra que experimentan los consumidores cada cierto período de tiempo, normalmente en períodos iguales o menores a un año, sobre un producto o servicio”.

Se multiplica el número de unidades que se espera vender en el año 2025 por el índice de estacionalidad de cada producto, así:

Para las toallas en z nube paq. X 150h

$34.105 \times 0,28 = 9.618$ serían las unidades para vender

Para la bolsa mediana roja paq. X 10 und.

$26.316 \times 0,06 = 1.579$ serían las unidades para vender

Luego las unidades calculadas en cada mes se multiplicarán por el precio de venta pronosticado para cada producto y así calcular el total de ventas que se obtendrían para cada mes. (Véase anexo 17)

5.2 CONCLUSIONES

El trabajo de investigación tiene como objetivo principal proponer la implementación del presupuesto de ventas para el año 2025 en la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES.

La intención del anterior trabajo fue brindarle a la empresa las herramientas y las bases para crear un presupuesto de ventas anual, este presupuesto le permitirá pronosticar sus ventas y así tener una visión de los ingresos que obtendrá según los productos presupuestados.

Del conocimiento aplicado en este trabajo se proyectó obtener resultados positivos, en el año 2024 se inició el presupuesto de venta de dos productos principales de los cuales se les realizó su respectivo cálculo para hallar el precio de venta para el año 2025, este valor arrojado por el presupuesto de ventas se le presentó a la gerencia de la empresa

Se espera que la empresa EYSARINA DISTRIBUCIONES tome como punto de partida el presupuesto de ventas para el año 2025, ya que este presupuesto será el que le brindará los datos históricos para realizar el próximo presupuesto de ventas y así realizar un cálculo, un pronóstico y una proyección adecuada para el año 2026.

5.3 RECOMENDACIONES

Se le recomienda a la empresa impulsar las ventas por medio de redes sociales y pagina web, para promocionar sus productos en otros pueblos y ciudades de los Departamentos del Cesar y la Guajira.

Se le sugiere a la empresa realizar promociones y descuentos en ciertas temporadas del año, con el fin de dar a conocer más los productos y hacer mayor la rotación de los que menos tienen demanda.

La empresa podría utilizar los productos presupuestados por ser los de mayor rotación y con mayor demanda, para captar nuevos clientes como hoteles, restaurantes, IPS, clínicas, centros educativos, entre otros.

BIBLIOGRAFIA

- Mendoza Roca, C. (junio de 2017). *Presupuestos para empresas de manufactura*. Recuperado 21 de marzo de 2022, de https://books.google.com.co/books?id=B3laDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=presupuesto+de+ventas&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Rincón Soto, C. A. (2011). *Presupuestos empresariales*. Recuperado el 21 de marzo de 2022, de www.librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/01530.pdf
- Pacheco Coello, C. E. (mayo de 2015). *Presupuestos un enfoque gerencial*. Recuperado el 21 de marzo de 2022, de https://books.google.com.co/books?id=N2eEDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=presupuesto+de+ventas&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=presupuesto%20de%20ventas&f=false
- Betancourt, D. F. (30 de diciembre de 2015). *Jurado de opinión ejecutiva*. Recuperado, de Ingenio Empresa: www.ingenioempresa.com/jurado-opinion-ejecutiva
- L. (2020, 27 noviembre). *Identifica la Estacionalidad en tus Ventas y Sácale Partido*. La Guía de Sevilla. https://laguiadesevilla.es/blog/la-estacionalidad-en-marketing/#Como_identifico_la_estacionalidad_en_mis_ventas
- References
Ayuso, R., (04 de septiembre de 2018). *Muestreo Aleatorio Simple en Excel*. Obtenido de archivo de video recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=dOM-jKbKTik&list=LL&index=5>

ANEXO

ANEXO 1

Muestra de productos

	ID	IDPRODU CTO	PRODUCTO	EXISTENCIA	COSTO	TOTAL
1	34	337	BALDE PLASTICO 12 LTRS FULLER	54,00	7.539,15	407.114,16
2	285	1151	PAPEL HIGIENICO MIO X UND	0,00	3.500,00	0,00
3	312	1242	PAPELERA ESTRABINS VAIVEN 10LITROS ESTRA	0,00	20.600,00	0,00
4	408	353	PORTACOMIDA S/D E-1 BLANCO DARNEL	1.840,00	252,67	464.914,89
5	259	136	NEVERA 42 LITROS ESTRA	0,00	100.170,00	0,00
6	332	315	PAPELERA REDONDA 12 LITROS DE PEDAL GRIS COLPLAST	0,00	13.176,00	0,00
7	122	853	CAJA ORGANIZADORA 5 LITROS	0,00	6.000,00	0,00
8	184	146	DISPENSADOR DE TOALLA EN Z NACIONAL	225,00	19.646,81	4.420.531,91
9	331	313	PAPELERA REDONDA 12 LITROS DE PEDAL ROJA COLPLAST	0,00	11.764,71	0,00
10	342	1501	PAPELERA PEDAL 20 LT VERDE FULLER	0,00	0,00	0,00

ANEXO 2

Incremento del precio y und. de venta toalla en z nube

Toalla en Z nube	Unid. Ventas 2023	Ventas Reales 2023	Unid. ventas y proyectada 2024	Ventas reales y proyectada 2024	Incremento precio	Increment Unidades
ENERO	695	3.127.500	891	4.276.800	0,37	0,28
FEBRERO	1.719	7.735.500	2.274	10.915.200	0,41	0,32
MARZO	2.189	9.850.500	2.844	13.651.200	0,36	0,30
ABRIL	1.764	7.938.000	2.219	10.651.200	0,34	0,26
MAYO	1.955	8.797.500	2.300	11.040.000	0,25	0,18
JUNIO	2.111	9.499.500	2.661	12.772.800	0,34	0,26
JULIO	1.833	8.248.500	2.283	10.958.400	0,33	0,25
AGOSTO	2.615	11.767.500	2.965	14.232.000	0,21	0,13
SEPTIEMBRE	2.406	10.827.000	2.756	13.228.800	0,22	0,15
OCTUBRE	1.973	8.878.500	2.400	11.520.000	0,30	0,22
NOVIEMBRE	2.374	10.683.000	2.924	14.035.200	0,31	0,23
DICIEMBRE	997	4.486.500	1.211	5.812.800	0,30	0,21
	22.631	101.839.500	27.728	133.094.400	3,75	2,79

ANEXO 3

Incremento del precio y und. de bolsa mediana roja

Bolsa mediana roja paq. X 10	Unid. Ventas 2023	Ventas Reales 2023	Unid. ventas y proyectada 2024	Ventas reales y proyectada 2024	Incremento precio	Increment Unidades
ENERO	1.742	3.309.800	1.855	3.710.000	0,12	0,06
FEBRERO	1.884	3.579.600	2.226	4.452.000	4,17	0,18
MARZO	1.225	2.327.500	1.356	2.712.000	0,17	0,11
ABRIL	1.050	1.995.000	1.222	2.444.000	0,23	0,16
MAYO	801	1.521.900	1.609	3.218.000	1,11	1,01
JUNIO	1.122	2.131.800	1.525	3.050.000	0,43	0,36
JULIO	1.798	3.416.200	2.154	4.308.000	0,26	0,20
AGOSTO	1.613	3.064.700	2.113	4.226.000	0,38	0,31
SEPTIEMBRE	2.799	5.318.100	3.249	6.498.000	0,22	0,16
OCTUBRE	1.242	2.359.800	1.592	3.184.000	0,35	0,28
NOVIEMBRE	950	1.805.000	1.221	2.442.000	0,35	0,29
DICIEMBRE	1.112	2.112.800	1.273	2.546.000	0,21	0,14
	17.338	32.942.200	21.395	42.790.000	8,00	3,27

ANEXO 4

Promedio móvil 2024

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
TOALLA EN Z NUBE X 150 H			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	4.276.800,00 COP		
FEBRERO	10.915.200,00 COP		
MARZO	13.651.200,00 COP		
ABRIL	10.651.200,00 COP	9.614.400,00 COP	
MAYO	11.040.000,00 COP	11.739.200,00 COP	
JUNIO	12.772.800,00 COP	11.780.800,00 COP	10.551.200,00 COP
JULIO	10.958.400,00 COP	11.488.000,00 COP	11.664.800,00 COP
AGOSTO	14.232.000,00 COP	11.590.400,00 COP	12.217.600,00 COP
SEPTIEMBRE	13.228.800,00 COP	12.654.400,00 COP	12.147.200,00 COP
OCTUBRE	11.520.000,00 COP	12.806.400,00 COP	12.292.000,00 COP
NOVIEMBRE	14.035.200,00 COP	12.993.600,00 COP	12.791.200,00 COP
DICIEMBRE	5.812.800,00 COP	12.928.000,00 COP	11.631.200,00 COP
	133.094.400,00 COP		

ANEXO 5

Promedio móvil 2024

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
BOLSA MEDIANA ROJA PAQ. X 10 UND			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	3.710.000,00 COP		
FEBRERO	4.452.000,00 COP		
MARZO	2.712.000,00 COP		
ABRIL	2.444.000,00 COP	3.624.666,67 COP	
MAYO	3.218.000,00 COP	3.202.666,67 COP	
JUNIO	3.050.000,00 COP	2.791.333,33 COP	3.264.333,33 COP
JULIO	4.308.000,00 COP	2.904.000,00 COP	3.364.000,00 COP
AGOSTO	4.226.000,00 COP	3.525.333,33 COP	3.326.333,33 COP
SEPTIEMBRE	6.498.000,00 COP	3.861.333,33 COP	3.957.333,33 COP
OCTUBRE	3.184.000,00 COP	5.010.666,67 COP	4.080.666,67 COP
NOVIEMBRE	2.442.000,00 COP	4.636.000,00 COP	3.951.333,33 COP
DICIEMBRE	2.546.000,00 COP	4.041.333,33 COP	3.867.333,33 COP
	42.790.000,00 COP		

ANEXO 6
Promedio móvil 2024

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
BALDE PLASTICO 12 LTRS FULLER			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	76.300,00 COP		
FEBRERO	294.300,00 COP		
MARZO	305.200,00 COP		
ABRIL	98.100,00 COP	225.266,67 COP	
MAYO	130.800,00 COP	232.533,33 COP	
JUNIO	163.500,00 COP	178.033,33 COP	178.033,33 COP
JULIO	207.100,00 COP	130.800,00 COP	199.833,33 COP
AGOSTO	174.400,00 COP	167.133,33 COP	179.850,00 COP
SEPTIEMBRE	119.900,00 COP	181.666,67 COP	148.966,67 COP
OCTUBRE	109.000,00 COP	167.133,33 COP	150.783,33 COP
NOVIEMBRE	98.100,00 COP	134.433,33 COP	145.333,33 COP
DICIEMBRE	65.400,00 COP	109.000,00 COP	128.983,33 COP
	1.842.100,00 COP		

ANEXO 7
Promedio móvil

PAPEL HIGIENICO MIO X UND			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	- COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	- COP		
ABRIL	- COP	- COP	
MAYO	- COP	- COP	
JUNIO	10.500,00 COP	- COP	1.750,00 COP
JULIO	21.000,00 COP	3.500,00 COP	5.250,00 COP
AGOSTO	- COP	10.500,00 COP	5.250,00 COP
SEPTIEMBRE	- COP	10.500,00 COP	5.250,00 COP
OCTUBRE	- COP	7.000,00 COP	5.250,00 COP
NOVIEMBRE	- COP	- COP	5.250,00 COP
DICIEMBRE	- COP	- COP	3.500,00 COP
	31.500,00 COP		

ANEXO 8
Promedio móvil

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
PAPELERA STRABINS VAIVEN 10 LTRS ESTRA			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	- COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	- COP		
ABRIL	- COP	- COP	
MAYO	- COP	- COP	
JUNIO	- COP	- COP	- COP
JULIO	1.030.000,00 COP	- COP	171.666,67 COP
AGOSTO	- COP	343.333,33 COP	171.666,67 COP
SEPTIEMBRE	- COP	343.333,33 COP	171.666,67 COP
OCTUBRE	82.400,00 COP	343.333,33 COP	185.400,00 COP
NOVIEMBRE	- COP	27.466,67 COP	185.400,00 COP
DICIEMBRE	- COP	27.466,67 COP	185.400,00 COP
	1.112.400,00 COP		

ANEXO 9
Promedio móvil

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
PORTACOMIDA S/D E-1 BLANCO DARNEL			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	14.880,00 COP		
FEBRERO	47.120,00 COP		
MARZO	14.880,00 COP		
ABRIL	4.960,00 COP	25.626,67 COP	
MAYO	19.840,00 COP	22.320,00 COP	
JUNIO	9.920,00 COP	13.226,67 COP	18.600,00 COP
JULIO	19.840,00 COP	11.573,33 COP	19.426,67 COP
AGOSTO	7.400,00 COP	16.533,33 COP	12.806,67 COP
SEPTIEMBRE	4.960,00 COP	12.386,67 COP	11.153,33 COP
OCTUBRE	- COP	10.733,33 COP	10.326,67 COP
NOVIEMBRE	4.960,00 COP	4.120,00 COP	7.846,67 COP
DICIEMBRE	9.920,00 COP	3.306,67 COP	7.846,67 COP
	158.680,00 COP		

ANEXO 10**Promedio móvil**

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
NEVERA 42 LTRS ESTRA			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	- COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	- COP		
ABRIL	79.900,00 COP	- COP	
MAYO	79.900,00 COP	26.633,33 COP	
JUNIO	79.900,00 COP	53.266,67 COP	39.950,00 COP
JULIO	159.800,00 COP	79.900,00 COP	66.583,33 COP
AGOSTO	79.900,00 COP	106.533,33 COP	79.900,00 COP
SEPTIEMBRE	79.900,00 COP	106.533,33 COP	93.216,67 COP
OCTUBRE	159.800,00 COP	106.533,33 COP	106.533,33 COP
NOVIEMBRE	- COP	106.533,33 COP	93.216,67 COP
DICIEMBRE	559.300,00 COP	79.900,00 COP	173.116,67 COP
	1.278.400,00 COP		

ANEXO 11**Promedio móvil**

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
PAPELERA REDONDA 12 LTRS DE PEDAL GRIS COLPLAST			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	1.056.000,00 COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	- COP		
ABRIL	112.000,00 COP	352.000,00 COP	
MAYO	32.000,00 COP	37.333,33 COP	
JUNIO	- COP	48.000,00 COP	200.000,00 COP
JULIO	- COP	48.000,00 COP	24.000,00 COP
AGOSTO	112.000,00 COP	10.666,67 COP	42.666,67 COP
SEPTIEMBRE	- COP	37.333,33 COP	42.666,67 COP
OCTUBRE	- COP	37.333,33 COP	24.000,00 COP
NOVIEMBRE	- COP	37.333,33 COP	18.666,67 COP
DICIEMBRE	- COP	- COP	18.666,67 COP
	1.312.000,00 COP		

ANEXO 12**Promedio móvil**

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
CAJA ORGANIZADORA 5 LTRS			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	- COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	115.000,00 COP		
ABRIL	- COP	38.333,33 COP	
MAYO	- COP	38.333,33 COP	
JUNIO	- COP	38.333,33 COP	19.166,67 COP
JULIO	345.000,00 COP	- COP	76.666,67 COP
AGOSTO	- COP	115.000,00 COP	76.666,67 COP
SEPTIEMBRE	- COP	115.000,00 COP	57.500,00 COP
OCTUBRE	- COP	115.000,00 COP	57.500,00 COP
NOVIEMBRE	- COP	- COP	57.500,00 COP
DICIEMBRE	- COP	- COP	57.500,00 COP
	460.000,00 COP		

ANEXO 13**Promedio móvil**

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
DISPENSADOR DE TOALLA EN Z NACIONAL			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	79.800,00 COP		
FEBRERO	1.516.200,00 COP		
MARZO	1.236.900,00 COP		
ABRIL	1.436.400,00 COP	944.300,00 COP	
MAYO	877.800,00 COP	1.396.500,00 COP	
JUNIO	199.500,00 COP	1.183.700,00 COP	891.100,00 COP
JULIO	598.500,00 COP	837.900,00 COP	977.550,00 COP
AGOSTO	518.700,00 COP	558.600,00 COP	811.300,00 COP
SEPTIEMBRE	359.100,00 COP	438.900,00 COP	665.000,00 COP
OCTUBRE	678.300,00 COP	492.100,00 COP	538.650,00 COP
NOVIEMBRE	2.314.200,00 COP	518.700,00 COP	778.050,00 COP
DICIEMBRE	359.100,00 COP	1.117.200,00 COP	804.650,00 COP
	10.174.500,00 COP		

ANEXO 14**Promedio móvil**

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
PAPELERA REDONDA 12 LTRS DE PEDAL ROJA COLPLAST			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	37.800,00 COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	18.900,00 COP		
ABRIL	- COP	18.900,00 COP	
MAYO	- COP	6.300,00 COP	
JUNIO	- COP	6.300,00 COP	9.450,00 COP
JULIO	56.700,00 COP	- COP	12.600,00 COP
AGOSTO	- COP	18.900,00 COP	12.600,00 COP
SEPTIEMBRE	56.700,00 COP	18.900,00 COP	18.900,00 COP
OCTUBRE	37.800,00 COP	37.800,00 COP	25.200,00 COP
NOVIEMBRE	37.800,00 COP	31.500,00 COP	31.500,00 COP
DICIEMBRE	661.500,00 COP	44.100,00 COP	141.750,00 COP
	907.200,00 COP		

ANEXO 15**Promedio móvil**

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
PAPELERA PEDAL 20 LTRS VERDE FILLER			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	- COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	- COP		
ABRIL	- COP	- COP	
MAYO	35.000,00 COP	- COP	
JUNIO	- COP	11.666,67 COP	5.833,33 COP
JULIO	- COP	11.666,67 COP	5.833,33 COP
AGOSTO	35.000,00 COP	11.666,67 COP	11.666,67 COP
SEPTIEMBRE	70.000,00 COP	11.666,67 COP	23.333,33 COP
OCTUBRE	- COP	35.000,00 COP	23.333,33 COP
NOVIEMBRE	- COP	35.000,00 COP	17.500,00 COP
DICIEMBRE	35.000,00 COP	23.333,33 COP	23.333,33 COP
	175.000,00 COP		

ANEXO 16**Promedio móvil**

METODO DE PROMEDIOS MOVILES			
DESMANCHADOR DE BAÑOS			
MES	VENTAS REALES	VENTAS PRONOSTICADAS	
		PROMEDIO 3 MESES	PROMEDIO 6 MESES
ENERO	- COP		
FEBRERO	- COP		
MARZO	- COP		
ABRIL	21.000,00 COP	- COP	
MAYO	63.000,00 COP	7.000,00 COP	
JUNIO	- COP	28.000,00 COP	14.000,00 COP
JULIO	- COP	28.000,00 COP	14.000,00 COP
AGOSTO		21.000,00 COP	14.000,00 COP
SEPTIEMBRE		- COP	14.000,00 COP
OCTUBRE	- COP	- COP	10.500,00 COP
NOVIEMBRE	- COP	- COP	- COP
DICIEMBRE	168.000,00 COP	- COP	28.000,00 COP
	252.000,00 COP		

ANEXO 17
EYSARINA DISTRIBUCIONES
PRESUPUESTO DE VENTAS 2025

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Estacionalidad de ventas toalla en z nube x 150 h	0,28	0,32	0,30	0,26	0,18	0,26	0,25	0,13	0,15	0,22	0,23	0,21
Estacionalidad de ventas bolsa mediana roja paq. X 10 und.	0,06	0,18	0,11	0,16	1,01	0,36	0,20	0,31	0,16	0,28	0,29	0,14
Ventas en unidades toalla en z nube x 150 h	9.618	10.914	10.232	8.867	6.139	8.867	8.526	4.434	5.116	7.503	7.844	7.162
Ventas en unidades bolsa mediana roja paq. X 10 und	1.579	4.737	2.895	4.211	26.579	9.474	5.263	8.158	4.211	7.368	7.632	3.684
Precio de ventas toalla en z nube x 150 h	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136	5.136
Precio de ventas bolsa mediana roja paq. X 10 und	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100	2.100
Valor ventas toalla en z nube x 150 h	49.398.565	56.052.250	52.548.984	45.542.453	31.529.390	45.542.453	43.790.820	22.771.226	26.274.492	38.535.922	40.287.554	36.784.289
Valor ventas bolsa mediana roja pa. X 10 und	3.315.816	9.947.448	6.078.996	8.842.176	55.816.236	19.894.896	11.052.720	17.131.716	8.842.176	15.473.808	16.026.444	7.736.904
Ventas totales	52.714.381	65.999.698	58.627.980	54.384.629	87.345.626	65.437.349	54.843.540	39.902.942	35.116.668	54.009.730	56.313.998	44.521.193