

1. Principios económicos de la gestión empresarial.

Administración de Empresas, curso 2011/12

Agenda del tema

- Economía (el enfoque económico).
- La actividad económica.
- La empresa. El agente empresarial.
- Temas del entorno empresarial.
- El mercado como mecanismo e asignación e intercambio.
- Concepto de valor. La ecuación fundamental de la gestión empresarial.

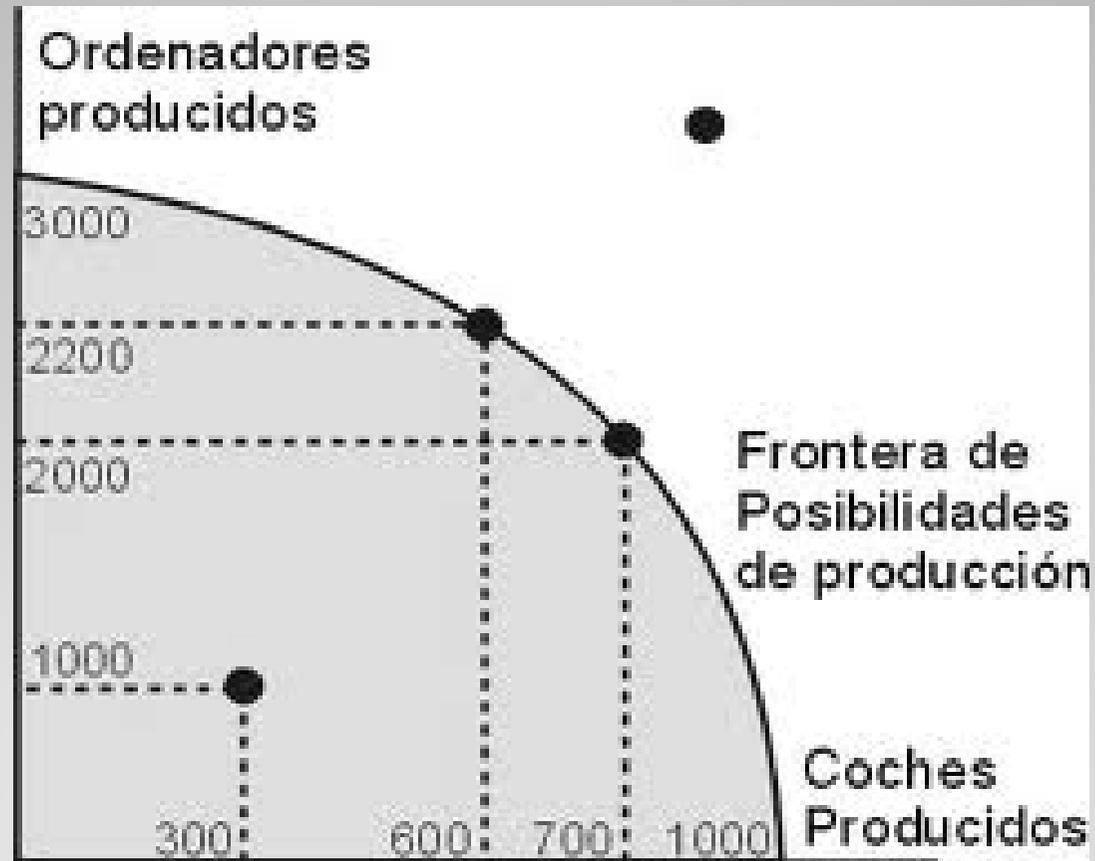
La Economía (el enfoque económico)

- El problema económico básico: explicar cómo la gente obtiene lo que desea.
- La economía estudia la lógica del comportamiento de las personas en lo que se refiere a las actividades relacionadas con la satisfacción de necesidades.
- La clave reside en los incentivos: **económicos, sociales y morales.**
- El enfoque económico es un método de análisis para describir cómo se toman decisiones.

La Actividad económica

- Es la acción encaminada a satisfacer necesidades humanas, utilizando recursos escasos que son susceptibles de usos alternativos (de ahí la necesidad de procesos de toma de decisiones).
- Concepto clave: Coste de Oportunidad.
- Las preguntas clásicas en economía: ¿qué producir?, ¿cómo?, ¿para quién?.
- En las economías modernas los protagonistas básicos de la actividad económica son: empresas, consumidores y Estado.

La frontera de posibilidades de producción

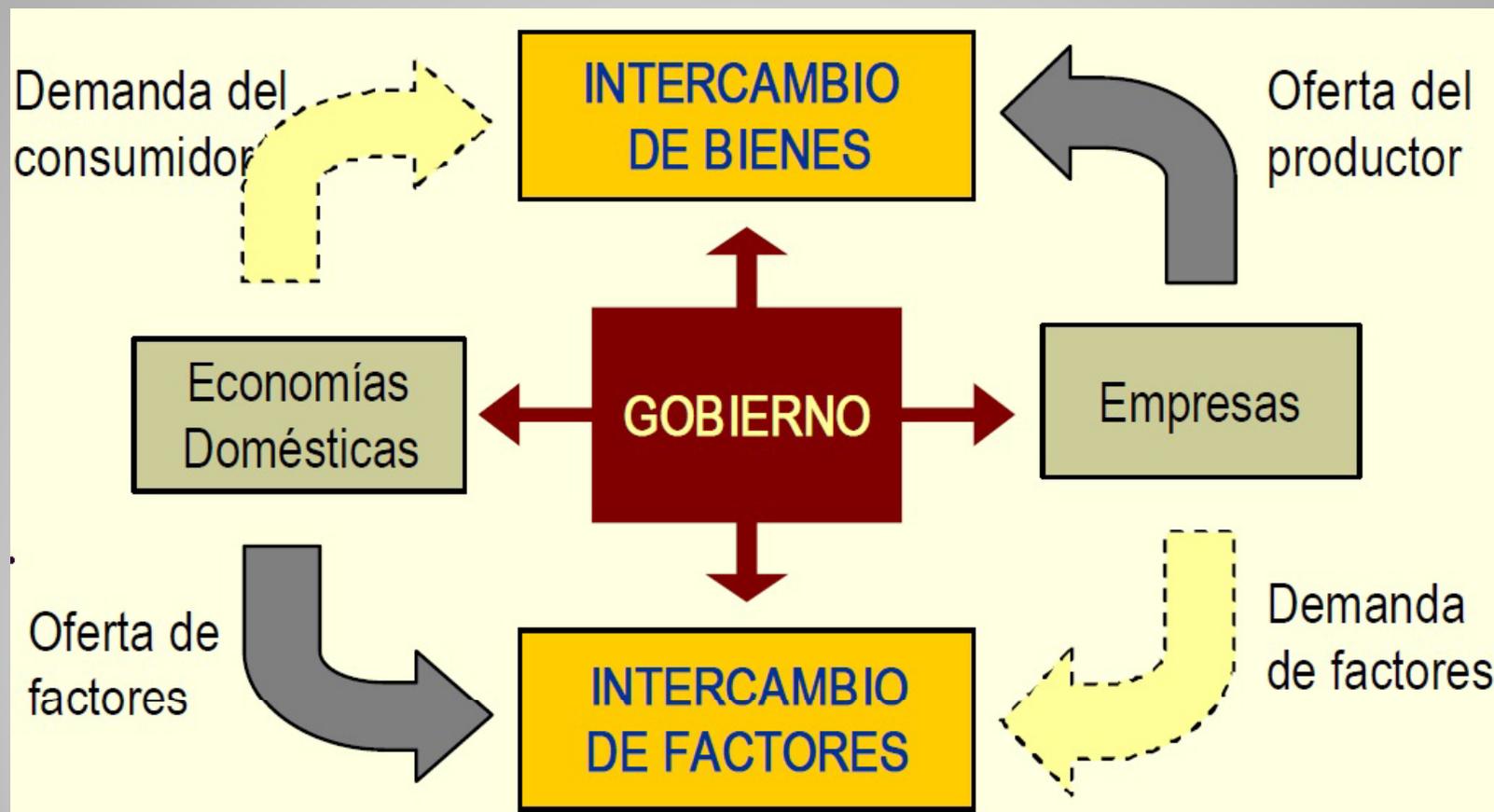


Definición de Empresa

- Entidad constituida como unidad económica en la que un conjunto de personas transforman diversos recursos en bienes y/o servicios que satisfagan necesidades humanas con la finalidad de obtener beneficios para distribuir entre sus componentes. A la persona o persona responsable del comportamiento de la empresa le denominamos agente empresarial.

- Campos de acción del agente empresarial:
 - La propia empresa, su estrategia, estructura, actividades, etc.
 - Los mercados de bienes, servicios y factores en los que compete.
 - El entorno general de los negocios.

Modelo de flujo circular de renta



Principales temas en relación al entorno económico (macroeconomía)

- El crecimiento económico, el ciclo económico y la productividad.
- La inflación.
- El desempleo.
- El déficit público y el papel que el Estado debe jugar en la economía.
- El déficit exterior y la competitividad de un país.

El mercado, mecanismo de asignación.

- Elementos de un mercado: algo que se intercambia a un precio, un agente que tiene ese algo y quiere intercambiarlo y otro que lo desea y está dispuesto a pagar por ello.
- Un mercado es un lugar, físico o virtual, donde compradores y vendedores negocian la cantidad que desean intercambiar de una mercancía bien definida. Para facilitar el intercambio se utiliza una unidad de cambio (dinero) y las unidades monetarias por las que intercambian las mercancías se denomina precio.

Elementos para la definición de un mercado

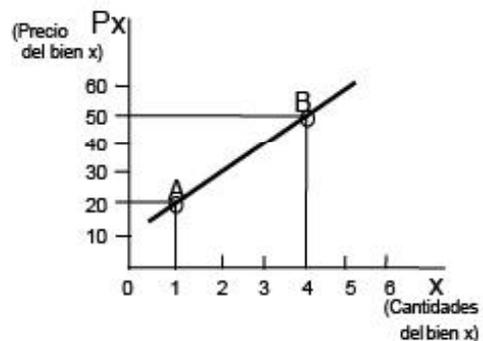
- Cantidad del bien que se intercambia (X)
- El conjunto de compradores o demanda (D_x)
- El conjunto de vendedores u oferta (O_x)
- El precio al que se acuerda el intercambio (P_x)
- Para el buen funcionamiento de un mercado hay dos requisitos básicos: que los agentes actúen libremente y que exista buena información sobre precios, características de los bienes y agentes que intervienen.

Factores que determinan la demanda

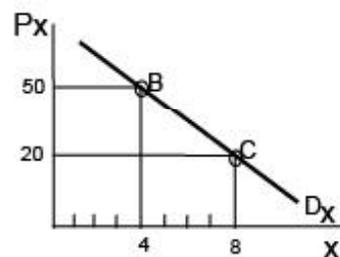
- El precio del propio bien (P_x), -
- Precio de bienes complementarios (P_y), -
- Precio de bienes sustitutivos (P_z), +
- Renta de los consumidores (R), +
- Gustos de los consumidores (G), +
- Número de consumidores (N_d), +
- Precios esperados (P_e), +

Análisis gráfico de la demanda

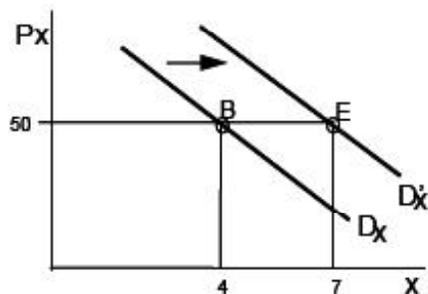
CUADRO 2



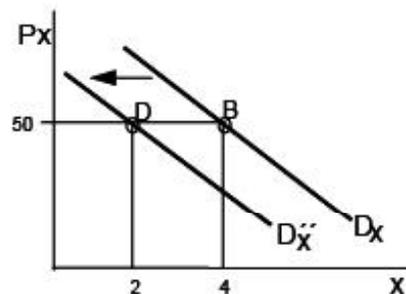
CUADRO 3



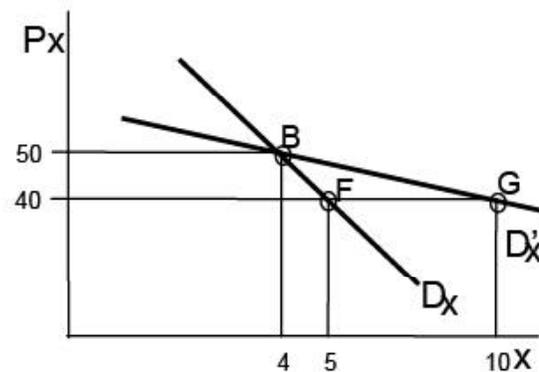
CUADRO 4



CUADRO 5



CUADRO 6

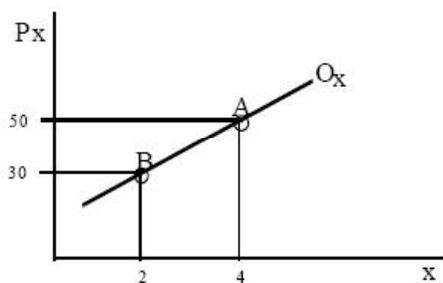


Factores que determinan la oferta

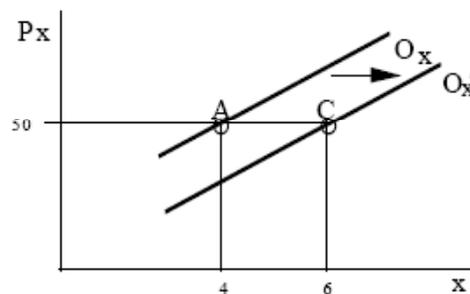
- El precio del propio bien (P_x), +
- Coste de los factores de producción (C_a , C_b , C_c , ..., -
- Estado de la tecnología (T_c), +
- Objetivos empresariales (E), +
- Impuestos al bien (T_x), -
- Número de oferentes (N_s), +

Análisis gráfico de la oferta

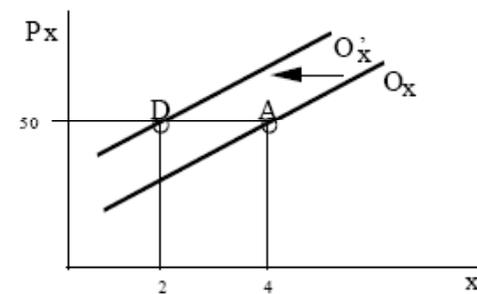
CUADRO 7



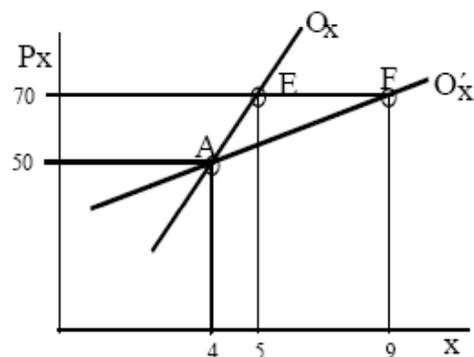
CUADRO 8



CUADRO 9

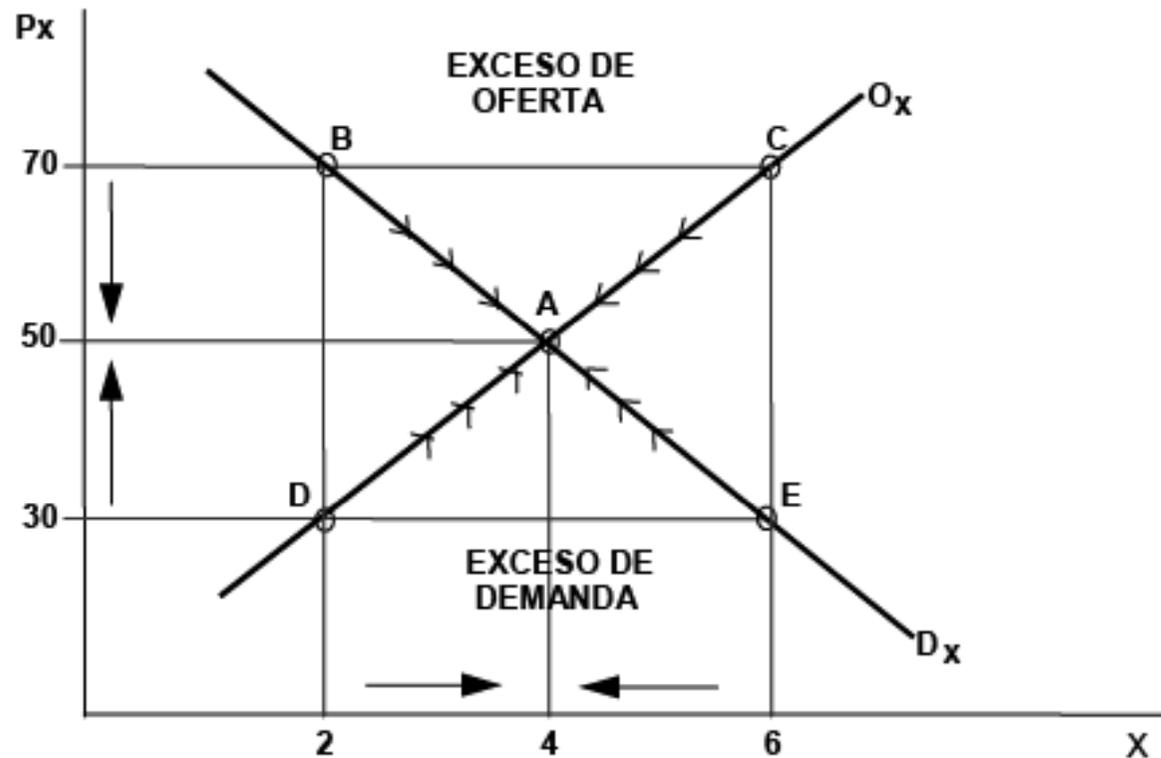


CUADRO 10



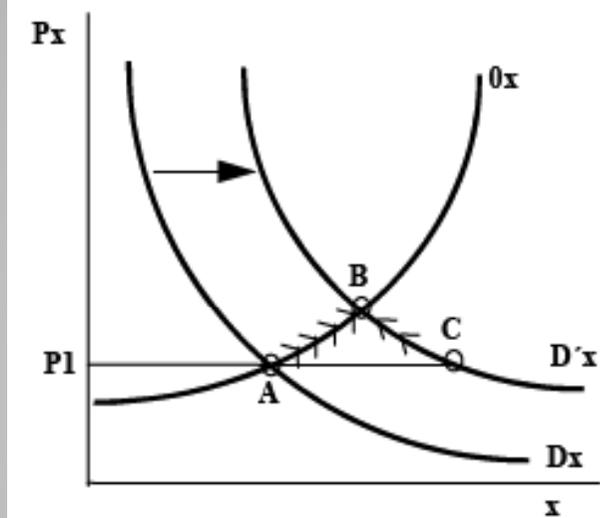
El ajuste del mercado, 1

CUADRO 11

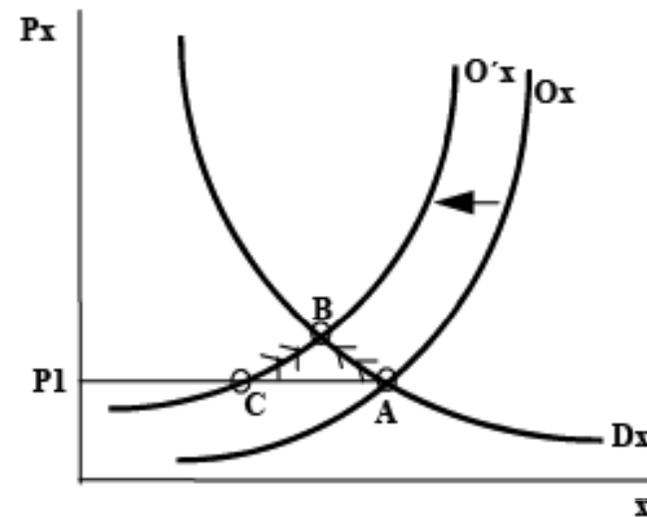


El ajuste del mercado, 2

CUADRO 12

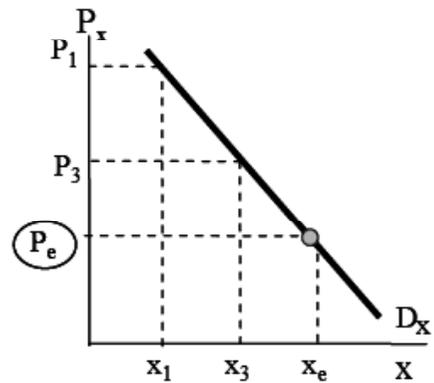


CUADRO 13

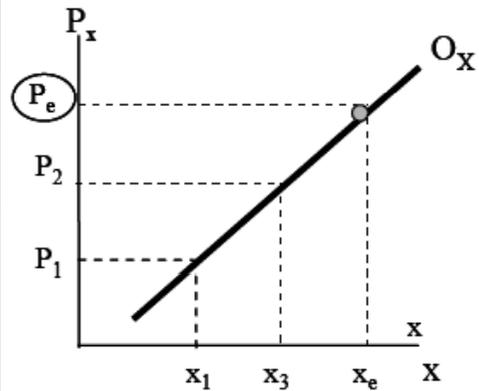


Excedentes y eficiencia

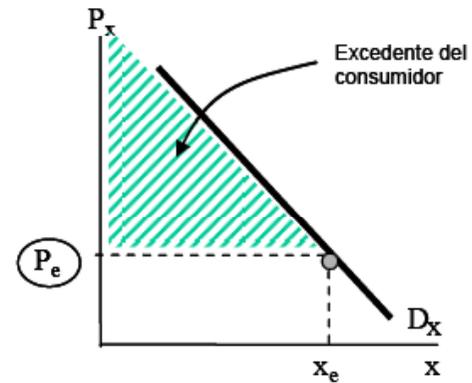
CUADRO 18



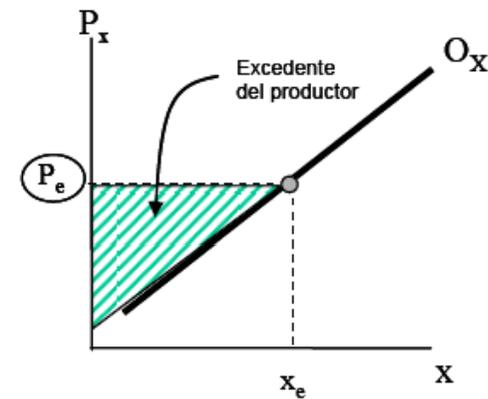
CUADRO 20



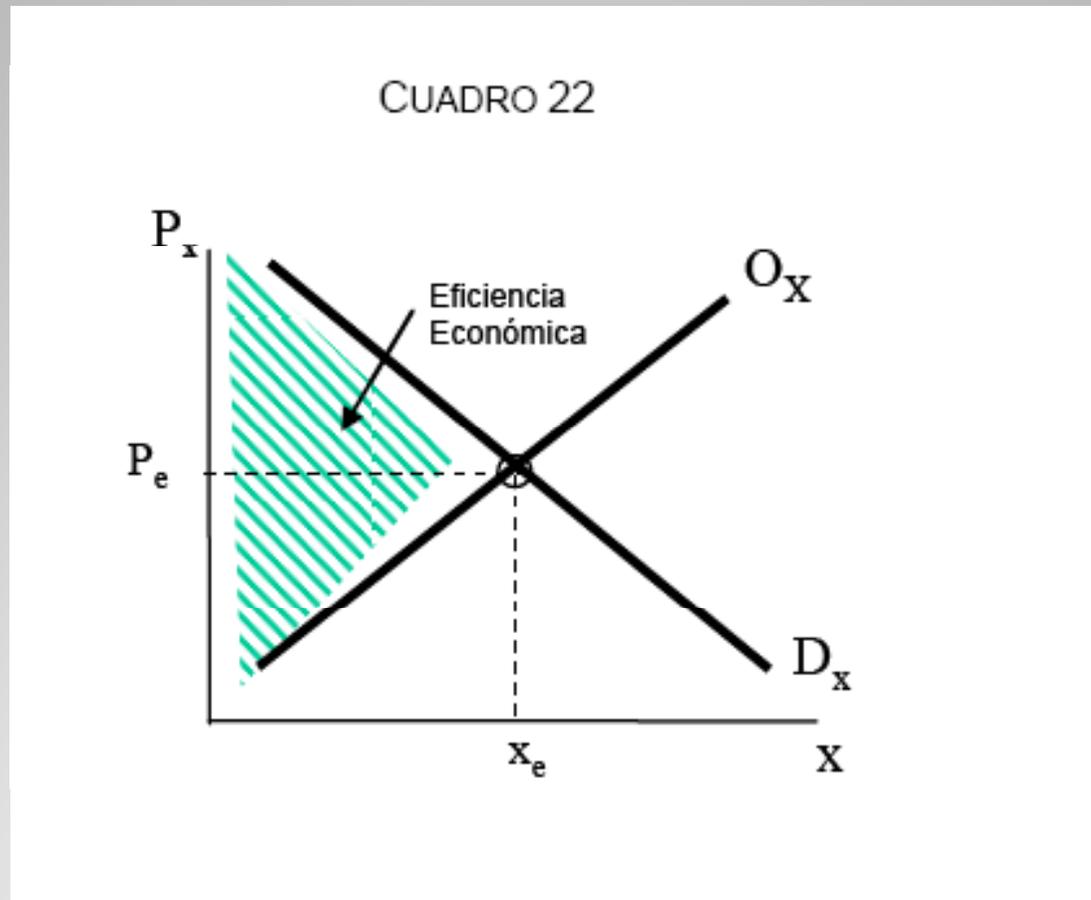
CUADRO 19



CUADRO 21



Eficiencia del mercado



Concepto central en la Gestión Empresarial: Valor

- Apreciación de la utilidad de un producto o servicio por parte de quien lo recibe (se manifiesta mediante la "disposición al pago" del receptor, es decir el compromiso de entregar algo a cambio de lo recibido).
- El valor añadido de un proceso es la diferencia entre el valor conjunto de los inputs recibidos y el valor del output del proceso.

Las empresas agregan (aumentan) el valor mediante el procesamiento y el reprocesamiento de los productos



Conceptos básicos a analizar en la determinación de la viabilidad de una empresa

- **COSTE** →
- **PRECIO**
- **VALOR**

Estimación en términos financieros (cifra en euros) del sacrificio de recursos disponibles necesario para proporcionar al consumidor interesado un producto determinado. Ello incluye costes directos (materia prima incorporada), indirectos (gestión general, mantenimiento, ...) y de oportunidad (renuncia a inversiones alternativas). Significa el precio efectivamente pagado por la empresa para proporcionar el producto y/o servicio al consumidor.

Conceptos básicos a analizar en la determinación de la viabilidad de una empresa

- COSTE

- PRECIO



Sacrificio exigido al consumidor (expresado en euros) para alcanzar la propiedad y/o disfrute del producto y/o servicio ofrecido por la empresa

- VALOR

Conceptos básicos a analizar en la determinación de la viabilidad de una empresa

- COSTE
- PRECIO
- VALOR

→ Estimación realizada por el consumidor del sacrificio (cifrado en euros) que sería razonable realizar a fin de obtener la propiedad y/o disfrute de un determinado producto y/o servicio.

“Ley de Hierro” de viabilidad de las iniciativas empresariales

