

# ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS



## LA FUNCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA Y PRODUCCION

**GRUPO INFORMÁTICA DE GESTIÓN. INTIA.  
FACULTAD CIENCIAS EXACTAS  
UNCPBA**



Mg. Moisés Evaristo Bueno

# PRESENTACION DE TEMAS



- **La función comercial:**
  - Concepto moderno de marketing. Estudios de mercado. Segmentación. Sistema de soporte de decisiones de mercado. Estrategias comerciales. Producto, Precio Logística e Impulsión.
  - Determinación de requerimientos. Características de productos y servicios.
  - La logística comercial. Impulsión. Acciones promocionales. Selección de medios y técnicas.
  - El precio. Componentes.

# PRESENTACION DE TEMAS



- **Logística y producción:**
  - La administración de operaciones. Las decisiones en operaciones. Presupuestos y análisis. Pronósticos. Decisiones sobre productos y procesos. Análisis, planeamiento, organización y control de procesos.
  - Sistemas de producción. Sistemas MRP I y MRP II.
  - Mejora de procesos. Reingeniería. Benchmarking.
  - Control de calidad. Enfoques y técnicas. Calidad, competitividad y productividad. Just in Time (J.I.T.)
- **Práctico:**
  - Desarrollo de un sistema informatizado de MRP II

# PRESENTACION DE TEMAS



- Conociendo el mercado (las 4 P – Producto, Precio, Plaza, Promoción)

Se analizan temas:

- Investigación de la oferta y demanda. Análisis de proveedores y productos ofrecidos por los mismos con consideraciones micro y macro económicas. Proveedores nacionales y extranjeros. Compatibilidad de tecnología a adquirir y sistemas necesarios para la puesta en marcha.
- Estudio de mercado consumidor de productos. Consideraciones micro y macro económicas para la satisfacción en tiempo y forma de la demanda local e internacional de los productos comercializados. Mejora de la calidad, estándares y tiempos de producción de los productos.
- Determinación de precio de equilibrio.
- Patentes industriales. Operar en mercado global.
- Punto de equilibrio en proyectos.
- Rentabilidad.

# Fundamentos teóricos



- Las 4 P.

- PRODUCTO

Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad.

- PRECIO

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

- PLAZA

Elementos utilizados para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.

- PROMOCION

Persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado.

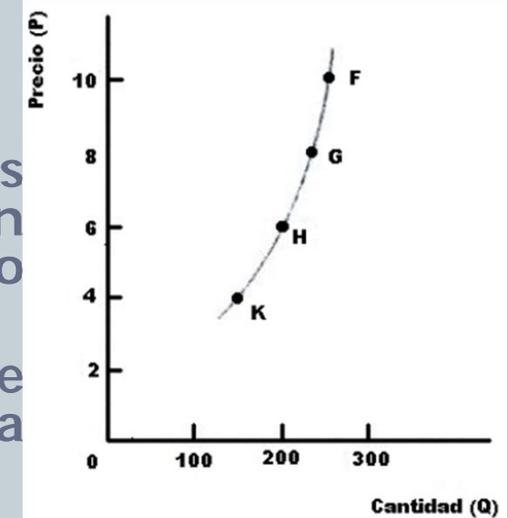
# Fundamentos teóricos

- Investigación de la oferta y demanda.

- OFERTA

Cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un valor en unidad monetaria o precio, expuesto en un momento determinado.

En general, la ley de la oferta indica que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor.



DETERMINANTES:

-Precio.

-Nro. de oferentes ( con precio cte. se da que > nro. se desplaza a derecha; a < nro. se desplaza a izquierda)

-Costo de insumos (> costos es producir menos para el mismo precio, desplazamiento a izq.; < costos es producir mas para el mismo precio, desplazamiento a der.)

-Tecnología: Las mejoras posibilitan producir lo mismo o más con menores recursos, lo que permite reducir los costos de producción y aumentar la oferta. Estas mejoras tecnológicas desplazan la curva hacia la derecha.

-Tiempo: la duración de los producido (posibilidad de stock) o necesario para responder rápidamente a cambios de precios.

-Los precios de los **bienes relacionados** complementarios, o sustitutos.

-Expectativas sobre la evolución de la demanda y de los precios futuros.

-Impuestos como el IVA que se adicionan a los costos de producción, aranceles altos o bajos, subsidios, etc. Son mecanismos utilizados por los gobiernos que pueden afectar la oferta estimulando a los productores a que aumenten o disminuyan la producción de bienes.

# Fundamentos teóricos



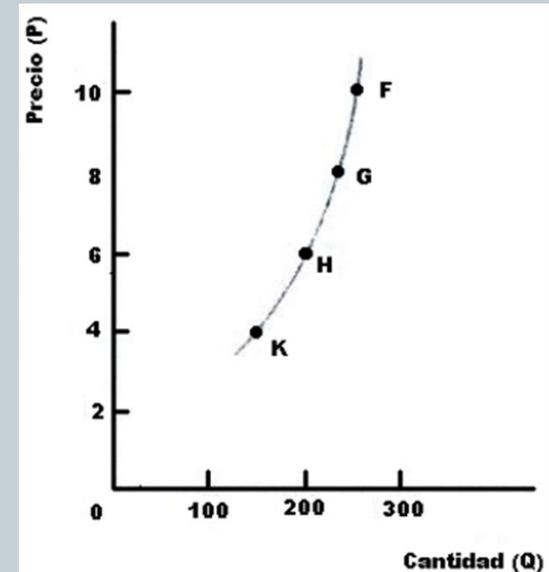
- Investigación de la oferta y demanda.

- OFERTA

## LA FUNCIÓN DE LA OFERTA.

Esta función establece que la cantidad ofrecida de un bien en un período de tiempo concreto (Q) depende del precio de ese bien (P), de los precios de otros bienes ( $P_r$ ), de los precios de los factores productivos (F), de la tecnología (Z) y de los gustos o preferencias de los productores (G). De esta forma podemos escribir la función de oferta siguiente:

$$Q=O (P, P_r, F, Z, G)$$



# Fundamentos teóricos

- Investigación de la oferta y demanda.

- DEMANDA

Cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un valor en unidad monetaria o precio, expuesto en un momento determinado.

En general, la ley de la demanda indica que existe una relación inversa entre el precio y la cantidad demandada de un bien durante un cierto periodo; es decir, si el precio de un bien aumenta, la demanda por éste disminuye; por el contrario, si el precio del bien disminuye, la demanda tenderá a subir.

## Cambios en la cantidad demandada vs. Cambios en la demanda.

### DETERMINANTES:

**-Precio.**

**-Ingreso o poder adquisitivo** ( con precio cte. se da que  $>$  poder se desplaza a derecha;  $<$  poder se desplaza a izquierda). También puede variar el gusto.

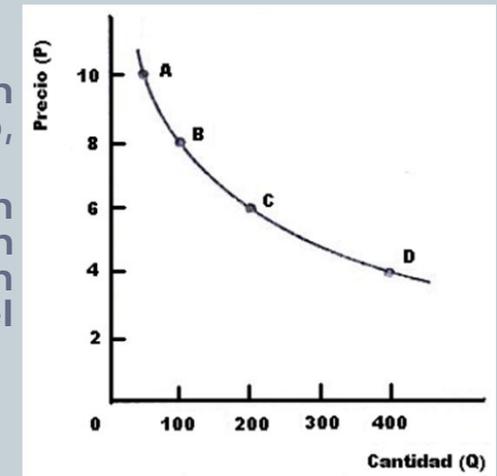
**-Precio de sustitutos o complementarios.** ( $>$  precio entonces  $>$  demanda del sustituto – carne de res y pollo) ( $>$  precio puede disminuir demanda de complementarios – aumenta nafta, disminuye aceite)

**-Gustos, preferencias o circunstancias de los consumidores.** Las modas. La lluvia hace usar mas taxis.

**-Nro. de consumidores:** ( $>$ nro. entonces  $>$  demanda, ej. recital del Indio).

**-Expectativas** sobre la evolución de la oferta, de los precios futuros y los ingresos de los consumidores.

**-Impuestos** como el impuesto a las Ganancias que aumentando el mínimo produce mayores ingresos a consumidores.



# Fundamentos teóricos

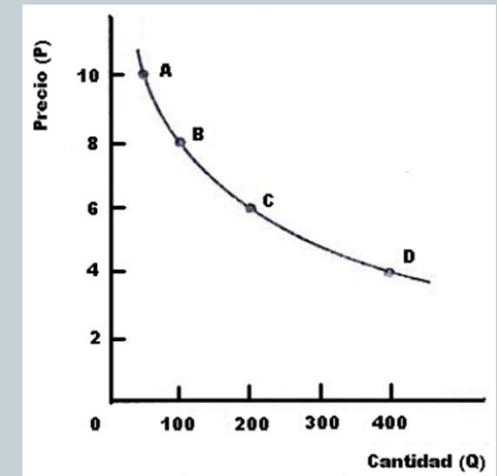


- Investigación de la oferta y demanda.
  - DEMANDA

## LA FUNCION DE LA DEMANDA

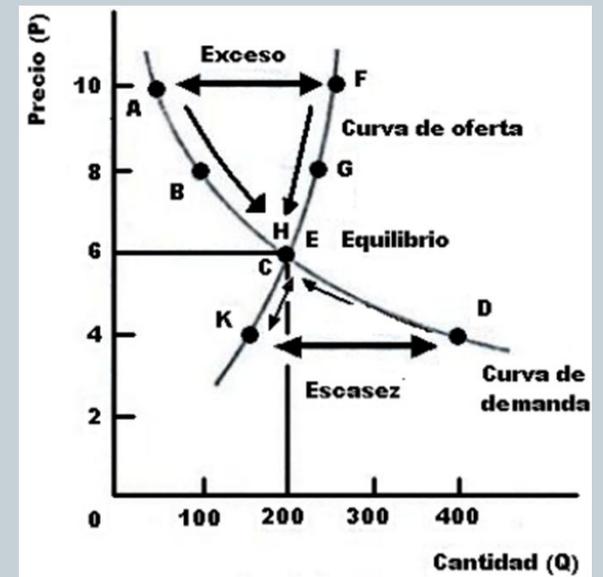
La cantidad de demanda de un bien (Q) se ve influida por (o que es una función de) el precio de ese bien (P), la renta (Y), los gustos de los consumidores (G) y los precios relativos de los demás bienes (Pr), estamos refiriéndonos a la función demanda, que podemos expresar de la siguiente forma:

$$Q = D (P, Y, G, Pr)$$



# CASO REAL – Fundamentos teóricos

- Investigación de la oferta y demanda.
  - Precio de equilibrio
- **El precio de equilibrio no es sencillo de lograr por la heterogeneidad y tendencia al cambio en las preferencias del conjunto de compradores y vendedores.**
- **La magnitud de esos cambios en los precios depende de las condiciones de la oferta y la demanda, así, un exceso en la cantidad demandada sobre la ofrecida hace aumentar el precio hasta que el exceso se elimine y viceversa.**
- **Por ejemplo si los oferentes de un producto agrícola enfrentan problemas con su cosecha que hace que se presente una escasez del producto en el mercado, los induce a ofrecer su producto a un precio mayor y los demandantes tendrán que comprarlo a ese precio mayor, si se trata de un bien de primera necesidad.**
- **Esta relación entre la oferta y la demanda es la que lleva a determinar los precios en el sistema económico y actúan como organizadores de tal actividad. En un sistema de libre empresa, a precios más altos la cantidad demandada es menor que la cantidad ofrecida y el excedente resultante presionará los precios hacia abajo hasta lograr el nivel de equilibrio.**



# Fundamentos teóricos



- **Análisis FODA.**

Es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (**D**ebilidades y **F**ortalezas) y su situación externa (**A**menazas y **O**portunidades) en una matriz cuadrada.

|                   | Fortalezas  | Debilidades   |
|-------------------|---|---|
| Análisis Interno  | Capacidades distintas<br>Ventajas naturales<br>Recursos superiores                  | Recursos y capacidades escasas<br>Resistencia al cambio<br>Problemas de motivación del personal |
|                   | Oportunidades   | Amenazas  |
| Análisis Externos | Nuevas tecnologías<br>Debilitamiento de competidores<br>Posicionamiento estratégico | Altos riesgos - Cambios en el entorno   |

# Fundamentos teóricos



- Un **proveedor** puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos) o servicios, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta. Estas existencias adquiridas están dirigidas directamente a la actividad o negocio principal de la empresa que compra esos elementos.
- **Macroeconomía** se encarga del estudio en cuanto al comportamiento de variables económicas agregadas, aquellas variables que se forman con otras variables. Ejemplo: la producción agregada de un país esta formada por la producción de todas las empresas, familias, individuos y el sector público de ese país. Otras variables que usualmente se usan en el estudio macroeconómico son la inflación y el desempleo.
- **Microeconomía** estudia el comportamiento de unidades económicas individuales. Estos agentes pueden ser individuos, familias, empresas y los mercados. Es por ello que también se define la microeconomía como la ciencia que estudia la asignación de los recursos escasos entre finalidades alternativas. La teoría microeconómica aplica modelos formales que tratan de explicar y predecir, utilizando supuestos simplificadores, el comportamiento de los consumidores y productores.

# Fundamentos teóricos



- Estudio de mercado consumidor de productos. Consideraciones micro y macro económicas para la satisfacción en tiempo y forma de la demanda local e internacional de los productos comercializados. Mejora de la calidad, estándares y tiempos de producción de los productos.
- Patentes industriales. Operar en mercado global..

# Fundamentos teóricos



- Punto de equilibrio.

En el punto de equilibrio de un negocio los ingresos son iguales a los gastos y por lo tanto no hay ni ganancia ni pérdida. Es el punto de partida desde el cual un aumento en las ventas produce una ganancia y una reducción en las ventas genera una pérdida.

En el punto de equilibrio los ingresos = costos fijos + costos variables.

**PE = IT - CT = 0** donde IT=Ingresos Totales CT= Costos Totales

- Los costos fijos son aquellos que son invariables, con cualquier nivel de ventas.
- Los costos variables se incurren en forma proporcional al nivel de ventas.

# Fundamentos teóricos



- Punto de equilibrio. Forma de cálculos.

**CFt = Costo Fijo Total**

**PVu = Precio de Venta Unitario**

**CVu = Costo Variable unitario** ( $CVt / NroUnidProd$ )

- Para determinar el Punto de Equilibrio en Ingresos:

$$P.E.I = CFt / (1 - (CVu / PVu))$$

- Para determinar el Punto de Equilibrio en Unidades Producidas:

$$P.E.U.P = P.E.I / PVu$$

- Por margen de producto

$$\text{Margen} = \text{Precio de venta} - \text{coste variable} \quad Mu = PVu - CVu$$

$$P.E. = CFt / Mu$$

- Por margen porcentual de producto

$$\text{Margen}\% = (\text{Precio de venta} - \text{coste variable}) / \text{Precio de venta} \quad M\%u = (PVu - CVu) / PVu$$

$$P.E. = CFt / M\%u$$

## Fundamentos teóricos



- Punto de equilibrio. Forma de cálculos.

Si una empresa posee una función de costos  $C(x)$ , una función de Ingresos  $I(x)$ , dadas por:

$$C(x) = cx + k$$

**c: costo de producción por unidad;**  
**k: costo fijo**  
**x: cantidad producida del bien**

$$I(x) = sx$$

**s: precio de venta por unidad**  
**x: cantidad vendida del bien**

La función de beneficio  $B(x)$  estará dada por la diferencia entre la función de ingresos y la función de costos.

$$B(x) = I(x) - C(x)$$

$$B(x) = (s - c)x - k$$

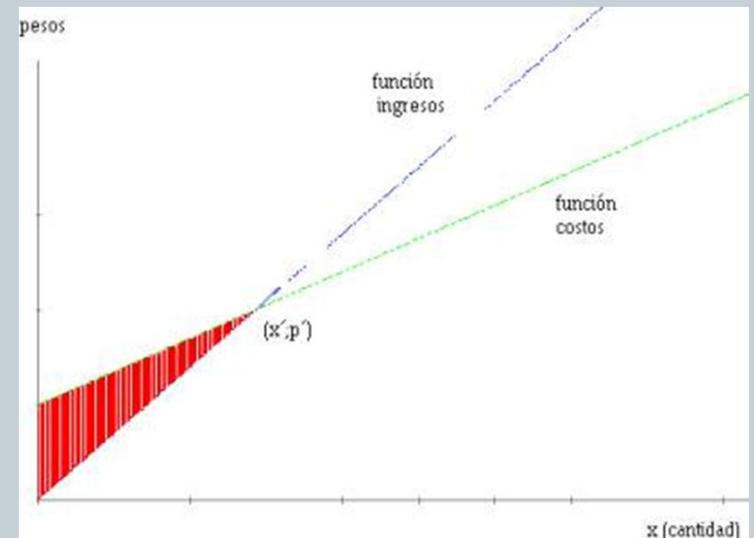
En el punto de equilibrio la empresa no tiene ganancias ni pérdidas  $B(x') = 0$ , entonces  $I(x') = C(x')$

# Fundamentos teóricos



- Punto de equilibrio. Forma de cálculos.  
El punto  $P(x^*; p^*)$  es la solución simultánea de las ecuaciones  $p = C(x)$  y  $p = I(x)$  y recibe el nombre de punto de equilibrio;  $x^*$  es la cantidad de equilibrio y  $p^*$  es el precio de equilibrio.

Geométricamente  $P(x^*; p^*)$  es la intersección de las rectas que representan a las funciones de costos y de ingresos.



Si  $x < x^*$ , entonces  $I(x) < C(x)$ , luego  $B(x) < 0$  indicando que la empresa produce con pérdidas.

Si  $x = x^*$  se tiene el punto de equilibrio, la empresa no gana ni pierde.

Si  $x > x^*$ , entonces  $I(x) > C(x)$ , luego  $B(x) > 0$  lo que indica que la empresa opera con ganancias.

# APLICACION



- Punto de equilibrio. Forma de cálculos.

*Supongamos una empresa editorial, con unos costes fijos de 100.000 euros. Esta empresa tan sólo edita un modelo de libro, que tiene un coste variable de 20 euros y su precio de venta es de 30 euros.*

*Margen = Precio de venta - coste variable = 30 - 20 = 10 euros*

*El **punto de equilibrio** se calcula:*

*P.e. = Costes fijos / margen por producto = 100.000 / 10 = 10.000 libros.*

- *Si la empresa vende 10.000 libros no obtiene ni beneficios ni pérdidas.*
- *Si vende menos de 10.000 libros, tendrá pérdidas.*
- *Si vende más de 10.000 libros, obtendrá beneficios.*

*Margen% = (Precio de venta - Costes variables) / Precio de venta = (30 - 20) / 30 = 0,333*

*Es decir, el 33,3% del precio de venta es margen para la empresa.*

*El **punto de equilibrio** será:*

*P.e. = Costes fijos / Margen = 100.000 / 0,333 = 300.000 euros*