

Tema 1. El contexto de un proyecto como negocio: conceptos generales de Economía.

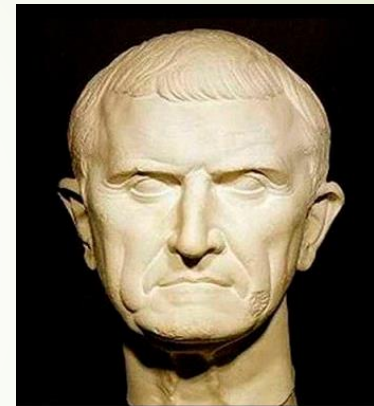
1

Ideas básicas

- El objetivo de la actividad profesional de un ingeniero es idear y desarrollar **proyectos** de todo tipo (online, offline, educativos, comerciales, juegos, etc.)
- **Proyecto:** conjunto de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de producir determinados bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas. Los proyectos movilizan y consumen recursos de todo tipo.
- Condición básica para la viabilidad de un **proyecto:** que el balance entre los recursos consumidos en su desarrollo y los resultados que proporciona sea positivo

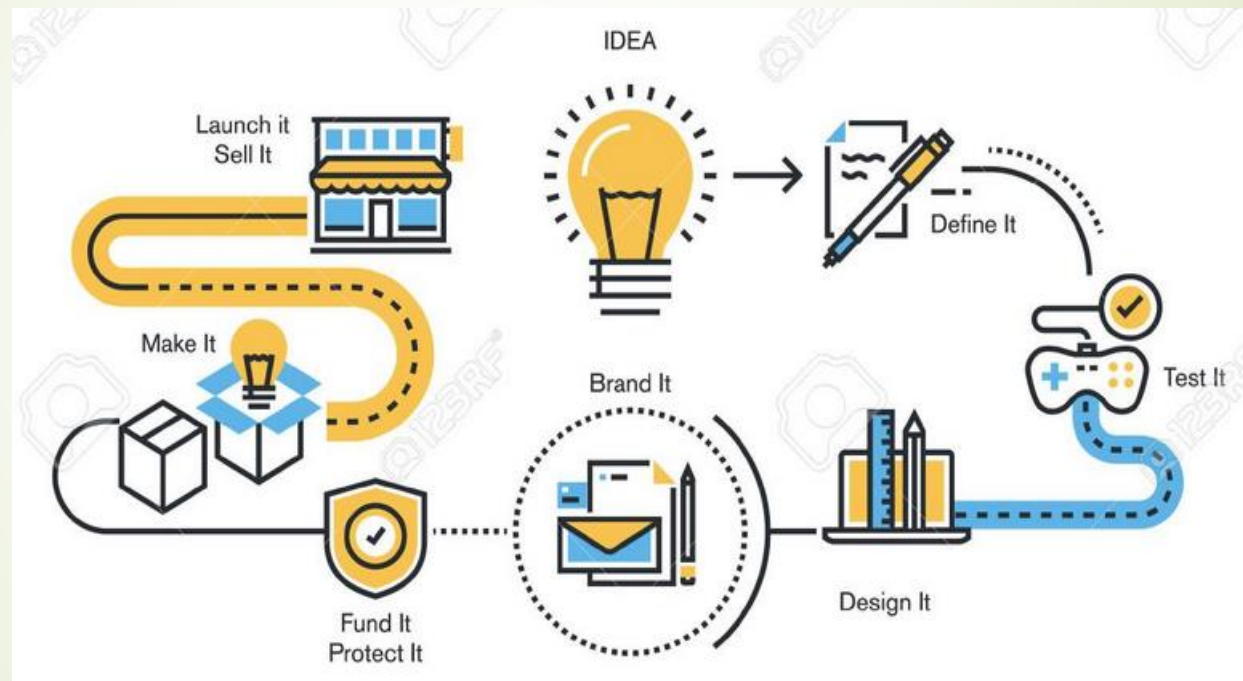
Condiciones de éxito de un Proyecto (las cualidades de Vitruvio)

- **FIRMITAS (SOLIDEZ)**
- **UTILITAS (UTILIDAD)**
- **VENUSTAS (BELLEZA)**
- **FACULTAS (VIABILIDAD)**
- **FRUCTUS (RENTABILIDAD)**



Marco Vitruvio Polión (c. 80-70 a.C. – 15 a.C.) fue un arquitecto, escritor e ingeniero romano del Siglo I a.C. Trabajó para Julio César en su juventud. Es autor del único tratado sobre arquitectura de la Antigüedad clásica, *De Architectura*, en 10 libros, inspirado en teóricos helenísticos. Influyó profundamente en artistas del Renacimiento como Miguel Ángel y Leonardo da Vinci, autor del famoso dibujo “El Hombre de Vitruvio” (estudio de las proporciones ideales del cuerpo humano)

El ciclo de vida (completo) de un proyecto



La Economía (el enfoque económico)

- La economía es la ciencia que estudia el modo en que una sociedad administra y asigna el conjunto de recursos que posee, los cuales son limitados y escasos.
- Ello obliga a elegir entre distintas alternativas. El coste de oportunidad identifica el valor de aquello a lo que renunciamos al elegir una de las alternativas disponibles.
- La clave de las elecciones reside en los incentivos: **económicos, sociales y morales** (o éticos)
- El enfoque económico es un método de análisis para describir cómo se toman decisiones, **y por qué unos proyectos tienen éxito y otros no.**

Definición de incentivo y tipos

- Un **incentivo** es un estímulo a adoptar un comportamiento que se espera proporcionará una recompensa (o evitará un castigo)
- Los **incentivos económicos** son estímulos percibidos positivos o negativos, estimables en términos monetarios, orientados a hacer (o dejar de hacer) alguna cosa. P. ej. hacer algo para obtener un beneficio material.
- Los **incentivos morales** son estímulos positivos o negativos relacionados con la percepción personal de lo que es correcto hacer. P. ej. No hacer algo que consideramos incorrecto.
- Los **incentivos sociales** son estímulos positivos o negativos relacionados con la percepción que los demás pueden llegar a tener de nosotros. P. ej. Que no nos vean hacer algo incorrecto.

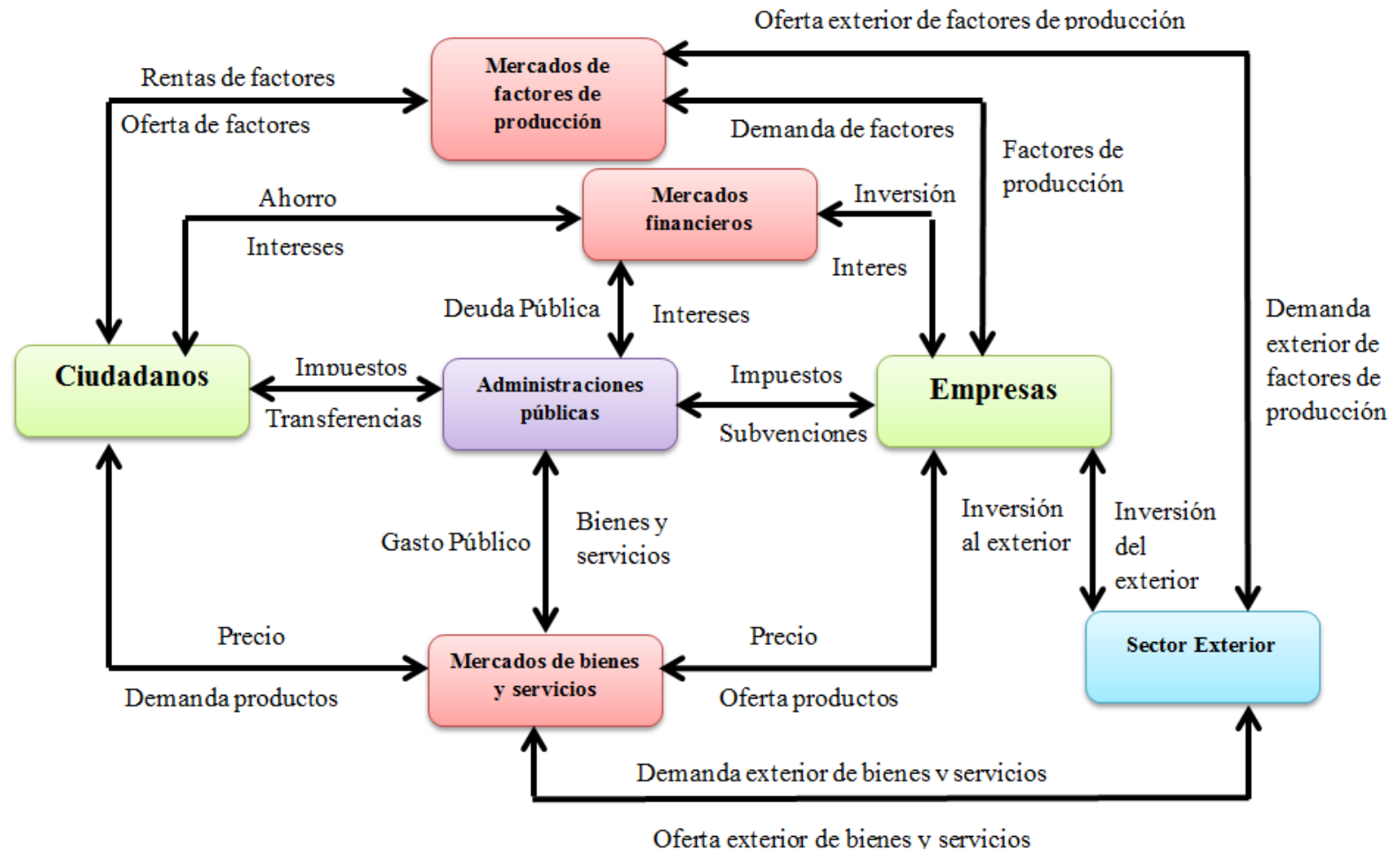
Algunos ejemplos de uso de incentivos, y de resultados inesperados



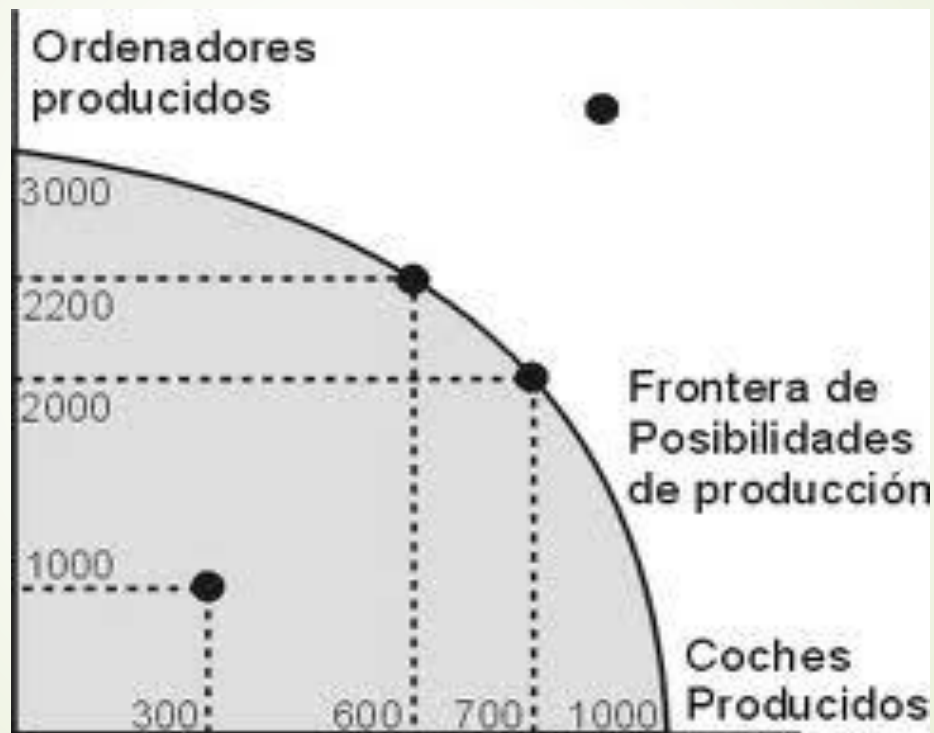
La Actividad económica (vista macro)

- Es la acción encaminada a producir productos y servicios para satisfacer necesidades humanas ilimitadas, utilizando recursos escasos que son susceptibles de usos alternativos (de ahí la necesidad de procesos de toma de decisiones).
- Las preguntas clásicas en economía: ¿qué producir?, ¿cuánto?, ¿cómo? y ¿para quién?.
- En las economías modernas los protagonistas básicos de la actividad económica son: empresas, consumidores, administraciones públicas, sector financiero y sector exterior

Modelo SIMPLE DE SISTEMA ECONÓMICO



La frontera de posibilidades de producción (LOS LÍMITES AL CRECIMIENTO)

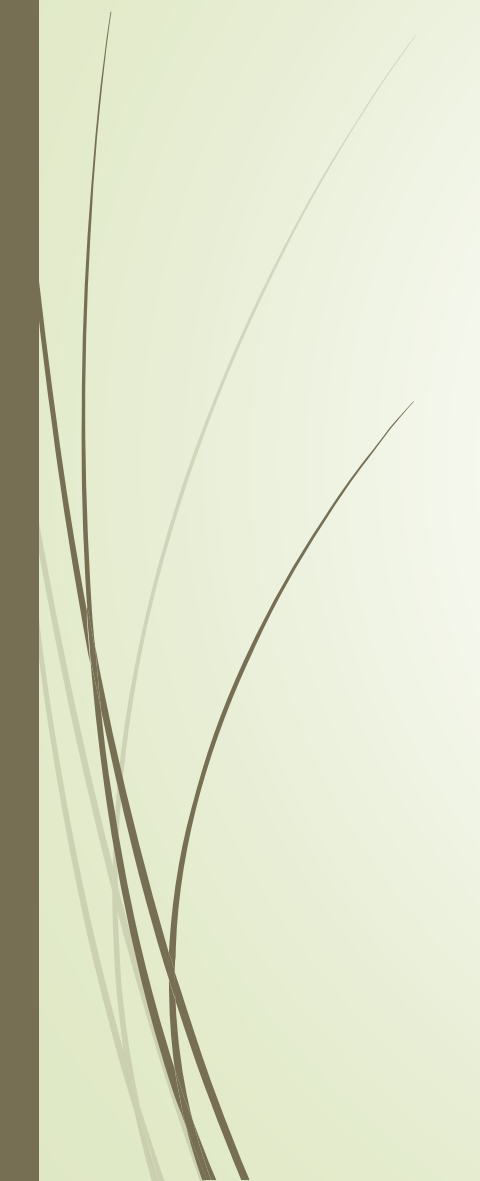


Definición de Empresa

- Entidad constituida como sistema (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 personas responsables del comportamiento de la empresa le denominamos agente empresarial.




Campos de acción del agente empresarial:

- La propia empresa, su estrategia, estructura, actividades, etc. (perspectiva interna).
 - Los mercados de bienes, servicios y factores en los que interviene y compete (perspectiva micro).
 - El entorno general de los negocios (perspectiva macro).
- 

El mercado

- Es el mecanismo de asignación de los recursos para satisfacer necesidades ilimitadas
- A través del mercado se da de manera descentralizada una solución al problema económico: qué, cuánto, cómo y para quién producir
- 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.

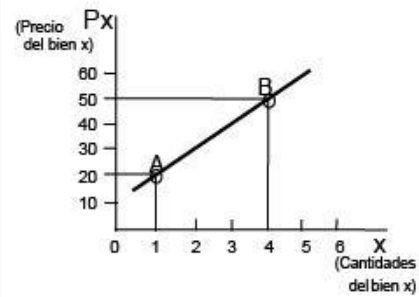


Elementos para la definición de un mercado

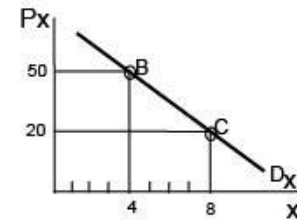
- Cantidad del bien que se intercambia (X)
- El conjunto de compradores o demanda (D_x)
- El conjunto de vendedores u oferta (O_x)
- El precio al que se acuerda el intercambio (P_x)
- Para el buen funcionamiento de un mercado hay dos requisitos básicos: que los agentes actúen libremente y que exista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

Análisis gráfico de la demanda

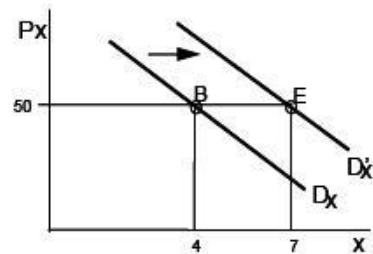
CUADRO 2



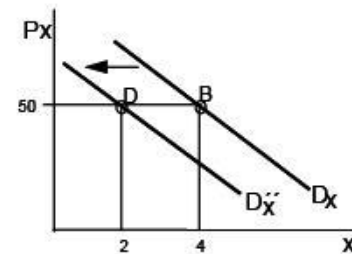
CUADRO 3



CUADRO 4

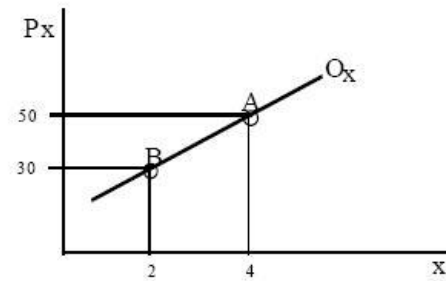


CUADRO 5

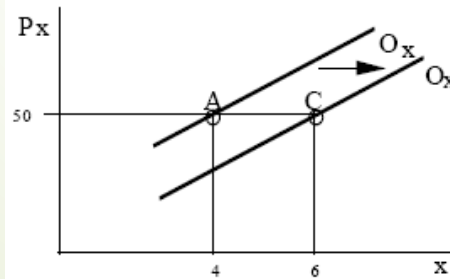


Análisis gráfico de la oferta

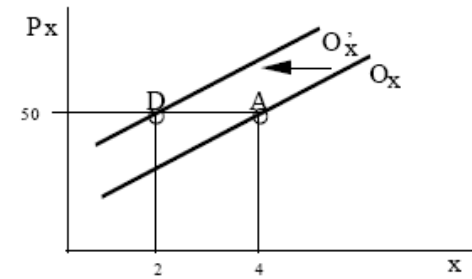
CUADRO 7



CUADRO 8

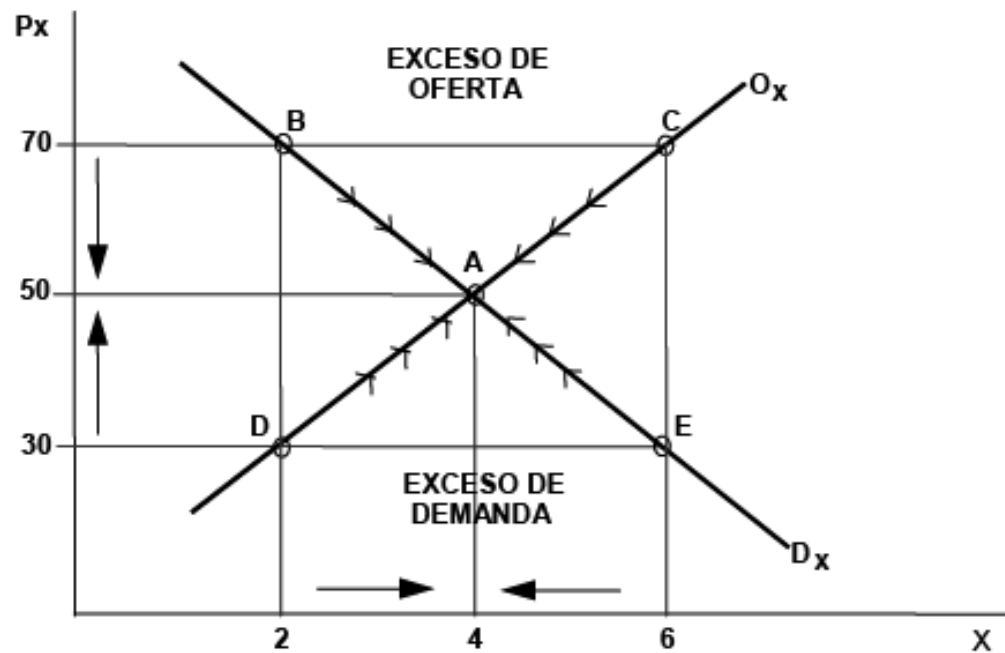


CUADRO 9



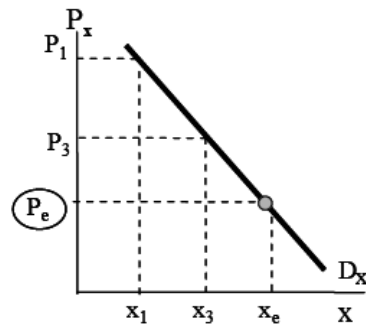
El ajuste del mercado

CUADRO 11

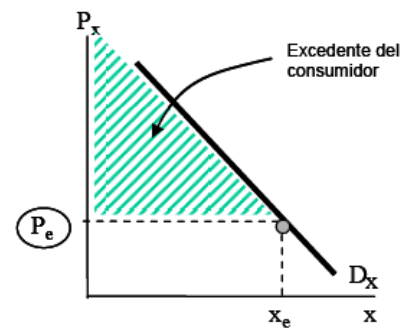


Excedentes y eficiencia

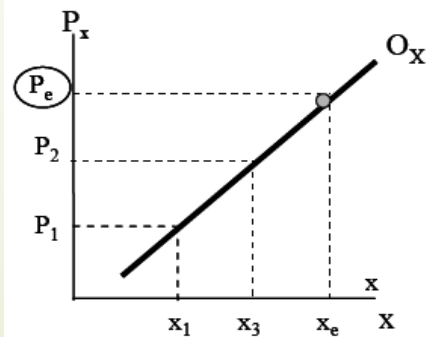
CUADRO 18



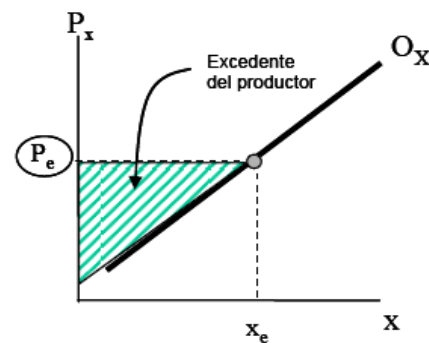
CUADRO 19



CUADRO 20

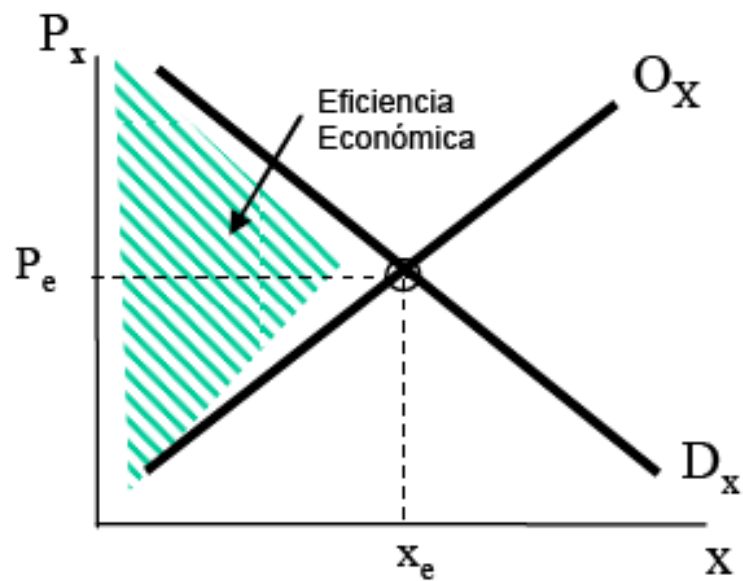



CUADRO 21



Eficiencia del mercado

CUADRO 22

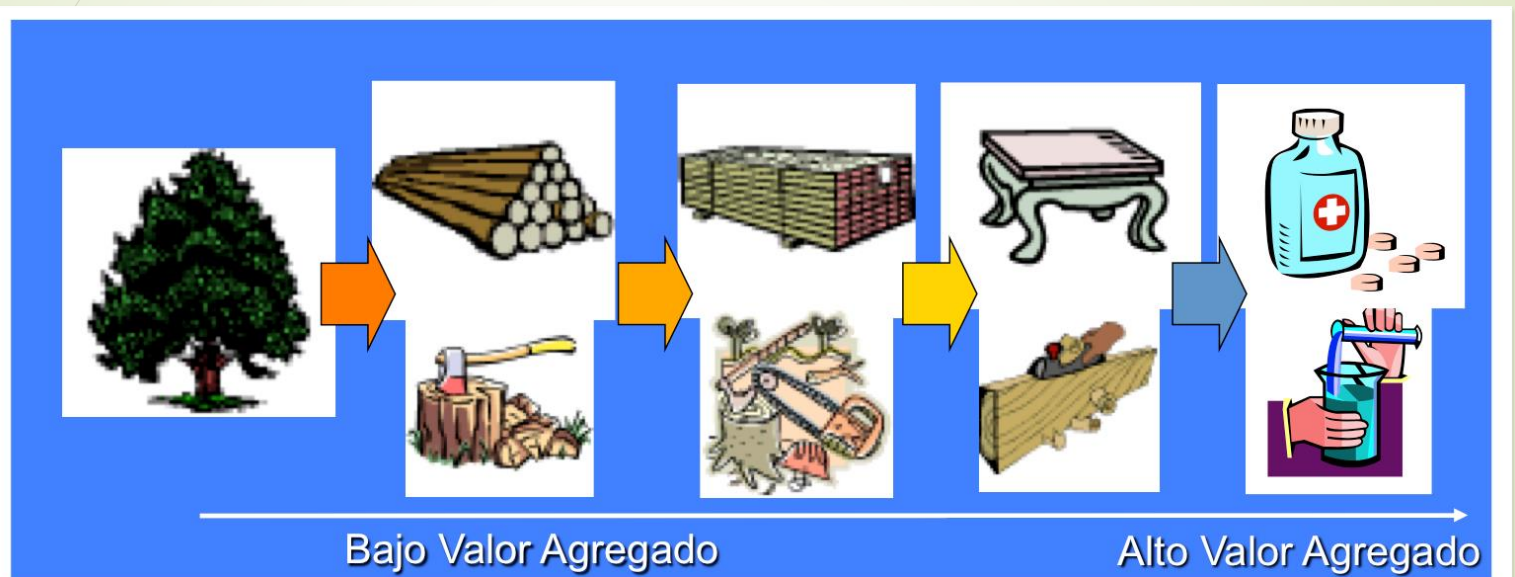




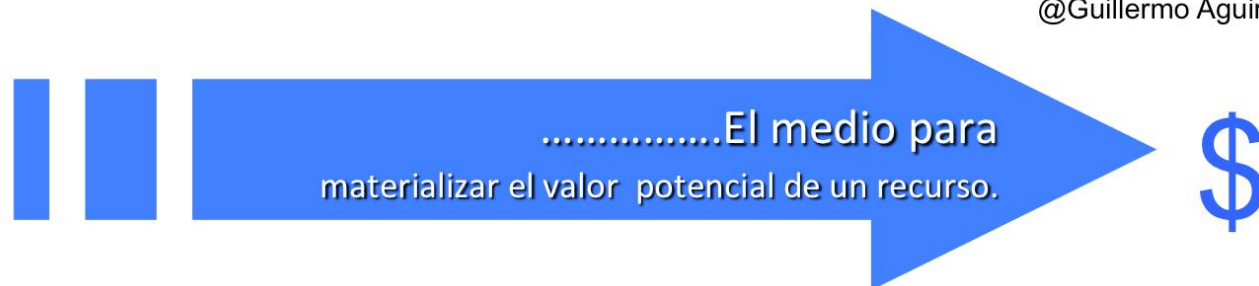
Concepto central en la Gestión Empresarial: Valor

- 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



@Guillermo Aguirre Esponda



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

➤ VALOR



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

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

