

Sistemas informáticos contables  
Resumen **primer** parcial

Ultima modificación: 24 de junio de 2005

### Empresa

- transforma recursos en beneficios (lucro)
- Ganar clientes y conservarlos
- Brindar servicios : supletorios y necesidades
- Cumplir un rol social
- Satisfacción personal
- Detectar necesidades

Formada por:

- individuos
- recursos
- inmateriales

Preciso comercializar, preciso un espacio llamado **mercado**.

**Empresa industrial** : toda organización de propiedad publica o privada, cuyo objetivo primordial es fabricar y distribuir mercancías o proveer servicios a la colectividad o a una parte de ella mediante el pago de los mismos.

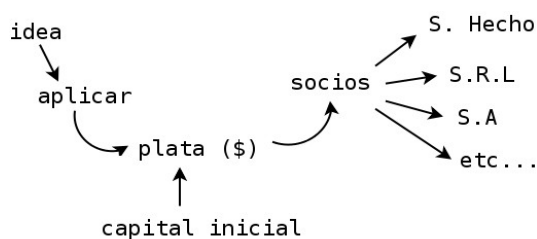
Anatomía de una empresa: organismo sin vida propio, relación entre las personas (carácter orgánico).

Estructura básica de una empresa genérica (pirámide)

grupo de accionistas			
comercial	producción	administración	financiera (maximiza beneficios del accionista)

La idea es : **Producción -> Venta -> Ganancias**

Diagrama de la gestación de la empresa (básico)



Secuencia básica:

**Compro -> Fabrico -> Vendo -> Cobro -> Pago -> Control -> [de nuevo al principio]**

**Activo:** conjunto de bienes y derechos que tiene una empresario

**Pasivo:** todo aquello que se debe a un tercero

**Patrimonio neto:**  $p.n = (activo - pasivo)$  ; compuesto de capital, reservas, dinero adicional.

Activos	Pasivo
	Patrimonio Neto

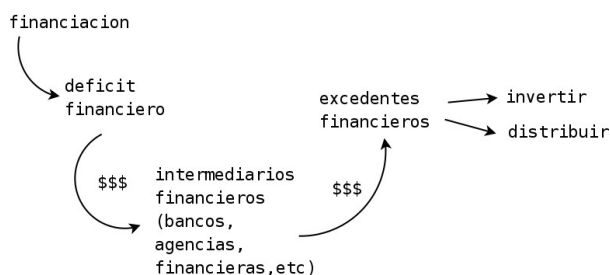
(es una balanza entre A, P y P.N)

**Excedentes financieros:** resultado habitual del ciclo de la empresa, se puede volver a **invertir**, y/o **distribuir** a socios.

Si hay **déficit financiero** se busca **financiación** (crédito).

**Unidades deficitarias:** gastan mas de lo que reciben.

**Intermediarios financieros:** hacen circular fondos entre las unidades **deficitarias** y las unidades **excedentarias**.



**Inflación:** aumento desmedido de los precios.

### Estructura general

La idea de la empresa depende del punto de vista.

- Propietario : un medio para enriquecerse y obtener prestigio
- Economista: producción de riqueza para la colectividad
- Sociólogo: grupo de personas que se han unido con fin común.

### Elementos constitutivos de la empresa

- a) actividades funcionales
- b) recursos financieros
- c) personas

**Una empresa vale por la existencia de sus negocios.**

**Administrador financiero:** financia, invierte, distribuye.

La **inversión** es la que hace que la empresa avance, y la tecnología la coloca delante de sus competidores.

Si no invierto, salvo casos especiales, pierdo mercado (clientes).

Se consigue \$ mediante: prestamos (personales, hipotecarios, prendarios, etc).

Préstamo de leasing: se presta un bien con opción de comprarlo.

Fideicomiso

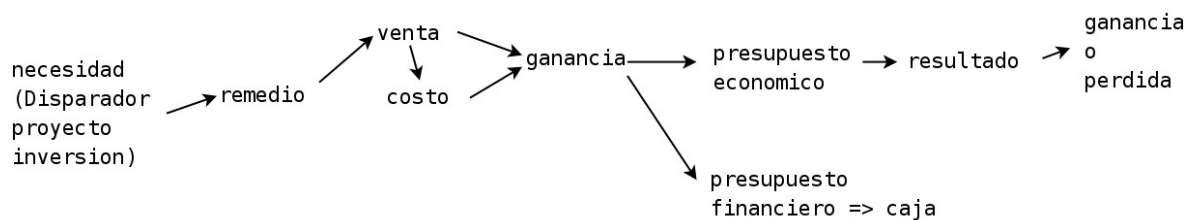
Pago de dividendos: la empresa retorna rendimiento a sus inversores

Para poder invertir, la empresa tiene varias opciones.

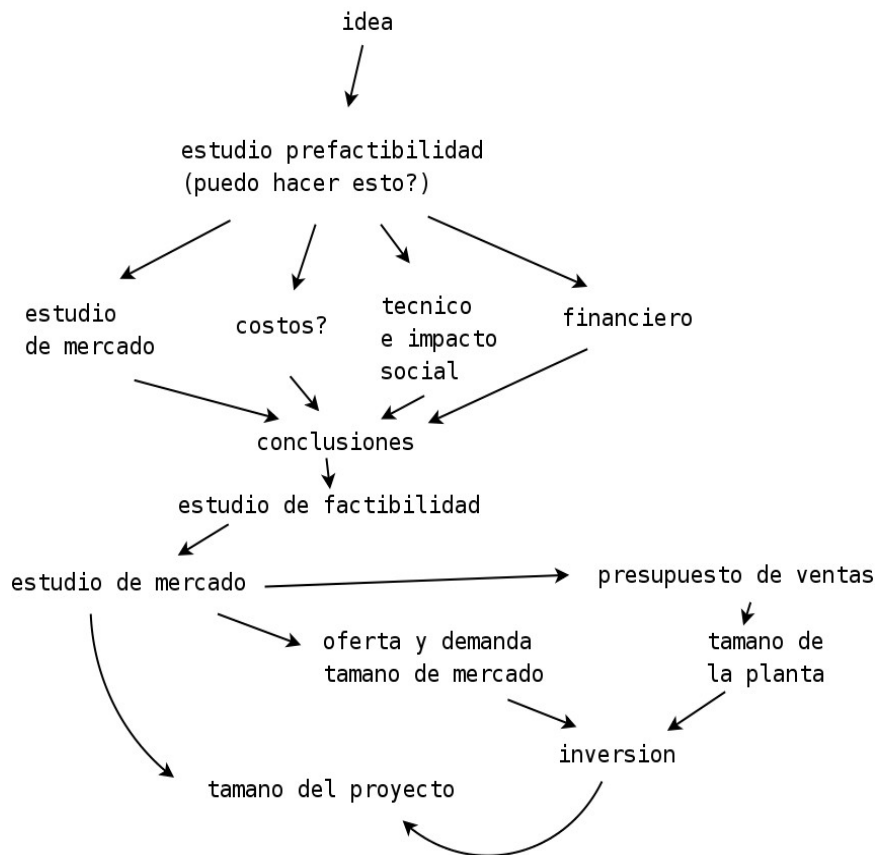
Pasos que se deben cumplir en un buen plan de negocios:

- “vender” la idea, para conseguir inversores
- ordenar y planificar todo el desarrollo, en detalle
- buena presentación
- primera parte: “**sumario ejecutivo**”. Va primero, pero es lo ultimo que se escribe, en el se presenta a grandes lineas los elementos fundamentales que hacen que este plan de negocios sea brillante.
- misión y visión de la empresa.
- objetivos alineados con la misión de la empresa
- detalles de la empresa, aspectos legales, cuerpo directivo, equipo, alianzas, etc
- presentar el producto o servicios
- que voy a hacer ? que voy a ofrecer ? producto en detalle, procesos, investigación, desarrollo, costos \$
- análisis de mercado: quien va a comprar esto ? quien es el mercado ? cliente, la competencia, factores de riesgo
- análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, alianzas)
- plan de comercialización, estrategia de ventas, canales de distribución, RRPP
- publicidad y promoción
- plan financiero (de donde saco \$ para empezar)

Ejemplo básico:



Proyecto de inversión : **un proyecto con resultado financiero desfavorable se descarta inmediatamente**



Mercado: punto donde confluyen la oferta y la demanda

Debo conocer la demanda para saber mi oferta.

Inversión: hay inmovilización de capital para maximizar el patrimonio en un entorno estratégico.

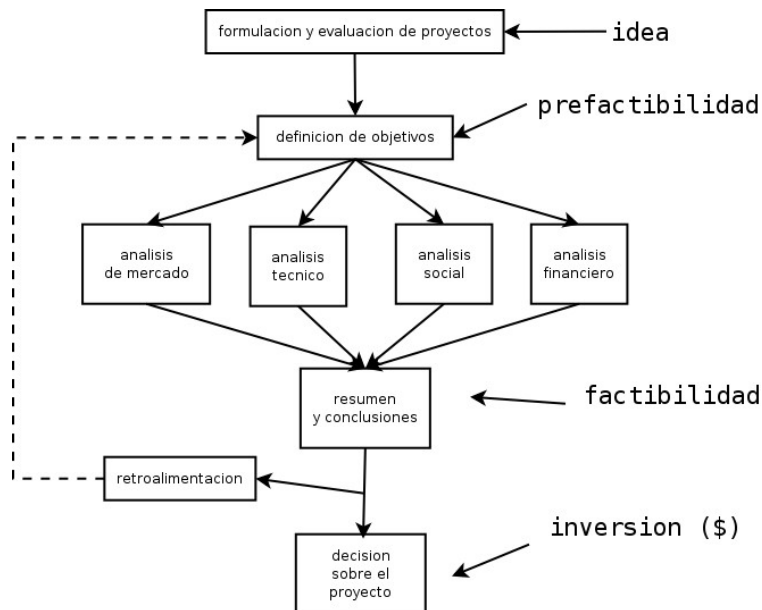
### **Tipos de inversión (3):**

- complementarias (inversiones que apoyan a la inversión principal)
- alternativas (2 o mas alternativas, hay que elegir una de ellas)
- independientes (proyectos independientes entre si)

### Riesgos

- De desarrollo (lo puedo desarrollar?)
- De fabricación (lo puedo fabricar?)
- De mercado (lo puedo vender?)
- Gerencial (es rentable?)
- Crecimiento (puedo crecer?)

## Plan de negocios:



## Estudio legal

- restricciones legales
- ordenamiento jurídico regional
- leyes
- reglamentaciones
- decretos
- usos y costumbres

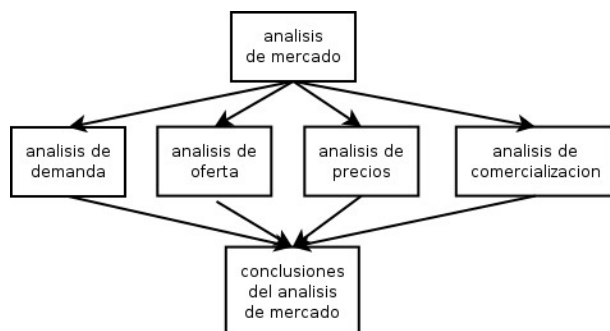
## Estudio legal económico

- constitución del ente jurídico
- contratos laborales, comerciales, exportación, importación, inmuebles
- análisis tributario,
- análisis de impacto ambiental

## Evaluación social de proyectos

- Evaluación externa, beneficios directos / indirectos, costos
- Evaluación interna, resistencia al cambio, capacitación

## Análisis de mercado



El estudio de mercado vincula la organización con su medio ambiente de mercado.

**Método:** involucra la especificación, la recolección, análisis e interpretación de la información.

**Objetivos:** ayudar a la administración a entender el medio ambiente, identificar problemas, oportunidades, y desarrollar y evaluar cursos de acción.

### Datos que deben brindar un estudio de mercado:

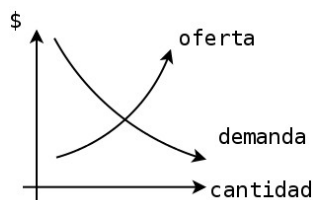
Demanda total, tasa de crecimiento de la demanda, características del mercado consumidor (localización de la demanda, preferencia del consumidor, cambios de los gustos, estratificación de la demanda), elasticidad en función de ingresos y precios.

**Submercados a analizar en el estudio de mercado:** proveedor, competencia, distribuidor, consumidor.

### Proyección de la demanda

Análisis de la oferta :inventario critico de proveedores, precios de los competidores

### Proyección de la oferta



### Pasos a seguir para el estudio de mercado

selección del producto, selección de sectores del mercado específicos, determinación del tamaño y composición de la muestra , organización de la labor sobre el terreno , escrutinio de los datos reunidos , análisis de los datos.

### Alcance del estudio de mercado

Depende de el producto, magnitud de la inversión propuesta, estructura y tamaño del mercado, y del costo del estudio.

### Tipos de demanda

En relación a su **oportunidad**:

- insatisfecha
- satisfecha : saturada / no saturada

En relación a su **necesidad**:

- bienes sociales
- bienes suntuarios

En relación a su **temporalidad**:

- continua
- cíclica o estacionaria

En relación a su **destino**:

- bienes finales
- intermedios o industriales

**Factores de la demanda (variables que intervienen):** gustos, contexto socio cultural, zona geografica, edades, sexo.

### Datos para el análisis de la oferta

Numero de productos, localización, capacidad instalada y utilizada, calidad y precio de los productos, planes de expansión, inversión fija y numero de trabajadores.

Submercados existentes: proveedores, competidor directo, distribuidor, consumidor, externo

### Ciclo de vida del producto [ importante ]

Lanzamiento -> Crecimiento Rápido -> Madurez -> Se hace un bien básico o decadencia

### Canales de distribución (productos de consumo masivo)

- productor -> consumidor
- productor -> minorista -> consumidor
- productor -> mayorista -> minorista -> consumidor
- productor -> agente -> mayorista -> minorista -> consumidor

### Algunas ventajas de los canales p/el productor

- evita la complicación de la logística de distribución
- tener mas puntos de venta
- evitar los problemas del fraccionado
- vincula / estar mas cerca del cliente

### Precios – Fijación de precios

Lanzamiento inicial del producto : ver precios competencia, calidad del producto, mercado al que apunto (segmentación) , regulaciones.

Ver los productos relacionados.

Cambio de precios : por consumidor (trabajar en costos) , por competencia (a veces se aumenta en “cartel”).

Se cambia el precio por relación con otros productos.

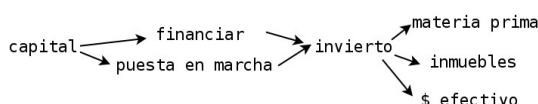
### Objetivos de fijar los precios

- penetración de mercado
- posicionamiento en el mercado
- recupero de la inversión
- determinar ganancias
- eliminar la competencia
- liquidar remanentes de stock

Precio meta / precio objetivo : con este precio conquisto cierta parte del mercado.

Hay ciertos productos que requieren segmentación de mercado (Ejemplo : caviar)

### Comienzo de una empresa



Activos: bienes y derechos } es inversión

Pasivos: patrimonio de la sociedad, obligaciones, deudas y deberes } es financiación

**Activo = Pasivo + Patrimonio Neto** } condición ideal!

Para pagar deudas la empresa vende.

Venta – costo = ganancia o perdida } resultado de la empresa

La ganancia reduce el pasivo, aumenta el activo. La perdida al revés.

Activo + perdidas = pasivo + patrimonio neto + ganancias

Lo que entra se debita, lo que sale se acredita (concepto contables, no bancario)



## **Activos :**

Corrientes : (tiempo < 12 meses) -> de mayor a menor liquidez : efectivo, disponibilidades, créditos, bienes de cambio, inversiones

No corrientes (tiempo > 12 meses ) -> bienes de uso, créditos, inversiones, bienes de cambio

## **Pasivo:**

Corriente (<12 meses) = deudas fiscales, financieras, previsionales y sociales

No corrientes (>12 meses)= deudas fiscales, financieras, previsionales y sociales

**Patrimonio neto:** capital (acciones en circulacion), resultados (ingresos/ganancias – egresos/perdidas), reservas (legales otras)

## **Balance:**

funciones:

- control interno, externo } necesario para veracidad
- registrar / documentar } legal / impositivo
- toma de decisiones y información para terceros } lo quiere el inversor o financista

Estructura básica de un balance

Activo	Pasivos
Bienes y derechos	Deudas, obligaciones
	Patrimonio neto

Ratios de la empresa (ver fotocopia que dio el profesor)

Liquidez corriente =  $\frac{\text{activo corriente}}{\text{pasivo corriente}}$  valor mínimo mayor a 1.

Evalúa la capacidad de la empresa para cumplir en termino con sus compromisos de corto plazo.

Liquidez seca o ácida =  $\frac{\text{activo corriente} - \text{bienes de cambio}}{\text{pasivo corriente}}$  valor mínimo normal: 1

Constituye una prueba mas severa de la capacidad de pago de la empresa.

Esta asociado en forma complementaria al índice de liquidez corriente.

Índice de endeudamiento =  $\frac{\text{total del pasivo}}{\text{patrimonio neto}}$  ; menor a 1 es bueno.

Evalúa las participaciones de los propietarios y de terceros (prestamistas,etc) en la financiación de la inversión total de la empresa.

Índice de rentabilidad sobre patrimonio neto =  $\frac{\text{resultado del ejercicio}}{\frac{pNeto_{inicial} + pNeto_{final}}{2}}$  Es bueno si es mayor a 0.08 (8%)

Establece el nivel de retribución del capital aportado por los accionistas y el grado de eficiencia de la empresa.