

Prólogo

I. Objetivo

El principal objetivo de este libro es ofrecer una revisión introductoria a los problemas económicos que se plantean en la empresa y que, siquiera sea a este nivel, deben ser conocidos por los diversos profesionales de la informática y las tecnologías de la información.

Estos profesionales necesitan ciertos conocimientos económico-empresariales no sólo para desarrollar su labor, sino también para disponer de un vocabulario que les permita comunicarse con otros especialistas de la organización.

Las carencias de formación en esta materia se manifiestan, por ejemplo, cuando los ingenieros informáticos se promocionan a funciones directivas, lo cual se pone de relieve por el elevado porcentaje que estos profesionales representan en los estudios de MBA y en otros de nivel semejante.

II. Contenido

Para atender a esas necesidades de formación, en este libro se realiza una introducción a las funciones de dirección, recursos humanos, financiación, producción y marketing. Se trata de un libro de Economía de la Empresa, como se denomina a un amplio campo de conocimientos que versan sobre las leyes y principios prácticos de la administración y dirección de empresas.

Dado el carácter introductorio que se pretende, los especialistas en los diversos subsistemas echarán de menos temas de su interés. Precisamente, al escribir un manual introductorio a cualquier materia, una de las mayores dificultades es vencer la natural tentación que uno tiene de hacer una enciclopedia con pretensiones de exhaustividad. Esa dificultad es tanto mayor en una disciplina en la que se combinan e interrelacionan cuestiones de muy diversa índole, y en la que intervienen conceptos, ideas e instrumentos procedentes de la sociología, la psicología, la matemática, etc.

En la selección de los temas ha de intervenir necesariamente la subjetividad de los autores. Para limitarla en lo posible, se comenzó realizando una revisión de los programas de la materia de varias prestigiosas universidades.

El resultado son catorce capítulos divididos en cuatro partes. La primera está formada por cinco capítulos, y cada una de las tres partes siguientes está formada por tres.

En la primera parte, titulada «La empresa y la función directiva», se trata sobre la organización empresarial, su papel en el sistema económico y social, la función del empresario, la dirección de la empresa, los recursos humanos, la toma de decisiones y el uso de diversas técnicas instrumentales para decidir.

La parte segunda se dedica a las finanzas de la empresa. En el primer capítulo de esta parte (sexto del libro), tras unas líneas dedicadas al documento financiero básico (Balance), se presenta el valor de la acción como objetivo financiero de la empresa y los tipos de decisiones que comporta esta función, y se estudian diversas cuestiones relativas al equilibrio económico-financiero: el fondo de maniobra, el período medio de maduración, el punto muerto y los ratios. Los dos capítulos siguientes se destinan al estudio de dos cuestiones íntimamente relacionadas: la rentabilidad y valoración de las inversiones, por una parte, y el coste de la financiación, por otra; en ambas se introduce tanto la incidencia de la inflación como de los impuestos.

En la tercera parte se incorpora la función de producción, comenzando, en el capítulo noveno, por una serie de cuestiones previas, como la decisión inicial de producir o comprar, los principales objetivos y decisiones que comporta, las diferencias entre la elaboración de bienes y la de servicios, los costes, la productividad y la calidad. En ese mismo capítulo se aborda el estudio del proceso de producción (tipos de procesos, alternativas tecnológicas, bienes de equipo, análisis del flujo y distribución de la planta) y del factor humano en este ámbito (principios en su dirección, la organización del trabajo bajo distintos enfoques, el estudio de métodos y la medición del trabajo, y sistemas de remuneración por incentivos). El capítulo décimo se dedica al estudio de la capacidad de producción (capacidad de las instalaciones, localización, planificación conjunta, y programación, planificación y control de las actividades) y el undécimo a la logística (inventarios y distribución física).

La cuarta parte se destina al estudio de la función comercial, que, a su vez, se ha dividido en tres partes: cuestiones elementales de marketing, que se estudian en el capítulo duodécimo (la orientación de la empresa al cliente, el marketing-mix, el mercado, la demanda, su previsión, y la optimización del presupuesto mercadotécnico), la investigación de mercados, la segmentación y la experimentación comercial (capítulo decimotercero) y las variables de marketing, es decir, el producto, el precio, la promoción y la distribución (capítulo decimocuarto).

III. Enseñanza a distancia y autoevaluación

Como es propio de la metodología de la enseñanza a distancia, a la que el libro se adapta, sin sacrificar el rigor se ha procurado aproximar las ideas al lector mediante la frecuente utilización de ejemplos y casos concretos que se han recogido bajo la rúbrica **Actividades Resueltas**. Tales actividades facilitan el aprendizaje y contribuyen a que el estudio sea más ameno y provechoso.

Por las mismas razones, se han evitado en lo posible las excesivas abstracciones teóricas, tratando de mantener un acercamiento a la realidad empresarial que motive al estudiante que se inicia en el estudio de la empresa y le anime a profundizar en el mismo.

Como también es propio de dicha metodología, al principio de cada capítulo se ofrece un breve **esquema** sinóptico y una **introducción**, a lo largo del mismo se incorporan **tablas** y **ladillos** que destacan puntos fundamentales del texto, y al final se incluye un **resumen** y un **glosario** con los términos principales.

Al final de cada capítulo se incorpora también una **prueba objetiva de autoevaluación** formada con diez cuestiones elegidas aleatoriamente junto con sus respuestas, para que el lector pueda comprobar por sí mismo su nivel de asimilación.

Con el mismo objetivo, al final del libro se incluyen diez **pruebas objetivas de autoevaluación globales**, cada una de las cuales consta de veinte preguntas.

Para practicar resolviendo ejercicios, problemas y casos, este manual se completa con la obra *Problemas de gestión de empresas informáticas*, editada también por Editorial Universitaria Ramón Areces.

IV. Objeto de estudio

Como señala su título, en principio, el objeto material de estudio de este libro es la empresa informática. Se trata de estudiar los procesos de dirección y toma de decisiones en materia de recursos humanos, finanzas, producción y marketing en estas empresas en particular.

No obstante, la variedad de este tipo de empresas es casi tan grande como la propia tipología general de empresas admite. Como se señala en el primer capítulo del libro, dentro del concepto de empresa informática existen organizaciones:

- Pequeñas, medianas y grandes.
- De servicios e industriales.
- Locales, regionales, nacionales e internacionales.
- Privadas, públicas y mixtas.
- Individuales y todo tipo de sociedades.

Por otra parte, la mayor preocupación de los autores ha sido elaborar un texto que contribuya a la mejor formación posible de las personas a las que va destinado y, aunque algunos ingenieros informáticos desarrollan su actividad en empresas propiamente informáticas, hay muchos otros que ejercen su profesión en organizaciones de otro tipo.

Finalmente, los principios de dirección de empresas son aplicables a todo tipo de organizaciones, incluyendo entidades no lucrativas, hospitales, colegios, orquestas, equipos deportivos... y, por supuesto, empresas informáticas.

Por consiguiente, aunque se dirige a los estudiantes de ingeniería informática y de ingeniería en tecnologías de la información, inevitablemente este es un libro de administración de empresas y, de hecho, algunos de los ejemplos que se han planteado en el mismo no se refieren a empresas informáticas, sino a empresas de otro tipo que son especialmente adecuadas para ilustrar el caso concreto. Así ha sucedido, por poner dos ejemplos, al citar las empresas aeronáuticas para hablar de los costes fijos, o a los hospitales para tratar sobre la capacidad de las instalaciones.

V. Conocimientos previos

Para la adecuada comprensión de este libro no se precisan más conocimientos que los requeridos para comenzar los estudios universitarios en general. Se ha procurado ordenar las exposiciones de manera que cualquier otro conocimiento que se necesite para comprender un nuevo concepto haya sido expuesto con anterioridad. Como consecuencia, el libro es autosuficiente, en el sentido de que no es necesario simultanear su estudio con ningún otro, ni requiere la previa lectura de ningún manual.

VI. Para finalizar

Los autores desean expresar su agradecimiento a las profesoras de Organización de Empresas, Victoria Fernández de Tejada Muñoz, María Dolores López López, María Romero Cuadrado y Milagros Gutiérrez Fernández, sus sugerencias y aportaciones al texto final.

Este libro se ha terminado de escribir en épocas de cambio para la universidad en general y, particularmente, para la UNED, donde los autores ejercen su docencia. Se trata, pues, de una obra que ha de orientarse al futuro y en la que la experiencia pasada, aunque siempre útil, tiene menor relevancia que en otras ocasiones menos turbulentas.

La adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior ha exigido la elaboración de nuevos planes de estudios y ha de renovar el enfoque de la enseñanza, que sin duda será más participativa y exigirá una mayor dedicación de los alumnos, relegando un tanto los antiguos métodos basados fundamentalmente en las clases magistrales.

Esperamos que el libro resulte útil tanto a los alumnos de la enseñanza a distancia, a los que, en principio, va dirigido, como a autodidactas, a alumnos de la enseñanza presencial a los que los nuevos enfoques de la misma les exijan un mayor esfuerzo personal, y a colegas y profesionales. No es un trabajo perfecto, pero con su crítica lo mejoraremos.

Madrid, abril de 2010
EDUARDO PÉREZ GOROSTEGUI
CARLOS CERRADA SOMOLINOS