



FACULTAD DE  
**CONTADURÍA Y**  
**ADMINISTRACIÓN**

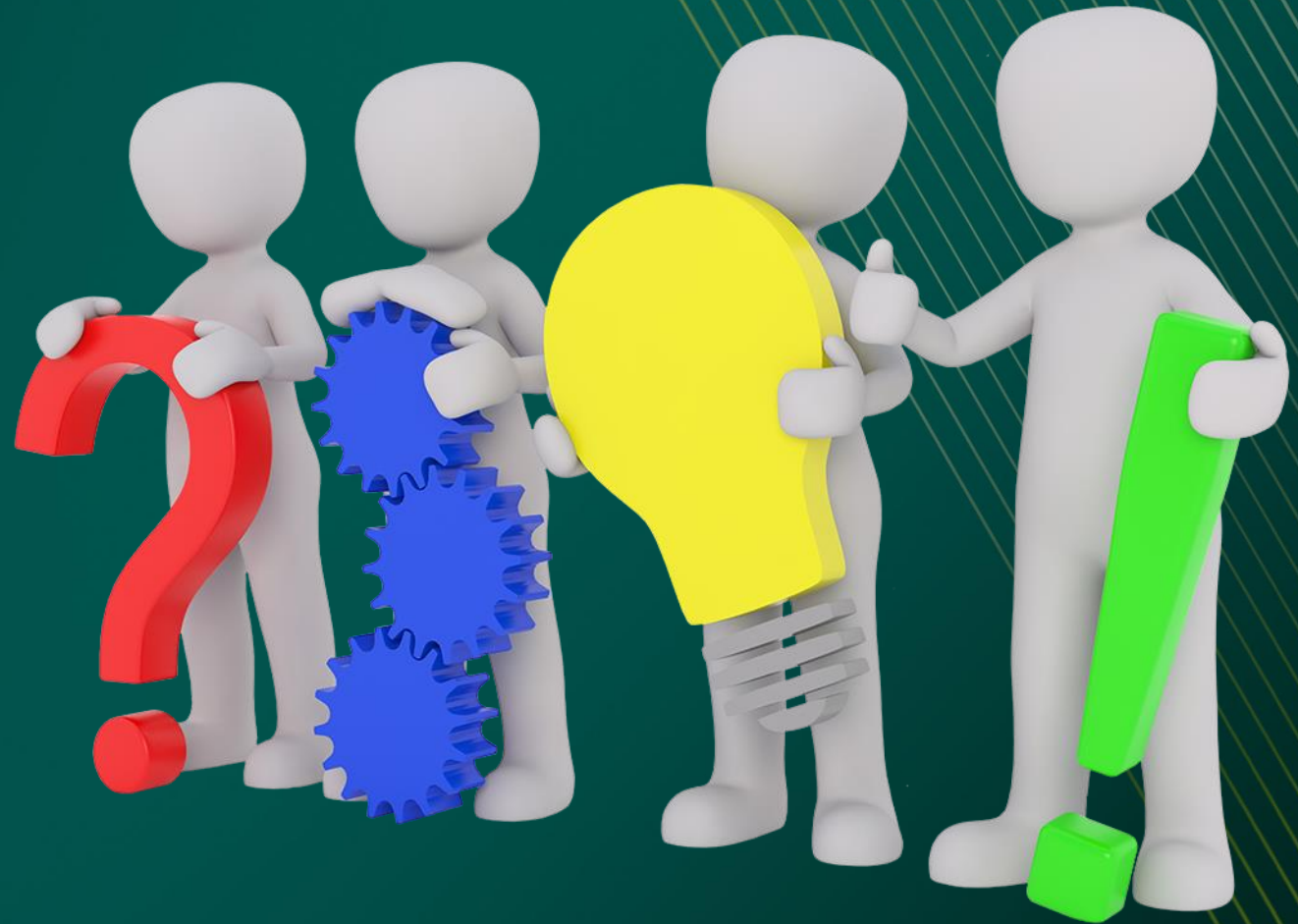
**FCA**

# Áreas de actividad de la empresa

# ÁREAS DE ACTIVIDAD (FUNCIONES BÁSICAS DE LA EMPRESA)

Las áreas de actividad, conocidas también como áreas de responsabilidad, departamentos o divisiones, están en relación directa con las funciones básicas que realiza la empresa a fin de lograr sus objetivos. Dichas áreas comprenden actividades, funciones y labores homogéneas; las más usuales y comunes a toda empresa son:

**Producción, Mercadotecnia, Recursos Humanos y Finanzas.**

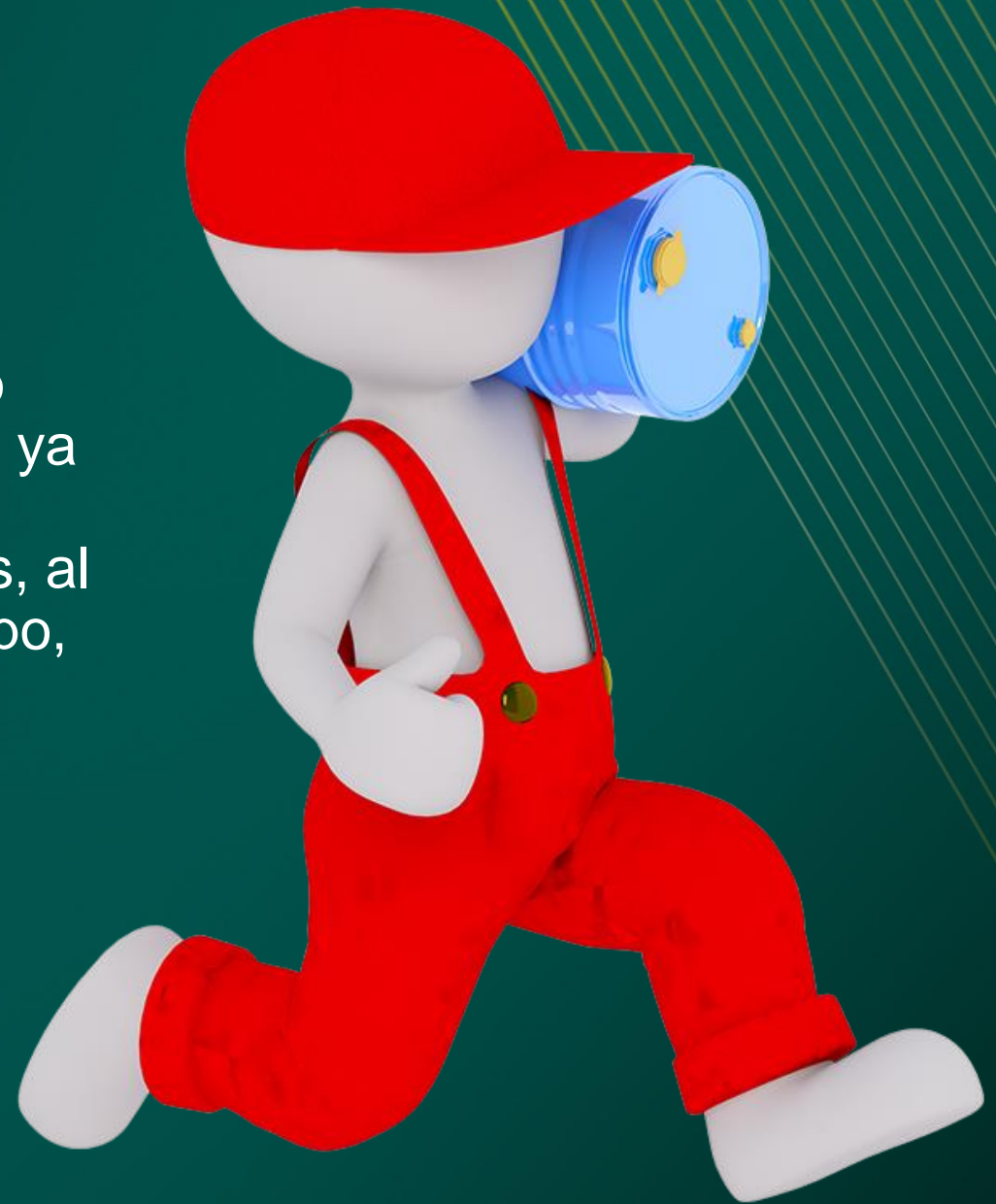


# Producción



# PRODUCCIÓN

Tradicionalmente ha sido considerada como uno de los departamentos más importantes, ya que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de productos, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, maquinaria, materiales y herramientas requeridas.



# PRODUCCIÓN

## Tiene como funciones:

### IDENTIFICAR LOS INSUMOS NECESARIOS EN EL PROCESO PRODUCTIVO

El departamento de producción es responsable de determinar la cantidad de insumos necesarios para lograr el *target* de producción.

Para ello puede colaborar con otros departamentos, como el de compras, para que nunca falten los materiales que se necesitan en cada etapa de producción.



# PRODUCCIÓN

Tiene como funciones:

## PLANIFICAR LA PRODUCCIÓN

La planificación de la producción consiste en establecer un plan de trabajo dependiendo de la cantidad de pedidos o de las ventas esperadas.

Esta planificación se hace teniendo en cuenta:

- Materiales disponibles o sus plazos de entrega.
- Número de trabajadores.
- Capacidad de producción de las máquinas y los empleados.



# PRODUCCIÓN

Tiene como funciones:

## INNOVAR Y MEJORAR

Al ser quien supervisa cada etapa del proceso de producción, es muy posible que este departamento detecte procesos mejorables. También podrían pensarse innovaciones que minimicen los tiempos y con ello, los costes.

Si esto ocurre, el departamento de producción ha de trabajar con las áreas de diseño, de técnica y de compras para implementar estas mejoras lo antes posible.





# PRODUCCIÓN

Tiene como funciones:

## MINIMIZAR LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

Otra importante función dentro de esta área es encontrar formas efectivas de reducir el costo unitario de producción, con el fin de maximizar los beneficios de la organización.

En caso de existir maquinaria, una de las maneras más simples de lograr este objetivo es mantenerla en buen estado para no tener que incurrir en gastos de reparación.

Otras formas podrían ser revisar todo el proceso productivo, con el fin de buscar alternativas más eficientes en alguna de las etapas.



# PRODUCCIÓN

Tiene como funciones:

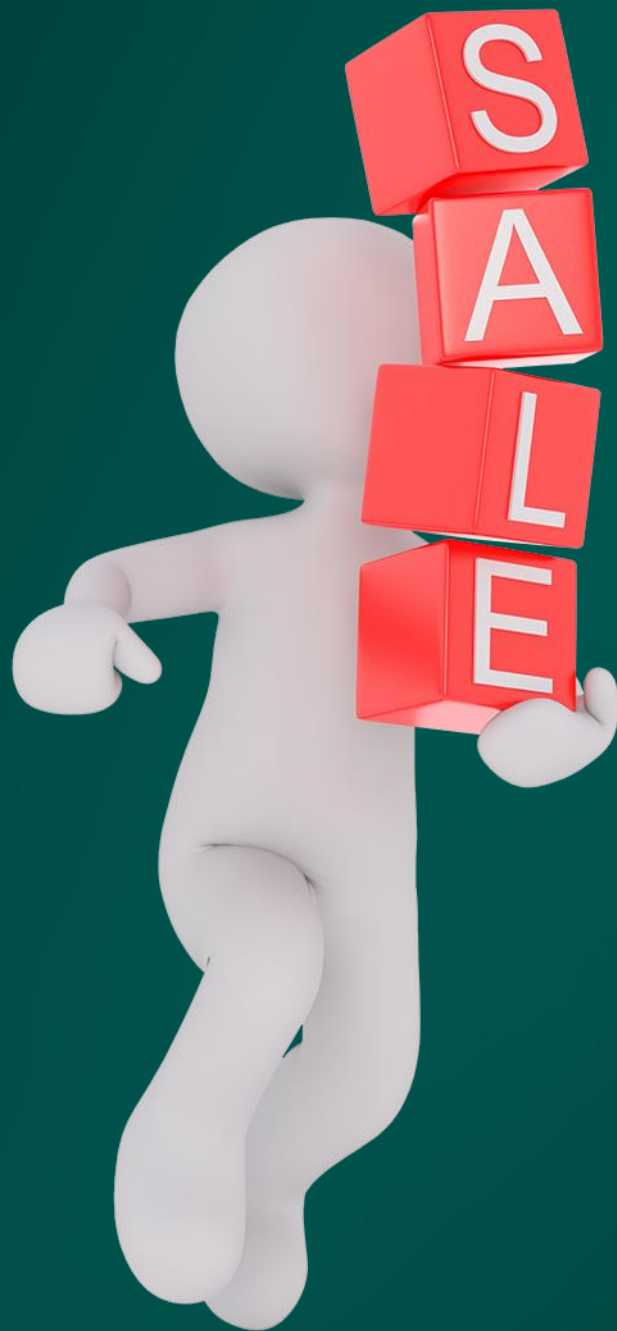
## ASEGURAR LA CALIDAD DEL PRODUCTO

Un departamento de producción es responsable de que los productos terminados lleguen al consumidor con los estándares mínimos de calidad.

Para ello, este área ha de estar continuamente buscando errores y fallos en las distintas fases de producción del producto. Llevar a cabo continuas evaluaciones y controles de los procesos es esencial para que el producto final se fabrique en óptimas condiciones.



# MERCADOTECNIA



# DEFINICIÓN DE LA FUNCIÓN DE MERCADOTECNIA

Para Philip Kotler, autor del libro “Dirección de Mercadotecnia”, la mercadotecnia es:

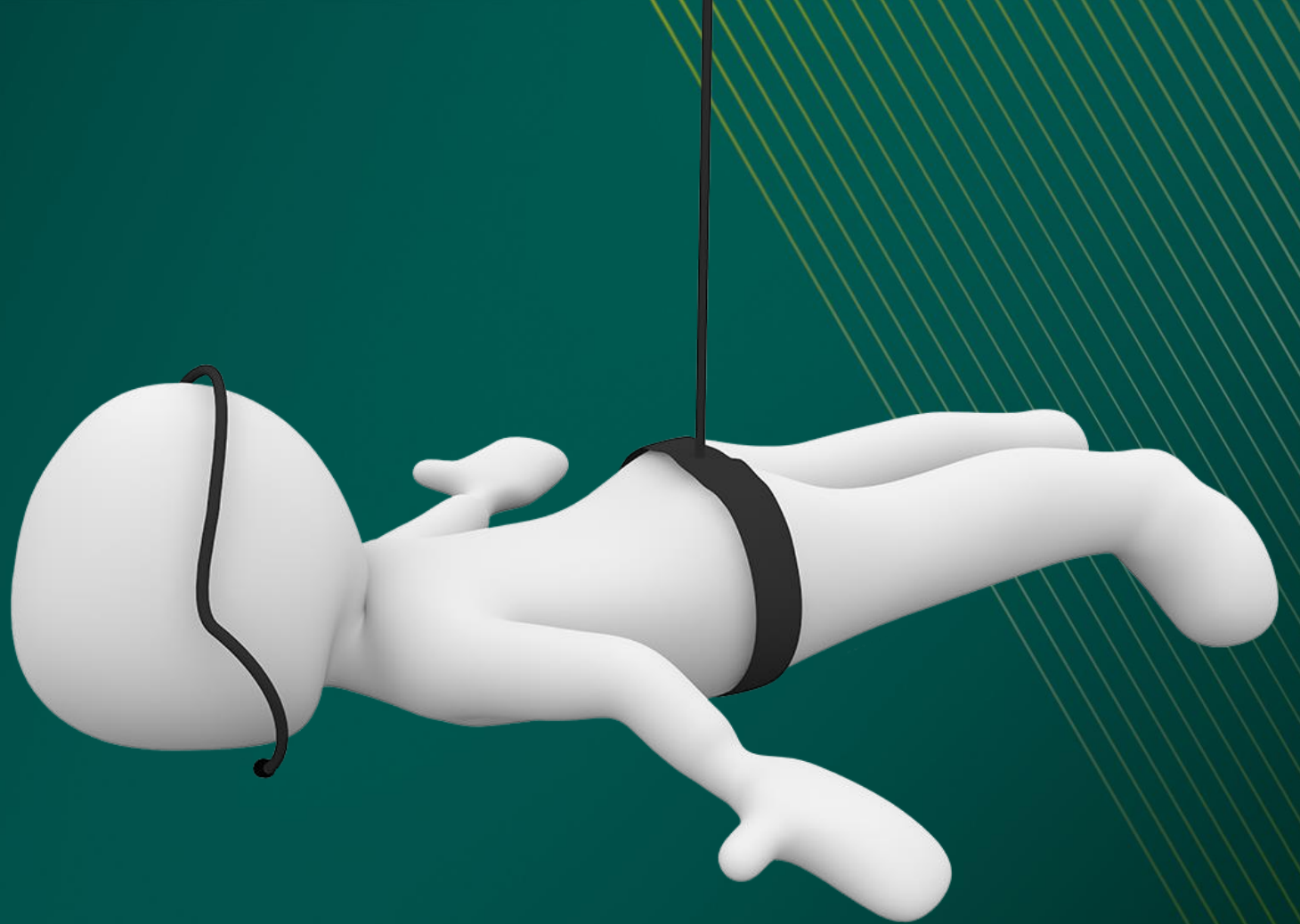
La función de la empresa que se encarga de definir los clientes meta y la mejor forma de satisfacer sus necesidades y deseos de manera competitiva.



# MERCADOTECNIA

Es una función trascendental ya que a través de ella se cumplen algunos de los propósitos institucionales de la empresa.

Su finalidad es la de reunir los factores y hechos que influyen en el mercado, para crear lo que el consumidor quiere, desea y necesita, distribuyéndolo en forma tal, que esté a su disposición en el momento oportuno, en el lugar preciso y al precio más adecuado.



# MERCADOTECNIA

Tiene como funciones:

## **Investigación de mercados:**

Implica la realización de estudios para obtener información que facilite la práctica de mercadotecnia.

## **Planeación y desarrollo del producto:**

Empaque y marca.

## **Precio:**

Implica la fijación de un precio que sea conveniente por una parte, para el mercado meta (para que pueda adquirirlo) y otra, para la empresa u organización (para que perciba utilidades).



# MERCADOTECNIA

## Distribución y logística

Se encarga de establecer las bases para que el producto llegue del fabricante al consumidor.

## Administración de venta

Implica la realización de toda actividad que genere en los clientes el último impulso hacia el intercambio.

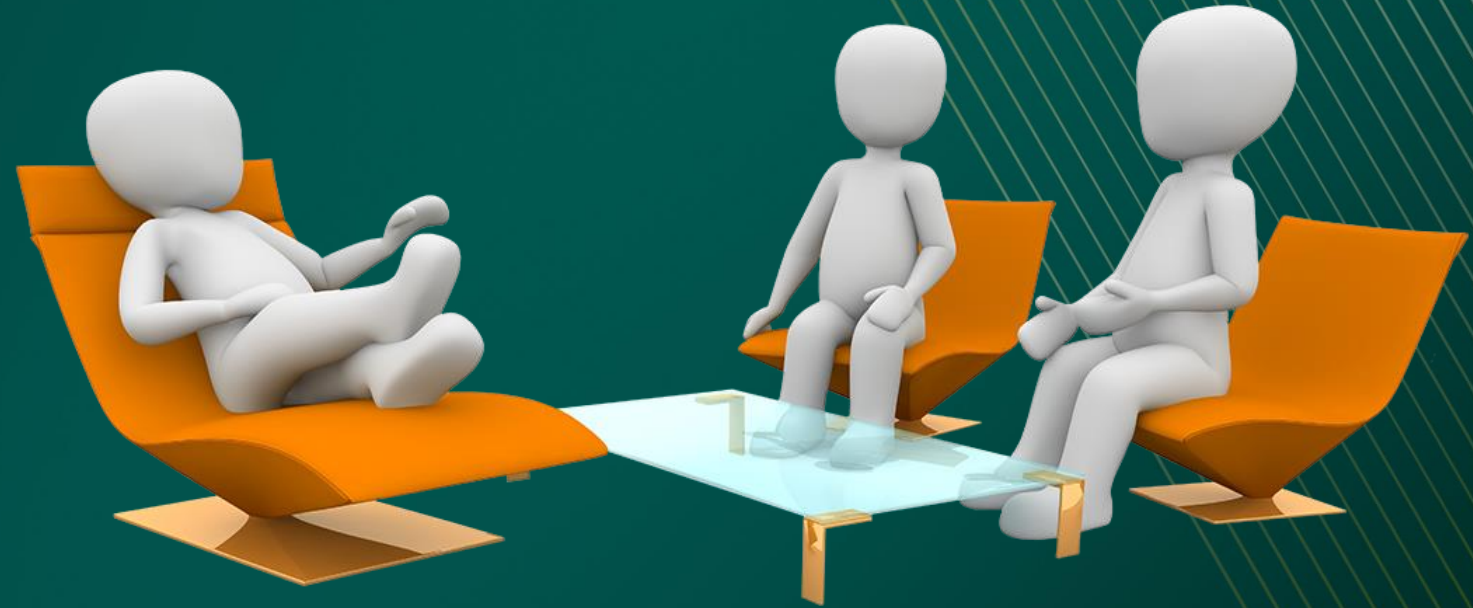
## Comunicación

Promoción de ventas, publicidad y relaciones públicas.



# RELACIONES PÚBLICAS

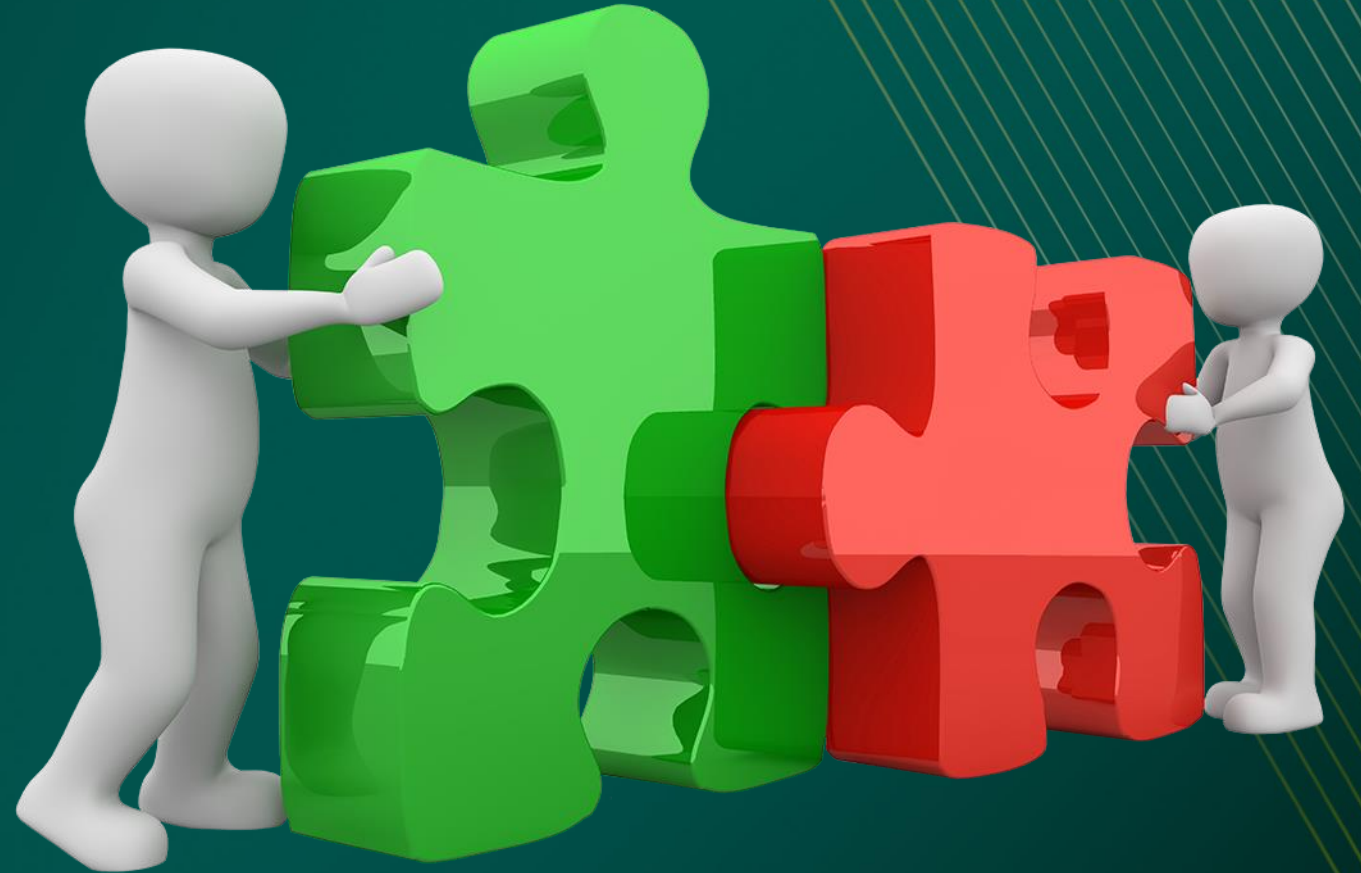
Es la función de mercadotecnia que evalúa las actitudes del público, identifica áreas dentro de la empresa que le interesarían a este y ejecuta un programa de acción para ganarse la comprensión y la aceptación del mismo.





# LAS RELACIONES PÚBLICAS AYUDAN A QUE UNA EMPRESA SE COMUNIQUE CON:

- Clientes.
- Proveedores.
- Accionistas.
- Funciones de gobierno.
- Empleados.
- Y la comunidad donde opera.

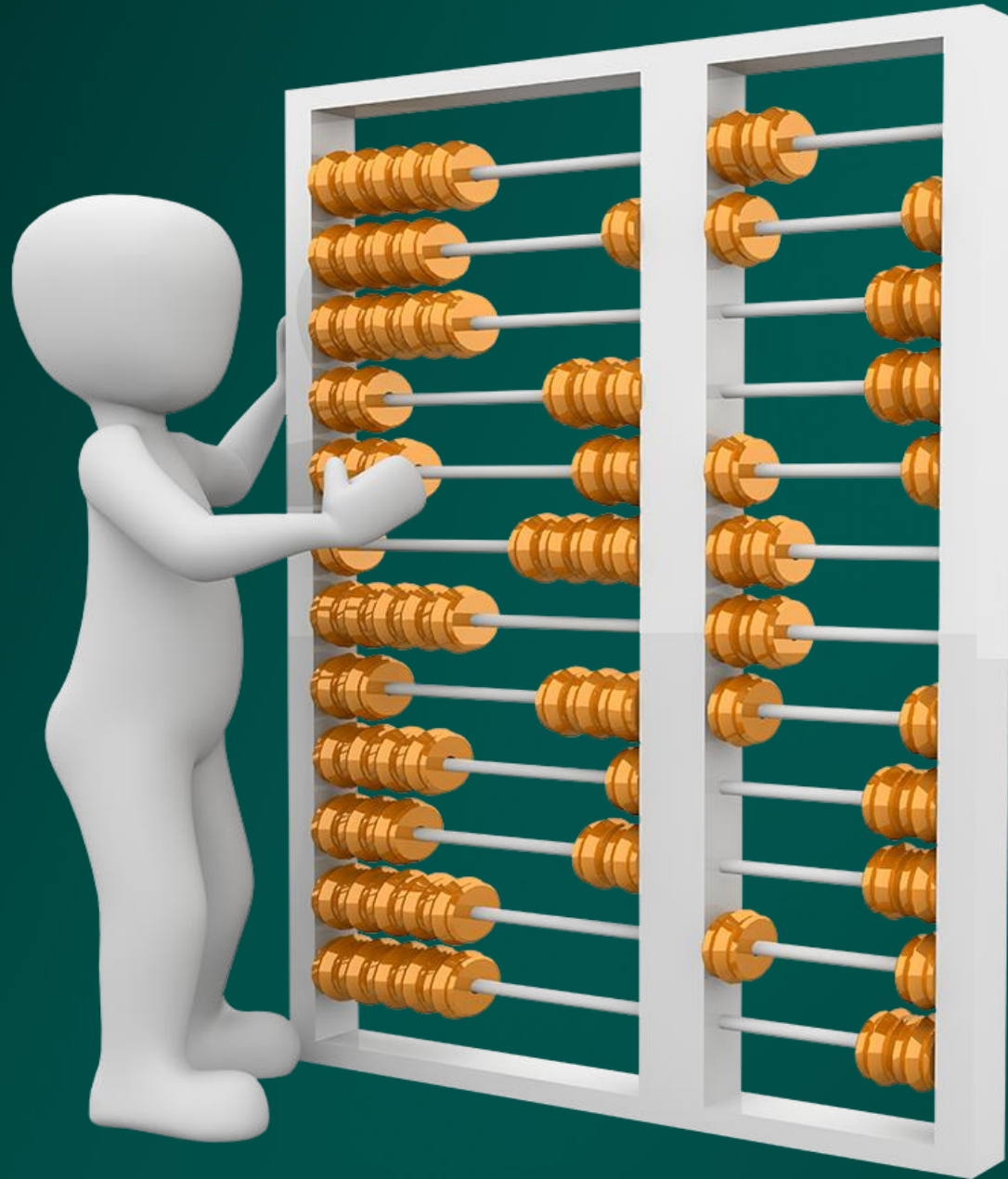


# PAPEL DE UN LIC. EN ADMINISTRACIÓN EN EL ÁREA DE MERCADOTECNIA

- **Análisis:** del mercado y su entorno de mercadotecnia para encontrar oportunidades atractivas y evitar amenazas externas. También debe analizar sus fortalezas y debilidades junto con las de su competencia, para determinar cuales oportunidades aprovechar mejor.
- **Planificación:** esto implica decidir qué objetivos, estrategias y tácticas de mercadotecnia ayudarán a la empresa a alcanzar sus objetivos generales.



# FINANZAS



# FINANZAS

De vital importancia es esta función, ya que toda empresa trabaja con base en constantes movimientos de dinero.

Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.

El área de finanzas tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros.



# ORIGEN DE LAS FINANZAS

La **palabra finanzas** viene del francés "finances" y ésta de la palabra latina "finatio", de la raíz "finis", que significa acabar o poner termino mediante pago.

En su **origen financiero** es pagar y su sentido se ha expresado a la manera de obtener dinero y a su empleo.



# CONCEPTO DE FINANZAS

Disciplina integrada por los conocimientos básicos relativos a la determinación de las necesidades monetarias de una empresa y a su satisfacción; contesta a las preguntas:

¿Cuánto dinero se necesita?

¿Dónde conviene conseguirlo?

¿Qué debemos hacer con el que no se utiliza?



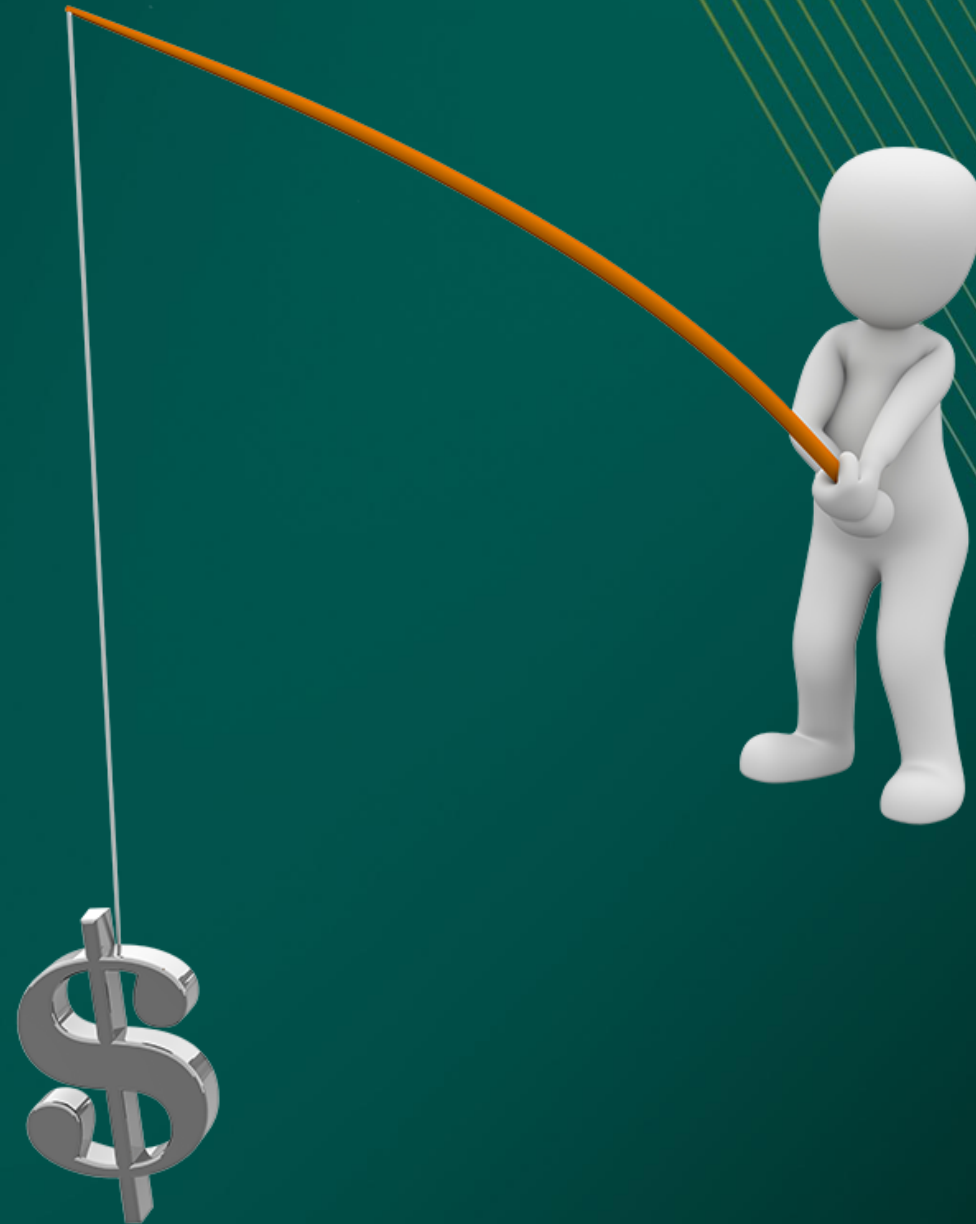
# OBJETIVO DE LAS FINANZAS

Se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de cada empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.



# LAS FINANZAS COMO ÁREA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

La importancia de la función financiera culmina por lo general en la creación de un departamento especial vinculado directamente con el presidente de la compañía, a través de un vicepresidente de finanzas.





# FUNCIONES

## 1. FINANCIAMIENTO

Planeación  
financiera.

Relaciones  
financieras.

Tesorería.

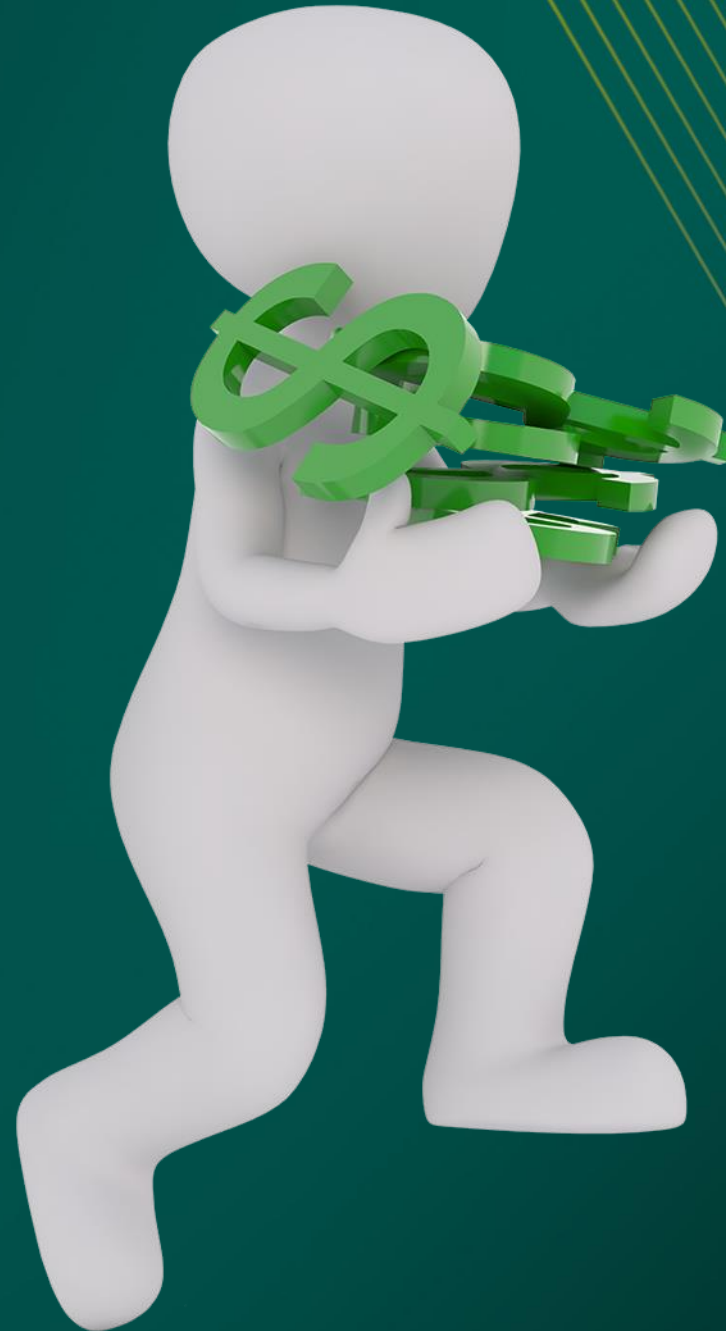
Obtención de  
recursos.

Inversiones.

# FUNCIONES

## 2. TESORERÍA

También está encargado de mantener relaciones con los bancos comerciales y con los banqueros de inversiones, preparar informes sobre la posición diaria de efectivo de la empresa, formular presupuestos de efectivo y de la administración del crédito y de los seguros.



# FUNCIONES

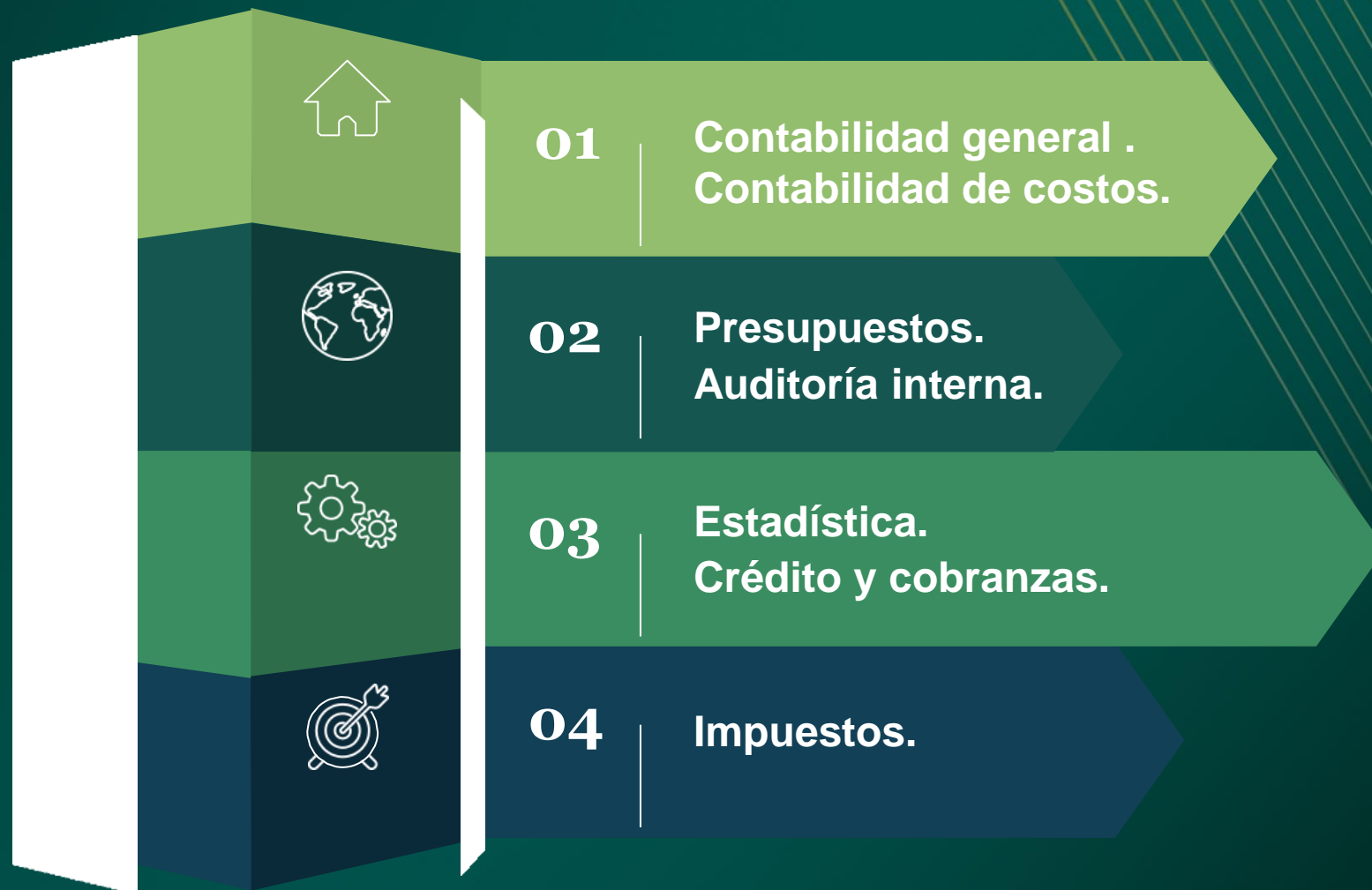
## 2. TESORERÍA

La tarea del tesorero consiste en coordinar las actividades financieras, como la planeación y la percepción de fondos, la administración del efectivo, la toma de decisiones de gastos de capital, la administración de la cartera de inversiones, la administración del fondo corporativo para pensiones.



# FUNCIONES

## 3. CONTRALORÍA



# FUNCIONES

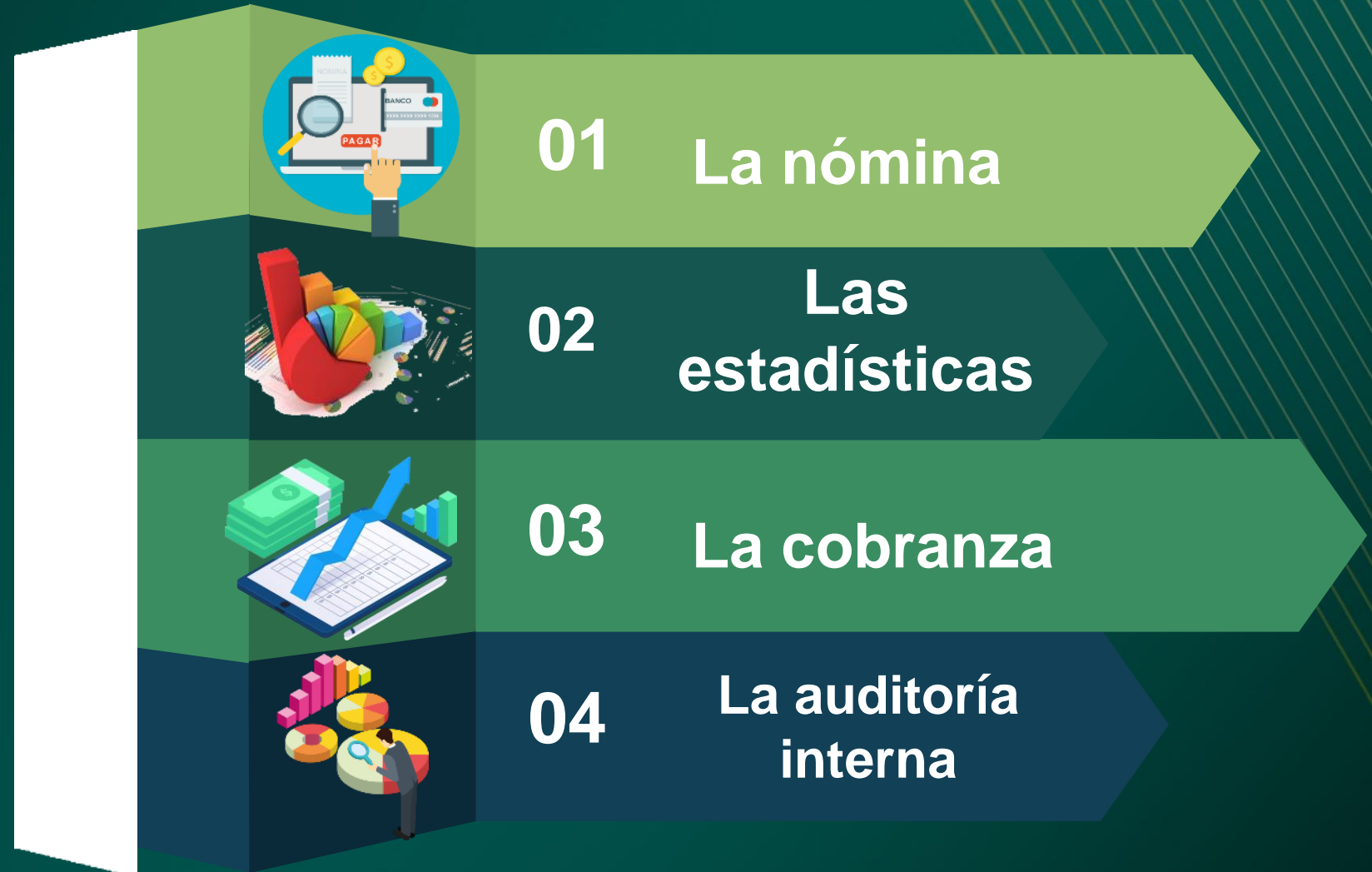
## 3. CONTRALORÍA

Las áreas de responsabilidad del contralor incluyen el establecimiento y el mantenimiento del catálogo de cuentas, así como todo lo relacionado con aspectos contables, como la administración fiscal (impuestos), el procesamiento de datos, la contabilidad de costos y la preparación de reportes financieros, esto implica por lo general la preparación de presupuestos y de estados financieros.



# OTRAS FUNCIONES DE LA CONTRALORÍA

## 3. CONTRALORÍA



# LOS DATOS Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL

El Big Data se define como aquella información que contiene un gran volumen de **datos estructurados** (datos que se encuentran en una base de manera ordenada) y **no estructurados** (datos sin formato específico) con los que cuenta la empresa y que se generan día a día.



# LOS DATOS Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL

El Big Data se resume en tres V:

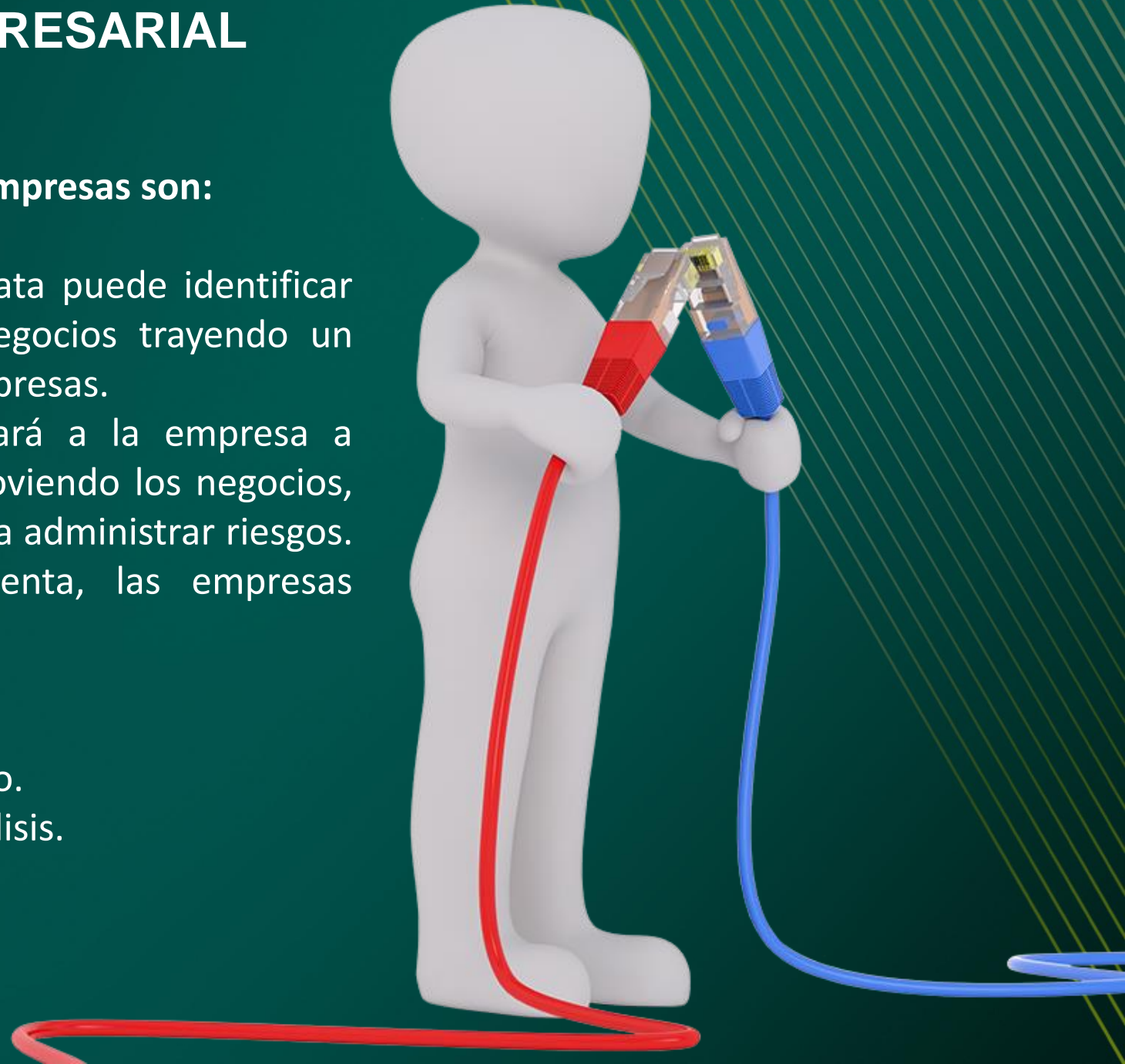
- **Volumen**, empresas recopilan datos de una variedad de fuentes.
- **Velocidad**, los datos se mueven en las empresas con mayor velocidad gracias al Internet de las Cosas.
- **Variedad**, los datos vienen en todo tipo de formatos



# LOS DATOS Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Las ventajas del Big Data para las empresas son:

1. **Reducción de costos.** El Big Data puede identificar formas eficientes de hacer negocios trayendo un ahorro significativo para las empresas.
2. Un análisis empresarial ayudará a la empresa a comprender cómo se están moviendo los negocios, así como a anticipar cambios y a administrar riesgos. Con ayuda de esta herramienta, las empresas pueden:
  - Aprovechar patrones de consumo.
  - Impulsar el rendimiento del negocio.
  - Gestionar el riesgo a través del análisis.

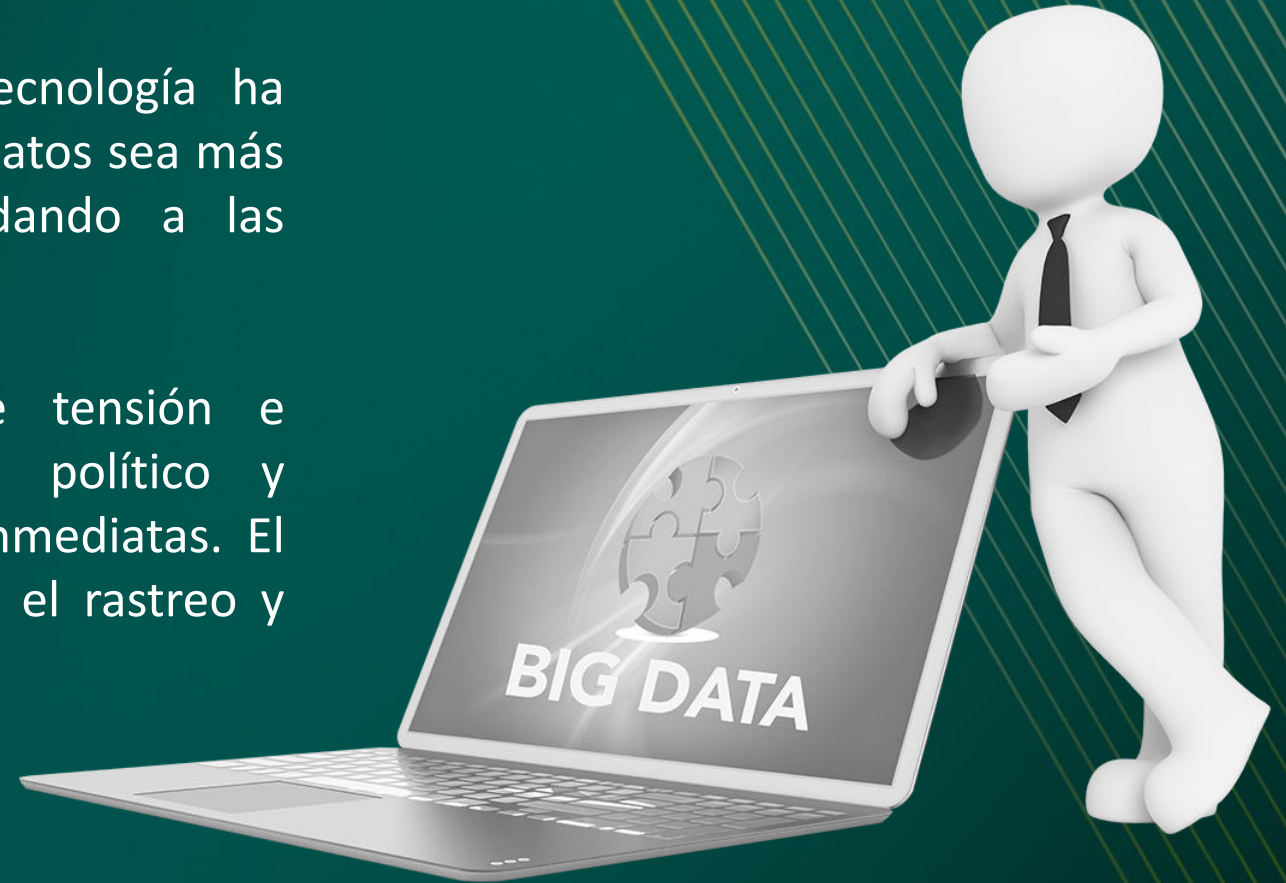


# LOS DATOS Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL

•**2. Ahorro de tiempo.** El avance de la tecnología ha permitido que el procesamiento y análisis de datos sea más rápido, más preciso y más eficiente ayudando a las organizaciones a ser competitivas.

Nuevamente, ante cualquier ambiente de tensión e incertidumbre en el ámbito empresarial, político y financiero, es importante tomar decisiones inmediatas. El Big Data favorece ese ahorro de tiempo con el rastreo y análisis de:

- Tendencias de compra.
- Monitorear la actividad de la competencia.
- Mantenerse al día con el comportamiento del consumidor.
- Gestionar gastos.



# LOS DATOS Y LA GESTIÓN EMPRESARIAL

**3. Comprensión del mercado.** Para lanzar cualquier producto o servicio al mercado el primer paso es entender cómo se mueve, qué necesita y por qué.

El segundo paso es analizar el comportamiento de los consumidores para tener el fundamento que permita respaldar si el producto o servicio tendrá éxito o no. Por último, lanzar el producto, y monitorear su comportamiento constantemente para tomar decisiones estratégicas e inteligentes.

El Big Data ayuda a las empresas con esta investigación. Las empresas que utilizan el análisis de datos a favor tienen mayor oportunidades de crecimiento ya que:

- Ayuda a identificar oportunidades comerciales.
- Convertir ideas en productos bien diseñados.
- Entregar esos productos y ofertas efectivamente.



**GRACIAS**

FACULTAD DE  
CONTADURÍA Y  
ADMINISTRACIÓN

**FCA**