

GUÍA COMPLETA PARA ADMINISTRAR UNA EMPRESA



RELACIONES LABORALES

1 Capacitación en asuntos laborales



AGENDA



- **Relación laboral**
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas

¿QUÉ ES UNA RELACIÓN LABORAL?



- Es la relación de **dependencia** que existe **entre dos personas** que se han puesto de **acuerdo** para que la una, voluntaria y libremente realice un **trabajo** para la otra o le preste un **servicio lícito**, a cambio de una **remuneración** o pago.
- Las personas que están en relación laboral tienen derechos y obligaciones que señala la ley por lo que deben cumplirse.

¿QUIÉNES ESTAN EN UNA RELACIÓN LABORAL?



- En la relación laboral quien trabaja se compromete personalmente y se le denomina “trabajador o trabajadora”.
- Quien emplea puede ser una persona o la empresa a través de su representante legal, se le denomina “empleador o empleadora”.

RECUERDA QUE...



- Cuando no se puede confirmar sobre acuerdos y condiciones pactadas en la relación laboral, la duda favorece al trabajador/a.
- Algunos derechos del trabajador no se pueden renunciar ni compensar económicamente, como la afiliación al Seguro Social.
- Es un derecho la estabilidad laboral y mantener la relación laboral salvo casos justificados.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO



- Relación laboral
- **Contrato individual de trabajo**
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



CONTRATO INDIVIDUAL

- Es aquel en que hay **acuerdo de voluntades** entre la parte trabajadora y la parte empleadora. La primera tiene la obligación de prestar servicios lícitos y personales bajo la dependencia de la segunda que debe pagarle la remuneración.
- Con el contrato de trabajo inicia la relación laboral luego de que se ha realizado el proceso de selección de personal.



¿CUÁNDO ES VÁLIDO EL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO?



- Se presume la validez en un contrato de trabajo, sea este expreso (oral o escrito) o tácito, siempre que exista:
 - Relación de dependencia entre un empleador/a (jefe) y un empleado/a (subalterno).
 - Horario establecido o condiciones de ejecución del servicio.
 - Pago de remuneración (la ley fija lo mínimo).
- Es importante recordar que no se puede establecer ninguna condición inferior a las que determina la ley, ni aún con aceptación expresa del trabajador/a.



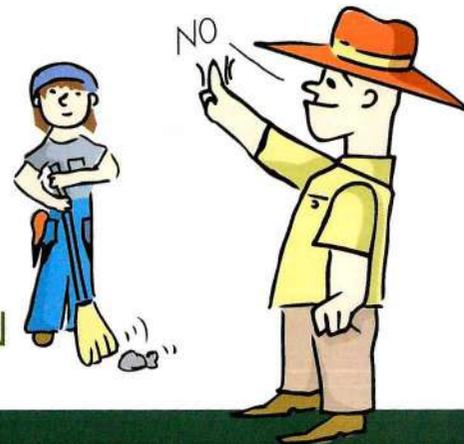
¿QUÉ PERSONAS PUEDEN SER CONTRATADAS?



- Para lograr la **inclusión** en espacios laborales de personas con discapacidad, es obligación de las empresas contratarlas.
- De acuerdo a la ley, al menos el 4% de todo el personal debe pertenecer a este grupo si existen al menos 25 personas trabajando.
- El trabajo debe ser real y adecuado a sus capacidades.



¿QUÉ PERSONAS PUEDEN SER CONTRATADAS?



- Las personas, hombres y mujeres en **igualdad de condiciones**, mayores de edad que puedan dar libre y voluntariamente su consentimiento de comprometerse en la relación laboral.
- Solamente si está garantizada la educación, los adolescentes mayores de 15 años, podrán trabajar en actividades permitidas y con la autorización por escrito de sus padres o representante legal. Su jornada será máximo de seis horas diarias y sólo pueden trabajar cinco días a la semana.



SE PROHIBE...



- El trabajo infantil, es decir, no pueden trabajar las niñas, los niños ni los adolescentes que no han cumplido 15 años de edad.
- El trabajo de adolescentes se prohíbe por riesgos de salud en minas, basurales, camales, canteras e industrias extractivas; en manipulación de sustancias explosivas, psicotrópicas, tóxicas en prostíbulos o zonas de tolerancia, lugares de juegos de azar, expendio de bebidas alcohólicas y con maquinarias peligrosas o ruidosas.



¿CUÁNTAS CLASES DE CONTRATOS INDIVIDUALES DE TRABAJO HAY?

Los contratos se clasifican de muchas maneras, los principales son:

- Por la forma de celebración hay contratos expresos, sean por escrito o solo convenidos oralmente (de palabra) o contratos tácitos.
- Por la forma de remuneración pueden ser por sueldo, por jornal y por participación (mixto).





¿CUÁNTAS CLASES DE CONTRATOS INDIVIDUALES DE TRABAJO HAY?

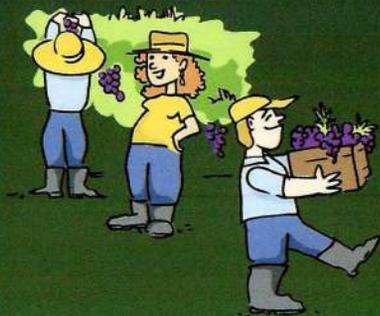


13 Capacitación en
asuntos laborales

- Por el tiempo de duración:
 - Por tiempo fijo y tiempo indefinido. El período a prueba de máximo 90 días al inicio de una relación laboral es una sola vez entre las mismas partes.

- Por la manera de ejecutar el trabajo:
 - Por obra cierta, por tarea y a destajo.

- Por la modalidad:
 - Contratos por temporada, servicio doméstico, agrícola.





VENTAJAS DEL CONTRATO ESCRITO



- Firmar un contrato de trabajo y registrarlo en la Inspectoría de Trabajo es tener un respaldo escrito de todo lo pactado.
- Permite a la parte empleadora exigir sus derechos. La parte trabajadora no necesita presentar un contrato escrito para exigir sus derechos.
- La falta de un contrato escrito no perjudica los derechos del trabajador/a. Es obligación del empleador/a probar las condiciones del contrato.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LA PARTE EMPLEADORA



- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- **Derechos y obligaciones de las partes**
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas

DERECHOS



- El empleador/a tiene, entre otros, **derecho a exigir** del trabajador/a lo siguiente:
 - Diligencia, obediencia y lealtad.
 - Cumplimiento responsable y eficiente de las labores encomendadas en el lugar y en la forma convenida.
 - Cumplimiento de horarios de trabajo y normas de seguridad, cuidado y/o higiene.
 - Trato con respeto y consideración.
 - Notificación con 15 días de anticipación en caso de renuncia voluntaria.

OBLIGACIONES



Las principales son:

- **Patrimoniales:**
 - Pago de remuneración, utilidades, bonificaciones y compensaciones.

- **No Patrimoniales:**
 - Afiliación al IESS, que incluye el Fondo de Reserva.

 - Garantía de un lugar de trabajo limpio y seguro con herramientas adecuadas.

Prevenir y poner en conocimiento de las autoridades cualquier caso de acoso laboral o acoso sexual cometido en el ámbito laboral.



PROHIBICIONES

- Discriminar por ningún motivo a ningún trabajador/a y no abusar de su autoridad.
- Establecer multas o castigos económicos al trabajador/a si no constan en la ley o en un reglamento interno que debe ser previamente aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LA PARTE TRABAJADORA



- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



DERECHOS

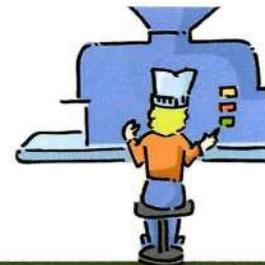


■ Los trabajadores/as tienen derecho a:

- Pago oportuno y completo de remuneración, bonificaciones, horas extras, comisiones, etc., e información completa sobre su rol de pagos.
- Días de descanso obligatorio semanal y feriados. Vacaciones anuales de acuerdo a la ley.
- Jornada semanal de 40 horas ordinarias y hasta 12 horas extraordinarias.
- Equipo y condiciones adecuadas.



OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR/A



- Las principales obligaciones del trabajador/a son las siguientes:
 - Ejecución del trabajo de acuerdo a lo pactado.
 - Cuidado de los bienes y materiales entregados por empleador/a.
 - Aviso de causa justificada de la ausencia al trabajo.
 - Trabajar horas extraordinarias en caso de emergencia.
 - Mantener un comportamiento respetuoso en el lugar de trabajo

REMUNERACIONES



- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



FORMA DE PAGO



- La **remuneración** es el sueldo, salario o jornal acordado entre empleador/a y trabajador/a. Puede ser pagado por mes, quincena, semana o por jornada según lo convenido. Siempre debe ser en dinero efectivo o cheque para pago inmediato.
- Recuerde que la **remuneración** nunca puede ser menor a la establecida por la ley y debe respetar igual trabajo igual remuneración, sin discriminación por edad, sexo, etnia, discapacidad, etc.



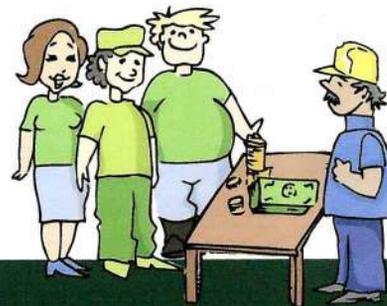
PAGO DE ANTICIPOS



- En los casos en que se haya pactado una remuneración por obra, deberá otorgarse un anticipo de la tercera parte del precio total a ser pagado.
- En los casos en que se haya establecido una remuneración por tarea, el trabajador tiene derecho a que se le pague semanalmente por los avances.



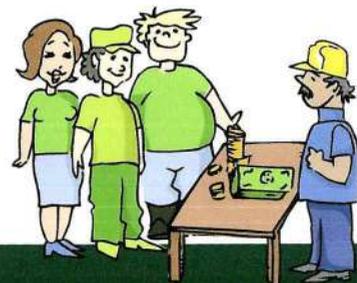
REMUNERACIONES



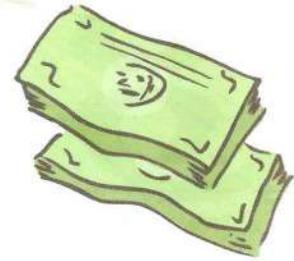
- **Salario básico unificado:**
 - El salario básico unificado es la mínima cantidad que debe ser pagada mensualmente al trabajador.
 - Se fija anualmente por la autoridad competente.
- **Décimo tercer sueldo**
 - Equivale a un salario básico unificado y se paga en el mes de diciembre.
- **Décimo cuarto sueldo**
 - Equivale a todo lo ganado en el año por el trabajador/a dividido para doce. Se paga en el mes de agosto en la región sierra y en el mes de marzo en la región Costa y el Oriente.



REMUNERACIONES



- Los operarios de talleres artesanales reciben su remuneración de acuerdo a la ley.
- Los trabajadores/as agrícolas reciben su remuneración quincenal, semanal o mensualmente incluyendo los valores proporcionales del décimo tercero y décimo cuarto sueldos.

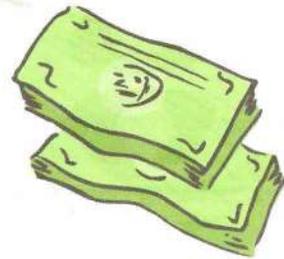


UTILIDADES

- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- **Utilidades**
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



UTILIDADES



- Anualmente, el 15% de las utilidades que genere una empresa, después de deducidos costos, pagados impuestos y realizadas las reinversiones que permite la ley, deben ser repartidas entre los trabajadores/as de dicha empresa tomando en cuenta las cargas familiares de cada uno, es decir, por el número de hijos dependientes y la pareja.

MATERNIDAD



- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- **Maternidad y paternidad**
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas

MATERNIDAD Y PATERNIDAD



- La mujer en período de alumbramiento o lactancia tiene derechos especiales que deben ser respetados por el empleador/a, entre los principales:
 - **Estabilidad laboral:** no se la puede despedir una vez que haya notificado de su estado de gestación. En caso de despido se la debe indemnizar conforme a la ley.
 - **Permiso de maternidad:** tiene derecho a ausentarse del trabajo dos semanas antes y 10 después del parto. Puede acumular vacaciones no gozadas.
 - **Permiso de paternidad:** el padre tiene derecho a 10 días de permiso en caso de parto natural y 15 días en caso de cesárea y partos múltiples.



MATERNIDAD Y PATERNIDAD

31 Capacitación en
asuntos laborales

- Durante el tiempo de permiso de maternidad la mujer trabajadora afiliada recibe el 25% de remuneración del empleador y del IESS el 75% restante. En caso de no haber afiliación el empleador/a deberá correr con todos los gastos hospitalarios así como con la totalidad de la remuneración por este período.

LACTANCIA



- Para garantizar el **derecho a la lactancia materna**, la mujer tiene una jornada reducida de máximo seis horas diarias hasta que su hijo/a tenga nueve meses de edad.
- Si hay más de 50 trabajadores/as debe existir servicio de guardería.
- Este derecho no puede compensarse en dinero ni de ninguna otra manera.

RIESGOS DEL TRABAJO



- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



RIESGOS DEL TRABAJO

- **Riesgo:** es toda eventualidad causada por el trabajo que una persona desempeña.
- **Obligaciones:** los empleadores/as están obligados a asegurar a los trabajadores/as con condiciones de trabajo que no pongan en peligro su salud o sus vidas, y los trabajadores/as están obligados a cumplir con todas las normas de seguridad que se les indique.



RIESGOS DEL TRABAJO



- **Condiciones de acuerdo a la actividad:** el empleador/a debe proveer y dotar al trabajador/a de ciertas condiciones mínimas de seguridad de acuerdo a la actividad. Por ejemplo, vestimenta y herramientas.
- **También debe generar otras condiciones** de seguridad tales como capacitación sobre el uso de maquinarias y reglamentos estrictos para los trabajadores.



RIESGOS DEL TRABAJO

- **Responsabilidad:** los empleadores asumen la responsabilidad sobre las enfermedades profesionales y los accidentes de trabajo que se ocasionen, salvo que el trabajador no cumpliera con los requisitos de seguridad exigidos.
- **Enfermedades profesionales:** son afecciones causadas por la actividad que realiza el trabajador/a y que producen incapacidad para trabajar.
- **Accidentes de trabajo:** son los imprevistos ocasionados en el trabajo y que provoquen lesiones en el trabajador.



RIESGOS DEL TRABAJO

- **Indemnizaciones:** el empleador/a está obligado a cubrir todos los costos para la recuperación de trabajador/a que no cubra el IESS, así como a indemnizarle en los casos de incapacidad permanente.
- Quien emplea está obligado inclusive a indemnizar a herederos del trabajador/a en caso de muerte.

TERMINACIÓN DEL CONTRATO LABORAL



- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



ALGUNAS CAUSAS DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO INDIVIDUAL

- **Acuerdo de las partes:** vencimiento del plazo estipulado, conclusión de la obra o del servicio.
- **Causas ajenas a la voluntad de las partes:** muerte o incapacidad del empleador/a o del trabajador/a, caso fortuito o fuerza mayor.
- **Voluntad solo del empleador/a:** por inasistencia, impuntualidad, indisciplina, desobediencia, falta de probidad, injurias graves, ineficiencia. Estas son causas de despido a través de un visto bueno.
- **Voluntad del trabajador/a por falta de pago**
- **Desahucio:** preaviso de una de las partes a otra de no continuar con la relación laboral.



ALGUNAS CAUSAS DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO INDIVIDUAL

■ Otras causas de suspensión del contrato:

- Servicio militar; desempeño de cargos públicos obligatorios
- Huelga y paro
- Traspaso del negocio



- PUESTO DE VENTA
¿DÓNDE VAN A ENCONTRAR MIS CLIENTES
EL PRODUCTO QUE VENDO?

PUESTO DE VENTA

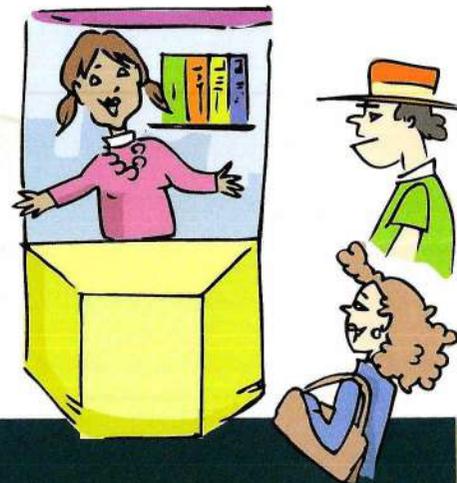


- Los productos deben llegar:
 - Al lugar adecuado
 - En el momento adecuado
 - En las condiciones adecuadas



PUESTO
DE VENTA

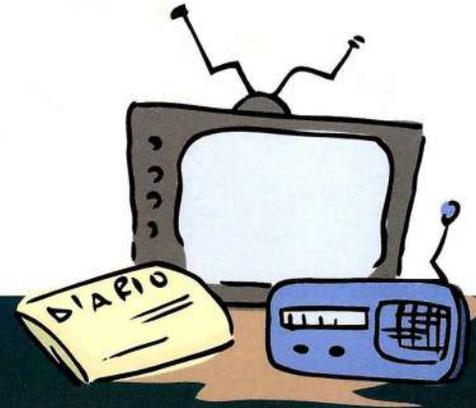
¿DÓNDE VAN A ENCONTRAR MIS
CLIENTES EL PRODUCTO
QUE VENDO?



- Defina cómo se va a entregar el producto o servicio al cliente:
 - Directamente
 - Por medio de distribuidores
 - Vender en bodega
 - Vender a domicilio
 - Vender desde un local comercial (definir el lugar)

● PRODUCTO
¿CÓMO DOY A CONOCER MI PRODUCTO?

PROMOCIÓN



- Publicidad
- Radio
- Tv
- Prensa escrita como periódicos y revistas
- Volantes





● PRODUCTO
¿CÓMO DOY A CONOCER MI PRODUCTO?

PROMOCIÓN

- Promoción de ventas
- Fuerza de venta, equipo de vendedoras y vendedores
- Relaciones públicas
- Visitas personalizadas a cada cliente
- Reuniones
- Comunicación interactiva
- Marketing directo por correo
- Correo electrónico
- Catálogos virtuales
- Webs
- Ventas por televisión
- Ferias comerciales



PROMOCIÓN

¿CÓMO DOY A CONOCER
MI PRODUCTO?



- La promoción es ofrecer, informar y orientar al cliente para comprar el producto o servicio que vende la empresa; es el mensaje de venta.



• PRODUCTO
¿QUÉ VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



21 Marketing - Merodeo

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



1. Investigación y desarrollo



2. Lanzamiento



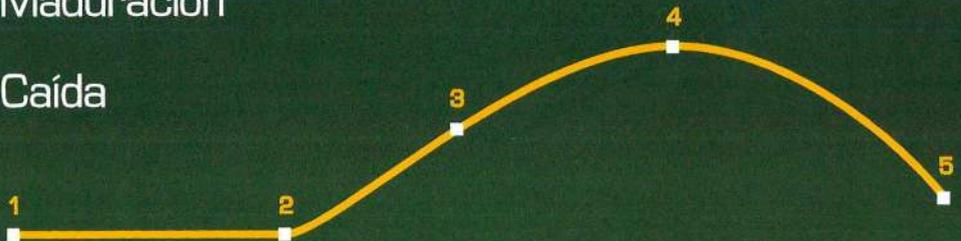
3. Crecimiento



4. Maduración



5. Caída





● PRODUCTO
¿QUÉ VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



¿DETALLE DEL PRODUCTO?

- Producción del producto
- Presentación del producto
- Desarrollo del nombre y de la marca
- Características del empaque
- Características de la etiqueta
- Características del envase

• PRODUCTO
¿QUÉ VENDÓ? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



¿CUÁL ES MI VENTAJA
COMPETITIVA CON MI
PRODUCTO EN ESTE MERCADO?



19 Marketing - Mercado



- ¿Cuál es el valor agregado de mi producto o servicio?
- ¿Por qué mi producto o servicio es mejor que los demás?
- ¿Cuál es la razón por la que las y los clientes compran mi producto y no el de la competencia?

• PRODUCTO
¿QUÉ VENDO? ¿ES PRODUCTO O SERVICIO?

PRODUCTO



- Al producir el producto se podrá definir qué materiales, maquinaria, personal e insumos se necesitan.





PRODUCTO

¿QUÉ VENDO?
¿ES PRODUCTO O SERVICIO?



- Son todos los objetos materiales o bienes, servicios, entre otros, que se ofrecen en un mercado para uso o consumo y que satisfacen la necesidad o deseo del cliente.





PRODUCTO

¿Qué vendo?
¿Es producto o servicio?

PROMOCIÓN

¿Cómo doy a conocer mi producto?

PUESTO DE VENTA

¿Dónde van a encontrar mis clientes el producto que vendo?

PRECIO

¿Cuánto pagarán mis clientes por el producto o servicio?

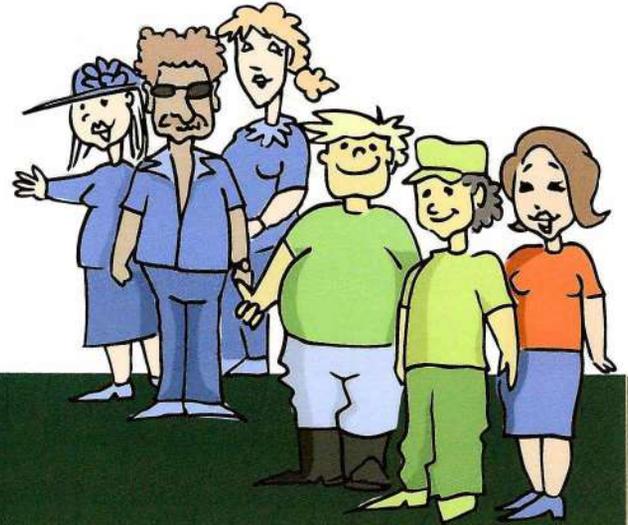
4 P'S



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

COLABORADORES
Y
COLABORADORAS

¿QUIÉN QUIERE COLABORAR?



- ¿Quién está en mi equipo?
- ¿Cómo organizo los puestos y las funciones en mi empresa?





• **COMPETIDORES**

¿QUÉ PODEMOS HACER
MEJOR QUE OTRAS EMPRESAS?



■ ¿En qué se diferencia mi producto o servicio del de la competencia?

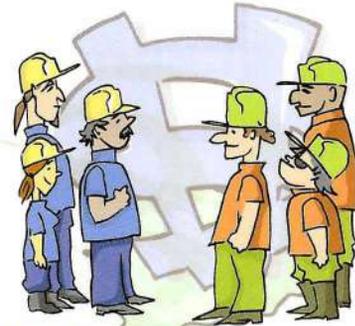
- En precios
- En calidad
- En durabilidad
- En cantidad



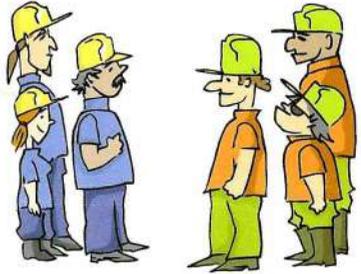


• COMPETIDORES

¿CÓMO PUEDO ALCANZAR EL ÉXITO EN ESTE MERCADO?



- ¿Cómo está mi competencia alcanzando el éxito en este mercado?
- ¿Es la manera más efectiva?
- ¿Cuáles son los modos alternos para alcanzar el éxito en este mercado?



COMPETIDORES

¿QUÉ PODEMOS HACER MEJOR QUE OTRAS EMPRESAS?



11 Marketing - Mercedes



- ¿La competencia es exitosa en este mercado?
- ¿La competencia provee un producto o servicio similar?
- ¿Cuál es la participación de mercado de mis tres más grandes competidores en el mercado?
- ¿Cuál es el precio de los productos de la competencia?
- ¿Cuáles son las estrategias de promoción?
- ¿Cuáles son sus canales de distribución y puestos de venta?

COMPAÑÍA



¿QUÉ PODEMOS
HACER PARA QUE SEA RENTABLE?



ID Marketing - Mercaideo

- Localización
- Actividad
- Figura legal
- Posición que se desea alcanzar





CLIENTES

¿QUÉ QUIEREN LOS CLIENTES?



8 Marketing = Mercadeo



- ¿Quién es mi cliente?
- ¿Cuál es la edad, nivel de estudios y nivel socio económico del cliente?
- ¿Cuáles son las preferencias y gustos del cliente?
- ¿Cuál es el principal problema o necesidad del cliente?
- ¿Cuáles de sus necesidades pueden ser cubiertas por los productos o servicios de esta empresa?
- ¿Cuáles son sus costumbres?
- ¿Cuál es el medio donde viven?
- ¿Cuál es la tendencia del mercado en modas, gustos, etc.?
- ¿Qué es lo que las y los clientes esperan de este tipo de producto o servicio?
- ¿Prefieren los clientes calidad o precios bajos?

CONTEXTO

¿QUÉ COSAS SON POSIBLES?



¿QUÉ DEBEMOS ANALIZAR?

- ¿Cuál es el tamaño del mercado?
- ¿Existe crisis o auge de la economía del país y de la región donde quiero poner la empresa?
- ¿Cuál es la tendencia de crecimiento?
- ¿Existe algún evento o desastre natural que cambie las condiciones económicas de la región?
- ¿Hay espacio para crecer en el mercado?
- ¿La industria está creciendo, está saturada o decreciendo?
- ¿Cuál es el costo de transporte y distancias en la región?


SQUEL

Marketing - Mercado





¿QUÉ DEBEMOS ANALIZAR?

ANÁLISIS COMERCIAL

CONTEXTO
¿Qué cosas son posibles?

CLIENTES
¿Qué quieren los clientes?

COMPAÑÍA
¿Qué podemos hacer rentablemente?

COMPETIDORES
¿Qué podemos hacer mejor que otros?

COLABORADORES
¿Quién quiere ayudarnos?

ELEMENTOS DEL MARKETING



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



- El éxito de la persona emprendedora es mejorar la manera de hacer las cosas, idearse formas de marcar la diferencia con la competencia.

¿QUÉ ES EL MARKETING O MERCADEO?

- El **marketing** identifica las necesidades, gustos y deseos de las y los clientes, y permite a la persona emprendedora analizar qué productos y qué servicios debe producir para satisfacer esas necesidades y gustos de consumidores y/o clientes.



¿QUÉ ES EL MERCADO?



- El **mercado** es el lugar donde intervienen quienes compran y venden para intercambiar productos o servicios.



EL MERCADO Y EL MARKETING



- **EL MERCADO**
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

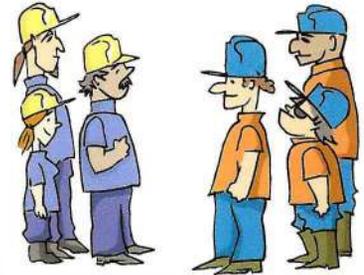


MARKETING Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1 Marketing - Mercedes



MANEJO DE CONFLICTOS



- El diálogo y la negociación son la mejor manera de lograr acuerdos y manejar conflictos de manera pacífica y oportuna.
- Los compromisos se cumplen fácilmente y la relación se fortalece entre las partes pues previamente se analizan varias opciones viables.
- Se debería recurrir a métodos como el arbitraje o a acciones judiciales solamente después de haber intentado una mediación.

VENTAS Y DERECHOS DEL CONSUMIDOR



Derechos

- Elegir con libertad
- Exigir óptima calidad
- Recibir información
- Recibir protección
- Recibir educación
- Recibir auspicio del Estado
- Garantizar trato con equidad
- Garantizar tutela
- Garantizar seguridad y acceso
- Acceder a los mecanismos de exigibilidad
- Acceder a los mecanismos de reclamo y de reparación

Obligaciones

- Informarse
- Cuidar la salud
- Racionalidad y responsabilidad en el consumo
- Cuidado del ambiente

VENTAS Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES



- El Ecuador tiene una Ley Orgánica de Derechos del Consumidor para proteger a las personas que compran productos, bienes o servicios y les dan vías para reclamar estos derechos.
- Para cada derecho del consumidor existe una obligación que debe cumplir quien vende.



VAMOS A APRENDER...

43 Ventas

- ¿Qué es una venta?
- Proceso de ventas
- Conocimientos técnicos del vendedor/a
- Habilidades personales del vendedor/a
- Costo y control de la venta
- Derechos de los consumidores

SISTEMA DE SUPERVISIÓN Y CONTROL



PLAN DE VENTAS	COSTOS
% de cumplimiento de cuotas (¿cumplí con lo que había planificado vender?)	Nº de clientes nuevos
Volumen de ventas total que tuve	Nº de clientes perdidos
Ventas promedio por cliente	Nº de clientes activos
% de devoluciones por cliente	Ventas de productos nuevos
% de atraso de pagos de mis clientes	Nº visitas realizadas por día
% de incobrables	Nº visitas efectivas que me dieron ventas por día
	Nº visitas anuales por cliente



COSTO DE LA VENTA

41 Ventas

PLAN DE VENTAS	COSTOS
Gastos de equipo de ventas	
Gastos de distribución	
Gastos de promoción y publicidad	

VAMOS A APRENDER...



- ¿Qué es una venta?
- Proceso de ventas
- Conocimientos técnicos del vendedor/a
- Habilidades personales del vendedor/a
- Costo y control de la venta
- Derechos de los consumidores

10 CONSTRUIR CONFIANZA



39 Ventas



A través de:

- Trato amable y personalizado
- Acoger las sugerencias de los y las clientes
- Atención oportuna

10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

9 SATISFACER CLIENTES



Para ello debemos:

- Cuidar la **calidad** del producto
- Cuidar nuestra educación
- Respetar
- Ser considerado
- Ser rápido en la atención



10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

8 MANTENGA SIEMPRE PASIÓN POR VENDER



37 Ventas

- Antes de estar frente a un cliente **tenga en mente lo que quiere obtener con esa venta.**
- Apartir de ahora **venda de manera divertida, seductora y fascinante.**
- **Aprenda a escuchar;** a ver y a sentir cada movimiento y reacción del cliente.
- **Busque la sintonía con su cliente.**
- **Demuestre firmeza y seguridad.**



10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

7 CONVENCER A TRAVÉS DE LA PALABRA



Lenguaje adecuado significa:

- Usar palabras que conecten como: "y, como, así, además, desde".
- Evitar el uso de "no" ya que eso genera rechazo en el cliente.
- Evitar palabras "pero, aún, sin embargo, a pesar, aún así, por otra parte, ya que descalifican y borran la opinión del cliente.

10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

6 AYÚDESE A AVANZAR



■ Mire hacia adelante con:

- Ambición
- Apertura
- Aceptación
- Flexibilidad
- Confianza
- Serenidad
- Disposición
- Claridad

5 MEJORE AUTOESTIMA



- Piense que vender es una elección para usted y no una obligación.
- Ser exitoso depende de usted y la buena imagen que refleja

4 CONOCER A MIS CLIENTES

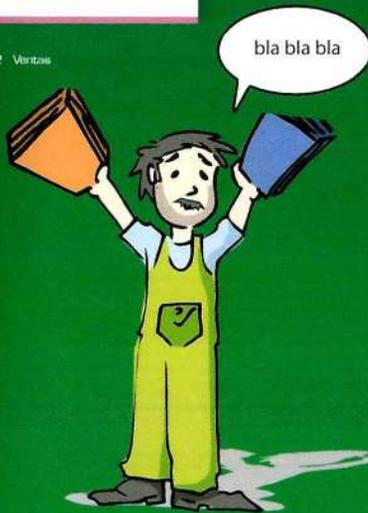


Tenemos clientes en todas las áreas de vida:

- En la vida personal, mi cliente es mi familia, mis hijos, mis compañeros de trabajo, mi jefe, etc.
- En la vida laboral, mi cliente es aquella persona a la que le vendo mi producto o servicio.

10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

3 COMUNICACIÓN EFECTIVA



- Actitud y comunicación no verbal **55%**
- Tono de la voz en comunicación verbal **38%**
- Palabras **7%**



10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

2 DEMUESTRE AUTENTICIDAD



31 Ventas



- Por esto es muy importante mostrar coherencia entre pensar, decir, hacer y parecer.
- Quien compra suele llevarse por la primera impresión de quien vende.



10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

1 VISUALIZAR EL RESULTADO DE LA VENTA

- Concéntrese en lo que quiere lograr al final de la venta. Trate de ver eso que quiere lograr como una realidad antes de siquiera empezar la venta.
- Busque personas que hayan obtenido lo que querían en la venta y aprenda su estrategia para lograr lo suyo.
- No solo piense en lo que quiere lograr sino en cuándo lo quiere lograr. Es muy importante definir el tiempo de cierre de la venta.





10 CONSEJOS QUE DEBEMOS SEGUIR

¿QUIERE TENER UNA
VENTA EXITOSA?



- REPÍTASE MENSAJES POSITIVOS
- LAS VENTAS DIFÍCILES SON UN RETO
- SI NO SABE, PREGUNTE Y APRENDA



¿HABILIDADES PERSONALES DEL VENDEDOR/A?



Existen dos tipos de lenguajes que usamos para comunicarnos y para vender:

- **Lenguaje verbal:** cuando utilizamos la voz.
- **Lenguaje no verbal:** cuando utilizamos gestos o cualquier forma de comunicación que no sea la voz.



¿Cómo programamos nuestra mente y nuestra actitud para que nuestro lenguaje verbal y no verbal sea el adecuado a la hora de vender?

VAMOS A APRENDER...



- ¿Qué es una venta?
- Proceso de ventas
- Conocimientos técnicos del vendedor/a
- **Habilidades personales del vendedor/a**
- Costo y control de la venta
- Derechos de los consumidores



25 Ventas

• CONOCIMIENTOS TECNICOS DEL VENDEDOR/A

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR/A?

TÉCNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO PARA:

Rutas - Visitas - Planeamientos para la venta - Informes de las ventas realizadas



• CONOCIMIENTOS TÉCNICOS DEL VENDEDOR/A

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR/A?



CONOCIMIENTOS DEL SECTOR EN EL QUE ESTÁ SU EMPRESA, SUS PRODUCTOS O SERVICIOS:

Competencia - Ventajas - Desventajas



● CONOCIMIENTOS TÉCNICOS DEL VENDEDOR/A

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR/A?



23 Ventas

CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO

Gama - Características - Ventajas diferenciales sobre su competencia
Beneficios que trae la venta del producto en términos financieros



• CONOCIMIENTOS TÉCNICOS DEL VENDEDOR/A

¿QUÉ DEBE SABER UN VENDEDOR/A?



22 Ventas

CONOCIMIENTO DE LA EMPRESA

Historia - Organización - Procedimientos - Contexto



VAMOS A APRENDER...



- ¿Qué es una venta?
- Proceso de ventas
- **Conocimientos técnicos del vendedor/a**
- Habilidades personales del vendedor/a
- Costo y control de la venta
- Derechos de los consumidores



• EL PROCESO DE VENTAS

SERVICIOS POSTVENTA



■ Siga estas ideas:

- Una vez que nos ha comprado, no es el final del camino, tan solo es **"EL INICIO DE NUESTRO TRABAJO"**.
- Volver a contactar al mismo cliente más fácil y rápido si lo hicimos bien la primera vez.
- La sostenibilidad de la empresa está en la **LEALTAD** de un cliente, que compre una y otra y otra vez.
- Es **más rentable fortalecer la relación con clientes antiguos** que buscar nuevos.



• EL PROCESO DE VENTAS



SERVICIOS POSTVENTA



- Los servicios de postventa pueden incluir las siguientes actividades:

- Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones de envío
- Verificación de una entrega correcta
- Instalación
- Asesoramiento para un uso apropiado
- Garantías en caso de fallas de fábrica
- Servicio y soporte técnico
- Posibilidad de cambio o devolución en caso de no satisfacer las expectativas del cliente
- Descuentos especiales para compras futuras

Post - venta



SERVICIOS POSTVENTA

■ **POST + VENTA =**
Después de la venta

- Los servicios de postventa tienen el objetivo de asegurar la lealtad del cliente.
- En esta etapa la empresa puede dar un valor agregado que no espera el cliente pero que puede dar como resultado su lealtad hacia la marca o hacia la empresa.



● EL PROCESO DE VENTAS

LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE DE VENTAS



- Los 3 pilares de la presentación del mensaje de ventas son:
 - **Las características del producto:** lo que es el producto en si, sus atributos.
 - **Las ventajas:** aquello que lo hace superior a los productos de la competencia.
 - **Los beneficios que obtiene el cliente:** aquello que busca el cliente.



• EL PROCESO DE VENTAS

LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE DE VENTAS



- El mensaje de ventas debe ser adaptado a las necesidades y deseos de los clientes.
- El discurso de memoria tiene poca efectividad.
- Un nuevo estilo de ventas garantiza participación activa del cliente y su satisfacción con el servicio y el producto.

Buen mensaje
de ventas



LA PRESENTACIÓN DEL MENSAJE DE VENTAS

- Contar la historia del producto al consumidor, realizando los siguientes pasos, que son denominados los pasos AIDA:

<u>CAPTAR</u>	<u>LA</u>	A	<u>TENCIÓN</u>
<u>CONSERVAR</u>	<u>EL</u>	I	<u>NTERÉS</u>
<u>PROVOCAR</u>	<u>UN</u>	D	<u>ESEO</u>
<u>OBTENER</u>	<u>LA</u>	A	<u>CCIÓN</u>



ACERCAMIENTO AL ENTORNO DEL CLIENTE

- Definir calendario de actividades

Cronograma: ¿Cuántas ventas? ¿En cuánto tiempo?

Plan a seguir con cada cliente o grupo de clientes.

CLIENTE				
	PRODUCTO			
	ESTRATEGIA DE VENTAS			
ACTIVIDADES	1er. Trimestre	2do. Trimestre	3er. Trimestre	4to. Trimestre



ACERCAMIENTO AL ENTORNO DEL CLIENTE

- Preparación de la presentación de ventas pensando en lo que quiere el cliente:

Con la información del cliente en las manos se prepara una presentación de ventas adaptada a las necesidades o deseos de cada cliente. Para preparar esta presentación SE DEBE tener:

Lista de características del producto

Características del producto convertidas en beneficios del cliente

Ventajas de mi producto respecto de la competencia

Acercamiento
al entorno
del cliente



ACERCAMIENTO AL ENTORNO CLIENTE



■ Etapa 1.- Investigación de las particularidades de cada cliente

- Nombres completos
- Edad aproximada
- Sexo
- Situación familiar
- Nivel de educación
- Pasatiempos
- Productos similares que usa actualmente
- Motivos por los que los usa
- Qué piensa de ellos
- Estilo de compra, etc.



• EL PROCESO DE VENTAS

BÚSQUEDA DE CLIENTES



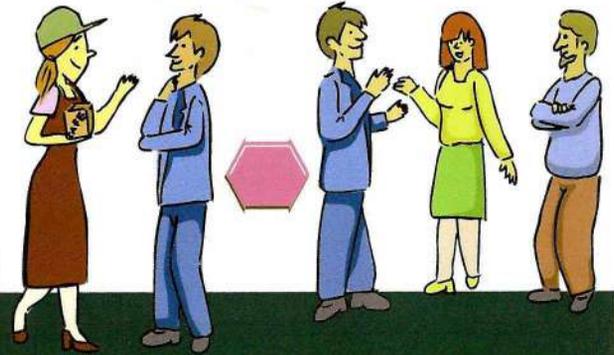
■ Etapa 2.- Identificar si hay capacidad de compra

- ¿Tienen capacidad económica?
- ¿Tienen autoridad para decidir la compra?
- ¿Tienen disposición para comprar?
- ¿Tienen perspectiva de crecimiento y desarrollo?

Búsqueda de
clientes



BÚSQUEDA DE LOS/LAS CLIENTES



■ Etapa 1.- Identificar a los clientes

- ¿Quiénes pueden ser nuestros futuros clientes?

Se debe buscar en diferentes fuentes:

- Datos de la misma empresa.
- Referencias de los clientes actuales.
- Referencias en reuniones con amistades, familia y personas conocidas.
- Empresas o compañías que ofrecen productos o servicios similares o que complementan el producto o servicio que se vende.
- Grupos o asociaciones.
- Periódicos y directorios.

EL PROCESO DE VENTAS

- Hay 4 etapas que da el vendedor/a para que el comprador desee su producto o servicio:



Búsqueda de clientes



Acercamiento al entorno del cliente



Buen mensaje de venta



Post-venta



■ PROCESO DE VENTAS

VAMOS A APRENDER...



- ¿Qué es una venta?
- **Proceso de ventas**
- Conocimientos técnicos del vendedor/a
- Habilidades personales del vendedor/a
- Costo y control de la venta
- Derechos de los consumidores

TODO BUEN VENDEDOR/A DEBE...



- Conocer su producto al detalle.
- Conocer el mercado, competidores y precios.
- Conocer las necesidades del/a cliente/a.
- Conocer la capacidad económica del/a cliente.
- Estar absolutamente convencido de las ventajas de sus productos.
- Saber cuál es “el nexo más importante” dentro del contexto general del mercado.
- Tener una actitud positiva.



- La venta de un producto o la entrega de un servicio es la base fundamental de toda empresa.
- Para que una venta sea exitosa, la empresa y el vendedor/a debe conocer la oferta y la demanda de su mercado.

¿QUÉ ES UNA VENTA?



- La **función de compra** significa buscar y evaluar productos y servicios.
- La **función de venta** requiere promocionar el producto.





■ ¿QUÉ ES
UNA VENTA?

¿QUÉ ES UNA VENTA?



- La **función de compra** significa buscar y evaluar productos y servicios.
- La **función de venta** requiere promocionar el producto.





3 Ventas



■ ¿QUÉ ES
UNA VENTA?

VAMOS A APRENDER...



- ¿Qué es una venta?
- Proceso de ventas
- Conocimientos técnicos del vendedor/a
- Habilidades personales del vendedor/a
- Costo y control de la venta
- Derechos de los consumidores

VENTAS Y DERECHOS DE CONSUMIDORES

1 Ventas





PROBLEMAS CON EL SRI



■ Notificaciones del SRI:

- En general, toda notificación del SRI o cualquier problema que se presente debe ser atendido inmediatamente pues mientras más tiempo transcurra más cara será la solución del problema.
- En caso de tener dudas sobre las obligaciones se debe consultar primero a un abogado o al SRI antes de actuar.



PROBLEMAS CON EL SRI

- ¿Qué hacer si he cometido un error en la declaración el pago?
 - El SRI acepta correcciones a las declaraciones de IVA e Impuesto a la Renta siempre y cuando estas sean realizadas dentro del plazo determinado por la ley y por iniciativa del contribuyente.
 - En caso que sea el SRI quien descubra el error o falsedad se iniciará un proceso que terminará con la exigencia del pago de los impuestos adeudados, intereses y multas.



PROBLEMAS CON EL SRI

- ¿Qué hacer si ha pagado impuestos en exceso?
 - Todo pago en exceso de impuestos o retenciones que se haya realizado pueden ser reclamadas al SRI para que sean devueltas.
 - Se recomienda guardar todas las facturas, comprobantes de venta, retenciones, etc.

PROBLEMAS CON EL SRI



- Están dados por errores o descuidos del contribuyente cuando:
 - No se realiza la declaración a tiempo o esta sea presentada con errores.
 - No se realiza el pago de los impuestos adeudados o el pago se realice en exceso o por un valor inferior al adeudado.

¿QUÉ ANALIZAREMOS?

- Los organismos tributarios (SRI, Gobiernos Autónomos Decentralizados)
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- El Régimen Impositivo Simplificado RISE
- Impuesto a la renta IR, al valor agregado IVA y a los consumos especiales ICE
- Facturas y notas de venta
- Retenciones
- Problemas con el SRI



30 Módulo de Introducción a los Aspectos Tributarios de una Microempresa

NOTA DE VENTA

DATOS DE LA IMPRENTA
VALIDEZ

DESCRIPCIÓN DEL BIEN O SERVICIO

DESTINATARIO

VALOR TOTAL INCLUYENDO IMPUESTO

PRECIO DEL BIEN O SERVICIO INCLUYENDO IMPUESTO

DIRECCIÓN DE LA MATRIZ Y DEL ESTABLECIMIENTO EMISOR (CUANDO CORRESPONDA)

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN (OTORGADO POR EL SRI)
RAZÓN SOCIAL
RUC

NOMBRE COMERCIAL (OPCIONAL)

NUMERACIÓN

No. 0001

Serie 001-001

Aut. SRI: 1106859515

Pablo Ruben Caballero Lora

1713428066001

09 0403195

09 0403195

www.esquel.com.ec

CABALLERODESIGN.NET



DENOMINACIÓN

NOTA DE VENTA

* IDENTIFICACIÓN DEL ADQUIRIENTE

FECHA DE EMISIÓN

REFERENCIA

CANT.

DESCRIPCIÓN

4 CANTIDAD Y PRECIOS

5

Pablo Caballero L.

09 0403195

09 0403195

www.esquel.com.ec

RECIBIDO POR EL CLIENTE

VALOR TOTAL

* Cuando el monto de la transacción supere los 200 USD o cuando la venta se realice a contribuyentes que requieren sustanciar costos y gastos para efectos de la determinación del Impuesto a la Renta



28 Módulo de Introducción a los Aspectos Tributarios de una Microempresa

FACTURA

DENOMINACIÓN
 NUMERACIÓN
 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN
 (OTORGADO POR EL SRI)
 RAZÓN SOCIAL COMPRADOR
 RUC COMPRADOR
 FECHA DE EMISIÓN
 DIRECCIÓN COMPRADOR
 NÚMERO DE GUIA DE REMISIÓN (CUANDO CORRESPONDA)

FACTURA

No.0000070
 Serie 001-001
 Autorización No. 1105774873

CLIENTE/RUC

INFO/FECHA/CIUDAD

EXCLUSIVIDAD Y VANGUARDIA

MARIA PAZ TERÁN ARELLANO
 1712083623001
 Av. 6 de Diciembre N26-169 y de Ntra. Sra. Milagrosa,
 Torre de oficinas, 3er Piso, Of. 202, QUITA, Ecuador
 Telf: (593 2) 2239875 2901253 2559186
 Cel: (593 9) 9710310
 www.mariapazteran.com

Referencia:

Cont.	Descripción	V. Unitario	V. Total

Debe y pagare incondicionalmente y sin protesta a la orden de Maria Paz Terán el total del valor indicado en esta factura hasta el plazo acordado, los impuestos legales, así como los intereses y cargos por servicio en el lugar y fecha que se convengan, en caso de mera pagaré la tasa máxima autorizada.

Recibido por el cliente

VALOR TOTAL 12%	VALOR GRABADO 12%
SUBTOTAL 0%	VALOR GRABADO 0%
DESCUENTO	DESCUENTOS
SUB TOTAL	VALOR TOTAL TRANSACCIÓN
IVA 12%	VALOR DEL IVA
VALOR TOTAL	VALOR TOTAL

NOMBRE COMERCIAL (OPCIONAL)
 RAZÓN SOCIAL
 RUC
 DIRECCIÓN DE LA MATRIZ Y DEL ESTABLECIMIENTO EMISOR (CUANDO CORRESPONDA)
 VALIDEZ
 PRECIO UNITARIOS
 DATOS DE LA IMPRENTA
 DESTINATARIOS

DESCRIPCIÓN DEL BIEN O SERVICIO

RETENCIONES



- Las retenciones son mecanismos mediante los cuales el estado cobra impuestos a través de agentes de retención
- Quien retiene está obligado a entregar un comprobante de retención. Este documento sirve para contabilizar al final del ejercicio fiscal y justificar el pago de impuestos.
- Quien retiene tiene la obligación de ingresar esos fondos al fisco.

¿QUÉ ANALIZAREMOS?

- Los organismos tributarios (SRI, Gobiernos Autónomos Decentralizados)
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- El Régimen Impositivo Simplificado RISE
- Impuesto a la renta IR, al valor agregado IVA y a los consumos especiales ICE
- Facturas y notas de venta
- Retenciones
- Problemas con el SRI



FACTURAS Y COMPROBANTES DE VENTA

- Las facturas y comprobantes de venta son los documentos que comprueban la realización del negocio.
 - Deben contener la información mínima señalada por la autoridad competente y deben incluir el valor completo del IVA.

FACTURAS Y COMPROBANTES DE VENTA



- Las facturas, comprobantes de venta y tiquetes de máquinas registradoras deben contener todos los requisitos legales para que tengan valor.
- El SRI es el único que puede autorizar la impresión de facturas o comprobantes de ventas, y dicha impresión debe realizarse en imprentas también autorizadas por el SRI.
- Las facturas y comprobantes de venta tienen un tiempo máximo de vigencia, por lo que de vencerse este tiempo o si se terminan se debe solicitar una nueva autorización al SRI para volver a imprimirlas.

¿QUÉ ANALIZAREMOS?

- Los organismos tributarios (SRI, Gobiernos Autónomos Decentralizados)
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- El Régimen Impositivo Simplificado RISE
- Impuesto a la renta IR, al valor agregado IVA y a los consumos especiales ICE
- Facturas y notas de venta
- Retenciones
- Problemas con el SRI



IMPUESTO A LOS CONSUMOS ESPECIALES

- El impuesto a los consumos especiales (ICE) es un impuesto que sólo se cobra a determinados bienes de lujo y cuyo consumo no es necesario para la subsistencia básica como por ejemplo los licores.
- Si se venden productos gravados con el ICE, este debe ser declarado en la misma forma en la que se declara el IVA.



IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

- El IVA debe ser declarado y pagado mensual o semestralmente según lo indique el RUC.
- Para declararlo se debe seguir las condiciones que estipula el SRI.
- Si el contribuyente es parte del RISE no está obligado a desglosar el IVA en los comprobantes de venta que entregue.

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO



- El impuesto al valor agregado (IVA) es un impuesto que se cobra a la circulación de ciertos productos y a la oferta de ciertos servicios. Se excluye las materias primas y los productos sin procesar.
- Si se venden productos o se prestan servicios que estén gravados con este impuesto, debe ser cobrado y pagado al SRI. Si no se lo cobra se corre el riesgo de una clausura y sanciones por parte del SRI, y si se lo cobra y no se lo paga se comete un delito sancionado con prisión.



SANCIONES

- Por la falta de declaración o pago el SRI puede:
 - Establecer multas
 - Cobrar intereses
 - Iniciar procesos administrativos o judiciales.



IMPUESTO A LA RENTA

- ¿Cuándo deben pagar?

Se debe pagar una vez por año luego de concluido el año fiscal. El año fiscal termina el 31 de diciembre de cada año y los impuestos se deben cancelar hasta el mes de marzo del año siguiente.

- Exoneraciones:

Las exoneraciones son excepciones a los pagos de impuesto a la renta hechas a grupos de atención prioritaria definidos en la constitución.



IMPUESTO A LA RENTA

- Es el impuesto que se debe pagar sobre la utilidad que se genera en el año.
- ¿Quiénes deben declarar?
Todas las personas que tiene ingresos mayores al señalado por la autoridad competente, tengan relación de dependencia o no.
- ¿Quiénes deben pagar?
Todas aquellas personas que generan una utilidad de sobreel monto señalado por la autoridad competente, después de descontar gastos y deducciones.

LOS IMPUESTOS



- El impuesto a la renta IR
- Impuesto al valor agregado (IVA)
- Impuesto a los consumos especiales (ICE)
- Impuestos y tasas municipales o locales

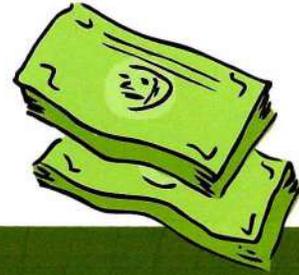
¿QUÉ ANALIZAREMOS?



- Los organismos tributarios (SRI, Gobiernos Autónomos Descentralizados)
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- El Régimen Impositivo Simplificado RISE
- Impuesto a la renta IR, al valor agregado IVA y a los consumos especiales ICE
- Facturas y notas de venta
- Retenciones
- Problemas con el SRI



EL RISE



- ¿Cuánto se debe pagar si se tiene el RISE?
 - De acuerdo al sector y a los ingresos que se obtengan son montos fijos todos los meses.



■ Obligaciones para los contribuyentes:

- Emitir notas de venta o recibo de máquinas registradoras.
- Pagar mensualmente el valor correspondiente de acuerdo a la tabla que establece el SRI para la actividad correspondiente.



EL RISE

■ Ventajas:

- Se incorpora a los minoristas al sector formal, facilitando acceso a crédito y evitando posibles problemas con la autoridad.
- La tributación es mínima y constante. Puede ser mensual de acuerdo al tipo de actividad.

EL RISE



- El **RISE** es el régimen impositivo simplificado y fue creado para formalizar a comerciantes minoristas para que puedan pagar sus impuestos sin necesidad de llevar contabilidad, emitir facturas, realizar declaraciones, etc.

¿QUÉ ANALIZAREMOS?

- Los organismos tributarios (SRI, Gobiernos Autónomos Decentralizados)
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- El Régimen Impositivo Simplificado RISE
- Impuesto a la renta IR, al valor agregado IVA y a los consumos especiales ICE
- Facturas y notas de venta
- Retenciones
- Problemas con el SRI



REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC PARA PERSONAS NATURALES:

- La persona que desee obtener el número de RUC debe acercarse a la SRI y presentar los documentos solicitados junto con el formulario solicitado.
 - Estos documentos tienen relación con la identidad de la persona solicitante.
 - El RUC genera la obligación de presentar declaraciones mensuales o semestrales.



EL NÚMERO DE RUC

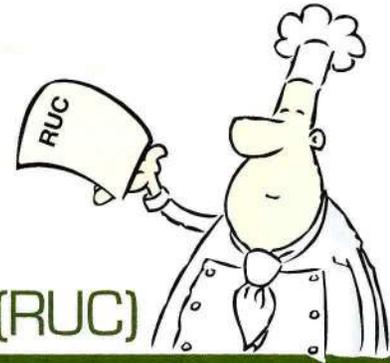
- Se asigna de acuerdo al tipo de contribuyente. Si se trata de Personas Naturales el número del RUC es el mismo que de la cédula de identidad (10 dígitos) a los cuales se le añaden (001) y será el mismo durante toda la vida del contribuyente.

REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC)



- El **RUC** es un instrumento que registra a todos los contribuyentes que realizan actividades económicas.
- El **RUC** es para una empresa o para una institución que realiza actividades económicas, lo mismo que la cédula de ciudadanía es para cualquier persona.
 - Ejemplo:
Sin cédula de ciudadanía no se puede votar.
Sin RUC una persona o empresa ecuatoriana no puede facturar.

REGISTRO ÚNICO DEL CONTRIBUYENTE (RUC)



- Todas las personas que realicen actividades económicas están obligadas a obtener el RUC.
 - El RUC se obtiene al acercarse al SRI y hacer el trámite.
 - No es difícil.
 - No toma mucho tiempo.



5 Módulo de Introducción a los Aspectos Tributarios de una Microempresa

¿QUÉ ANALIZAREMOS?

- Los organismos tributarios (SRI, Gobiernos Autónomos Decentralizados)
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- El Régimen Impositivo Simplificado RISE
- Impuesto a la renta IR, al valor agregado IVA y a los consumos especiales ICE
- Facturas y notas de venta
- Retenciones
- Problemas con el SRI

LOS GOBIERNOS AUTÓNOMOS DECENTRALIZADOS



- Los **Gobiernos Autónomos Decentralizados** son aquellas entidades públicas locales provinciales y seccionales que cumplen tareas de administración pública y que pueden tener a su cargo la recolección de ciertos impuestos o tasas que las empresas deben pagar:
- En cada localidad pueden existir distintos tributos de acuerdo a las necesidades del Gobierno Autónomo del lugar así como permisos especiales de funcionamiento por cuya emisión generalmente existe una tasa.

SISTEMA DE RENTAS INTERNAS



- El **S.R.I.** es la institución del Estado encargada de recaudar los impuestos o tributos a las personas que realizan actividades económicas sean comerciales, agrícolas, pecuarias, industriales, de prestación de servicios.

Toda actividad económica se debe declarar y tributar.

¿QUÉ ANALIZAREMOS?

- Los organismos tributarios (SRI, Gobiernos Autónomos Decentralizados)
- Registro Único de Contribuyentes RUC
- El Régimen Impositivo Simplificado RISE
- Impuesto a la renta IR, al valor agregado IVA y a los consumos especiales ICE
- Facturas y notas de venta
- Retenciones
- Problemas con el SRI

TRIBUTACIÓN

1 Módulo de Introducción a los Aspectos Tributarios de una Microempresa





RECOMENDACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

■ Ambiente de trabajo:

- Incentive y apoye iniciativas, ideas, sugerencias, toma de decisiones, y creatividad de sus empleados/as.
- Garantice la seguridad laboral e industrial con capacitación, equipo y herramientas de protección.
- Genere un ambiente de trabajo de confianza y establezca mecanismos de reclamo seguros y el manejo pacífico de conflictos.
- Erradique el abuso de poder, el acoso laboral y sexual. Establezca mecanismos de prevención y denuncia.



RECOMENDACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

■ Aspectos Familiares:

- Permita que trabajadores/as cumplan con sus responsabilidades familiares o de maternidad y paternidad. Sea flexible en horarios.
- Potencialice su rendimiento y minimice el estrés bajando la presión y la preocupación.
- Respete las necesidades familiares. Evite en lo posible horas extras o viajes sin aviso.
- Garantice el apoyo al empleado/a y su familia en casos excepcionales.



RECOMENDACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

■ Gestione:

- Seguro y atención médica para familia del empleado/a.
- Controles y campañas de salud.
- Servicio de cafetería con comida sana, gratis o a un precio razonable.
- Creación de guarderías y de espacios de recreación para los niños, niñas y adolescentes de sus trabajadores/as



RECOMENDACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

- Evite al máximo terminar la relación laboral.
- Busque otras formas de reducir costos antes de despedir al personal.
- Involucre a los empleados/as en el crecimiento de la empresa.



RECOMENDACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

- Identifique las necesidades personales, familiares y técnicas de quienes trabajan en su empresa.
- Cree programas de capacitación técnica y profesional para mejorar su rendimiento.
- Genere políticas de ascensos, promociones, capacitaciones y reconocimientos.
- Garantice la igualdad de oportunidades debe darse a mujeres y hombres.
- Construya colectivamente criterios claros, transparentes y no discriminatorios para la evaluación laboral



RECOMENDACIONES

- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- **Recomendaciones y buenas prácticas**



DERECHOS DE LA DIRIGENCIA DE LAS ORGANIZACIONES

- Garantía de estabilidad laboral
- Fuero sindical
- Prohibición de desahucio



ORGANIZACIONES DE TRABAJADORES/AS

- En cada empresa puede haber solo un **comité de empresa** y es necesario que estén de acuerdo en constituirlo más de la mitad de trabajadores/as y que la empresa cuente con al menos 30 trabajadores/as.
- En otras empresas puede existir uno o más **sindicatos** pero se requiere que cada uno tenga al menos 30 trabajadores/as.



DERECHO A LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONTRATO COLECTIVO

- Las y los trabajadores tienen derecho a asociarse para la defensa de sus intereses laborales comunes.
- El **contrato colectivo** tiene como finalidad mejorar las condiciones generales de los empleados/as de una empresa, pero sólo puede negociarse y suscribirse cuando se ha conformado el Comité de Empresa o un Sindicato que estén registrados en el Ministerio de Relaciones Laborales.



DERECHO A LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONTRATO COLECTIVO

- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



JUBILACIÓN PATRONAL

- Si el trabajador/a cumple 25 años de trabajo continuada e ininterrumpidamente con el empleador; tiene derecho a la jubilación patronal.



JUBILACIÓN PATRONAL

- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas

MANEJO DE CONFLICTOS LABORALES



Figuras Características	Negociación	Mediación	Inspectoría del Trabajo	Juzgado del Trabajo
¿Quién participa?	Las partes	Las partes y un mediador/a	Las partes abogados/as inspector/a	Las partes abogados/as juez/a
¿Quién decide?	Las partes	Las partes	Inspector/a	Juez/a
Nombre del proceso	Proceso de negociación	Proceso de mediación	Instancia administrativa	Juicio laboral
Formalidades de terminación	Acta de transacción	Acta de mediación	Resolución de Inspectoría del Trabajo	Sentencia judicial

CONFLICTOS LABORALES



- Relación laboral
- Contrato individual de trabajo
- Derechos y obligaciones de las partes
- Remuneraciones
- Utilidades
- Maternidad y paternidad
- Riesgos de trabajo
- Terminación del contrato laboral
- Manejo de conflictos laborales
- Jubilación
- Libertad de asociación y contratación colectiva
- Recomendaciones y buenas prácticas



TERMINACIÓN DEL CONTRATO LABORAL

- **Liquidación:** en el caso de terminación voluntaria o desahucio se liquidará al trabajador/a con los proporcionales de remuneración, vacaciones y décimos que se encuentren pendientes, así como con el 25% de la última remuneración por cada año de servicio.
- **Indemnización:** en caso de despido intempestivo se liquidará al trabajador con los rubros descritos en la liquidación más las recargas contempladas en la ley.

CAUSAS DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO LABORAL



Características \ Causa	Terminación voluntaria	Desahucio	Visto bueno	Despido intempestivo
Voluntad de las partes	Empleador y trabajador	Empleador o trabajador	Empleador	Empleador
Explicación de la causal	NO	NO	SI	NO
Formalidades de terminación	Acta de finiquito	Preaviso	Resolución de Inspectoría del Trabajo	Justificación ante autoridad judicial
Reconocimiento económico	Liquidación	Liquidación	Liquidación	Indemnización

- **PRECIO**
¿CUÁNTO PAGARÁN MIS CLIENTES
POR EL PRODUCTO O SERVICIO?



PRECIO

- Existen varias formas de fijación de precios:
 - Por el costo: suma las 3 P'S + su porcentaje de utilidad.
 - Por el mercado: compara precios con la competencia y fija el suyo.



ESQUEL

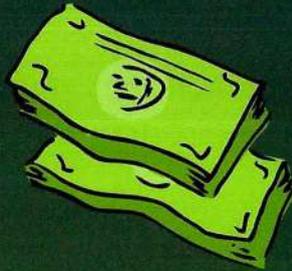


PRECIO



¿CUÁNTO PAGARÁN MIS CLIENTES POR EL PRODUCTO O SERVICIO?

- Es la cantidad de dinero de intercambio en la compra y venta de bienes, productos o servicios.





• PRECIO

IMPORTANCIA DEL PRECIO



29 Marketing - Merced



- Es un poderoso instrumento competitivo en un mercado en el que existen pocas regulaciones.
- Es el único instrumento que proporciona una entrada de dinero ya que los restantes instrumentos de Marketing son una salida de dinero para la empresa.
- Tiene importante influencia psicológica sobre el consumidor o usuario.
- Es la única información disponible en muchas decisiones de compra.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

¿QUÉ ES UN ANÁLISIS DE MERCADO?



■ Es un estudio de:

- Un problema en particular o una oportunidad de mercado.
- Las necesidades de un mercado objetivo que requiere de solucionar un problema o una oportunidad.
- Ideas para el mercadeo de un producto en particular o un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.



¿CUÁNDO DEBO REALIZAR UN ANÁLISIS DE MERCADO?

- Cuando se está iniciando un negocio.
- Cuando se está entrando a un mercado nuevo.
- Cuando usted considere agregar un producto nuevo o servicio.



¿POR QUÉ DEBO REALIZAR UN ANÁLISIS DE MERCADO?

- Para disminuir los riesgos del negocio.
- Para entender los problemas y las oportunidades.
- Para identificar las oportunidades de ventas.
- Para planificar su mensaje de venta.



MARKETING SOCIAL

- Promueve el cambio social y motiva a las demás personas a hacer algo por atender problemas sociales.
- El cambio social no implica donar dinero para tapar un problema sino apoyar acciones justas y necesarias, según las condiciones de la comunidad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL



- EL MERCADO
- 5 C'S
- 4 P'S
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL - RSE



36 Marketing - Mercadeo



RSE: BENEFICIOS PARA MI EMPRESA



- Aumento de rendimiento, entusiasmo y lealtad.
- Mayor ganancia económica.
- Disminución de accidentes de trabajo.
- Mejor salud y menos faltas por enfermedad.
- Disminución de rotación de personal.
- Aumento de competitividad a través de la eficiencia de los gastos en marketing porque se usan en lo planificado para ayuda efectiva a la comunidad.

RSE FORTALECE RELACIONES CON:



- La comunidad: respeto, aprecio y respaldo a la empresa.
- El gobierno: solidaridad, responsabilidad, mejor cumplimiento de normas.
- Los medios de comunicación: difusión de actividades RSE, mejora de imagen.
- Los clientes: aprecio a las actividades por la colectividad.

¿CÓMO PUEDO PRACTICAR LA RSE EN MI EMPRESA?



- Proponga formas conjuntas para evaluar la gestión empresarial.
- Garantice publicidad honesta.
- Mantenga buena relación con los proveedores y la competencia.
- Mantenga relación justa, respetuosa y social con su personal.
- Ofrezca otros beneficios laborales además de los que señala la ley.
- Priorice pago de sueldos y salarios.



¿CÓMO PUEDO PRACTICAR LA RSE EN MI EMPRESA?



- Promueva y proponga acciones para mejorar la comunidad.
- Promueva la conservación ambiental.
- Reparta bien las utilidades.
- Establezca políticas de equidad y no discriminación.
- Revise continuamente los procedimientos de su empresa con todos sus actores.
- Determine el impacto ambiental de su empresa y publíquelo.



¿CÓMO PUEDO PRACTICAR LA RSE EN MI EMPRESA?



Recuerde:

- Su liderazgo en la Administración de la empresa aplicando principios de Responsabilidad Social Empresarial marca el camino para otras personas que hacen emprendimiento empresarial en su comunidad y en el país.
- El liderazgo positivo que usted ejerce le dará otras recompensas además de las económicas.



CONTABILIDAD

1 Los principios de la contabilidad



AGENDA

- **Comprobantes**
- Inventario
- Ingresos y gastos
- Diferencia entre costos y gastos
- Costos fijos y variables
- El método simple de cuentas



• LOS REGISTROS DE CONTABILIDAD



CONTESTE LO SIGUIENTE

3 Los principios de la contabilidad

- ¿Quién o quiénes generan ingresos dentro de su familia?
- ¿Quién o quiénes controlan el uso del dinero en la familia?
- ¿Cómo se controlan el gasto?
- Antes de iniciar una actividad económica, ¿qué acciones realiza?
- Antes de hacer un gasto, ¿qué acciones realiza?
- En la actividad que genera ingresos, ¿cómo conoce si gana o pierde dinero?

• LOS REGISTROS DE CONTABILIDAD



CONTESTE LO SIGUIENTE

- ¿Ud. tiene anotaciones de los valores invertidos?
- ¿Puede saber el valor de su producto y poner el precio de la venta?
- ¿Alguien le obliga a llevar el control de gastos? ¿Quién es? Por qué?
- ¿Cree necesario el control de gastos y de ingresos? ¿Por qué?
- ¿Ha escuchado que es la contabilidad?
- Cuéntenos un caso en que se utilice la contabilidad.

LOS REGISTROS DE CONTABILIDAD



La **contabilidad** es un sistema de información que:

- Clasifica, registra, resume y presenta las transacciones de entidades económicas.
- Dichas transacciones constituyen:
 - Movimientos de dinero
 - Movimiento de bienes que tienen su valor en dinero
- También determinan los resultados del período económico como el del año fiscal.

Es necesario que se determine y mantenga un registro contable de todas las transacciones financieras que se realizan en una organización o en una microempresa.

• LOS REGISTROS DE CONTABILIDAD

CONTABILIDAD

- **Es la herramienta** que nos permite controlar todas las actividades que se realicen con dinero y entregar informes a quien lo requiera, sean socios o socias, integrantes de la asociación o autoridades.

• LOS REGISTROS DE CONTABILIDAD

CONTABILIDAD

- Las cuentas deben ser hechas y entregadas en forma ordenada y clara.
- Si el negocio es personal o familiar, igualmente tiene que registrarse claramente.
- Sirve para:
 - Dar cuenta por valores gastados o valores recibidos
 - Comprobar su exactitud y el saldo que se tiene
 - Comparar el saldo de los libros con el de la cuenta del Banco o de la Cooperativa si la tiene.



LOS COMPROBANTES PARA EL CONTROL CONTABLE



8 Los principios
de la contabilidad

Las actividades más básicas para registrar son los todos los ingresos y todos los gastos y cada uno con su comprobante de respaldo.

■ LOS COMPROBANTES

Unos se reciben por gastos realizados sean compras o servicios utilizados, otros se entregan por ingresos de ventas de un producto o por servicios prestados.

El Servicio de Rentas Internas (SRI) dispone que :

- Deban guardados cuidadosamente,
- Deben ser entregados por las personas que venden o prestan el servicio,
- Deben ser entregados junto con el informe de todas las actividades económicas,
- Deben ser mostrados cuando así se lo requiera.



LOS COMPROBANTES PARA EL CONTROL CONTABLE



- **LA FACTURA O NOTA DE VENTA:** documento que tiene que entregar todo comerciante por las adquisiciones que se realizan. Debe tener el nombre de quien compró, la fecha, el artículo que compró y el valor para comprobar la compra y su legalidad.
- **EL RECIBO:** documento que debe ser entregado por la persona que recibe un valor por un servicio prestado, como transporte, reparaciones, etc., de valores pequeños y esporádicos. Cuando el servicio es permanente y de un valor considerable, se exige factura o nota de venta.

LOS COMPROBANTES PARA EL CONTROL CONTABLE



- **LA LETRA DE CAMBIO:** es un documento que se firma para asegurar que se va a pagar una deuda.
- **EL CHEQUE:** es un documento bancario que autoriza al poseedor del mismo, cobrar en el banco cierta cantidad de dinero.
- **EL CONTRATO:** es un documento en el cual se deja constancia de cumplir con algunos compromisos de trabajo. Se especifica quiénes intervienen, en qué condiciones, fecha, tiempo, valores y sanciones. Es un documento que obliga a las partes y en caso de incumplimiento tiene vías de reclamo legales.



LOS COMPROBANTES PARA EL CONTROL CONTABLE



11 Los principios
de la contabilidad



- **LA SOLICITUD:** es un documento que permite elevar una petición a una autoridad cantonal, provincial, nacional o internacional. En esta solicitud se indica claramente qué es lo que se pide y qué se desea conseguir con lo que se solicita.
- **EL CERTIFICADO:** es un documento en el cual se certifica cierta condición de trabajo, de conducta, de honradez y de honorabilidad de quien solicita. Todo documento debe indicar claramente el lugar, la fecha, la persona a quien se dirige, a quien se solicita y el nombre y la firma de la persona que realiza la petición o la certificación.

RECUERDE

- Los registros claros son sin tachones, ni borrones. Se prueba la honradez y la confianza entre todas las personas del negocio.

Conteste lo siguiente:

- ¿Cuando Ud. compra bienes en un almacén, ¿Le entregan una constancia de lo comprado?
- Al momento de pagar por un préstamo que le hicieron, ¿qué reclama Ud.?
- Cuando hace un compromiso de pago de una deuda, ¿qué le hacen firmar?
- Cuando arrienda una casa o un local y cancela el arriendo ¿qué pide para constancia del pago?
- Una vez que le entregan el recibo, ¿Ud. lo rompe o lo guarda? ¿Por qué?
- ¿Utiliza el cheque? ¿Cuándo? ¿Para qué?
- ¿Cómo debe entregar o recibir un comprobante?

AGENDA

- Comprobantes
 - **Inventario**
 - Ingresos y gastos
 - Diferencia entre costos y gastos
 - Costos fijos y variables
- El método simple de cuentas

EL INVENTARIO



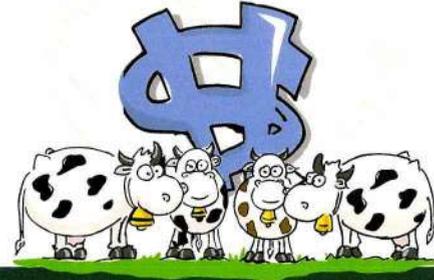
- Conteste lo siguiente:
 - ¿En qué consiste realizar un inventario?
 - ¿Por qué se tiene que efectuar un inventario?
 - ¿Qué se toma en cuenta para realizar un inventario?
 - ¿Cómo se realiza un inventario de bienes?

¿QUÉ SON LOS INVENTARIOS?



- Reunir los objetos por similitudes
 - Productos para vender
 - Objetos para trabajar

¿POR QUÉ LOS INVENTARIOS?



- ¿Cuánto tengo invertido en el producto?
- ¿Cuánto cuesta lo que tengo?

¿CÓMO HAGO UN INVENTARIO?



- Organizo
 - Por grupos iguales
- Cuento
 - ¿Cuánto tengo de cada grupo?
- Peso
 - ¿Cuánto pesa lo que tengo?
- Averiguo el valor
 - ¿Cuál fue el precio que pagué por cada uno?

ACTIVOS FIJOS



- Activos fijos son los que utilizamos para producir y comercializar. Ejemplos:
 - Máquinas
 - Estanterías
 - Bicicletas
 - Bombas



¿CUÁNTOS TIPOS DE INVENTARIOS EXISTEN?

- Inventario de mercancías
- Inventario de materias primas
- Inventario de repuestos y suministros
- Inventario de producción terminada
- Inventario de producción en proceso
- Inventario de activos fijos



EL INVENTARIO

- Cuando contamos, pesamos, medimos y ponemos el valor a las cosas que poseemos, estamos haciendo un inventario.
- Es necesario hacer un inventario de los bienes que se tienen y se adquieren.



¿CÓMO ORGANIZO UN INVENTARIO?

- 
El número de orden de las cosas, empieza con el dinero o Cuentas de Ahorro o Cuentas Corrientes. (1-2-3-4-5)
- 
Cantidad: cuántas cosas hay de ese bien, por ejemplo 10 sillas, 4 mesas, 5 libros, 1 máquina de tejer.
- 
Detalle: la especificación de mesas de madera, sillas de hierro, etc.
- 
Valor unitario: lo que cuesta cada bien, por ejemplo sillas \$ 10 c/u, mesas \$20 c/u.
- 
Valor total: la multiplicación del valor unitario por la cantidad. Ejemplo: 4 sillas \$10 c/u, Total \$40.
- 
Observaciones: en qué condiciones están los bienes (buenos, malos) o en qué lugar se encuentran, en la Dirección, Secretaría, Biblioteca, etc.

EJEMPLO DE INVENTARIO

No. DE ORDEN	CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	OBSERVACIONES
1	6	Sillas de madera	2	12	Dirección
2	2		10	20	Secretaría
3	2		5	10	Sala de espera
4	1		10	10	Auxiliares
		TOTAL		52	

AGENDA

- Comprobantes
- Inventario
- **Ingresos y gastos**
- Diferencia entre costos y gastos
- Costos fijos y variables
- El método simple de cuentas

LOS INGRESOS Y GASTOS

NOMBRE		FECHA	
DETALLE	INGRESO	EGRESO	SALDO

- Para controlar los **Ingresos y Gastos o Egresos** de una organización o empresa, se recomienda llevar las cuentas con un registro de la siguiente forma:

1. - Nombre de la organización y lugar.
2. - Fecha: día, mes y año.
3. - Detalle: de la transacción o movimiento de dinero.
4. - Ingresos: valores que han ingresado a la organización.
5. - Egresos: valores que se han gastado en la organización.
6. - Saldos: los valores que resultan de **RESTAR** los Ingresos **MENOS** los gastos.

Cada gasto debe estar respaldado por el correspondiente recibo, factura o nota de venta.

INGRESOS



Monto de ventas	=	Cantidad de lo vendido	×	Precio de lo vendido
Ganancia de venta por unidad	=	Valor de venta por unidad	-	Costo de producción por unidad
Ganancias	=	Ingresos	-	Costos
Costo	=	Suma de gastos del mes	÷	Número de unidades producidas
Precio	=	Costo de producción	+	Ganancia razonable

Ejercicio: encontrar el costo de los pollos que se vendieron.

GASTOS:

Arriendo	\$ 50,00
Compra con préstamo 50 pollos a \$1,00c/u	\$ 50,00
Compra alimento	\$ 100,00
Paga por vacunación	\$ 50,00
SUBTOTAL	\$ 250,00

Otros gastos:

Interés del préstamo 40 para 12	4,17
Facturas \$10 para 100Unid. x 2 que se gastaron	0,20

Total de gastos: **\$ 256,37**

PRECIO DE COSTO DE CADA POLLO \$ 256,37 para 50 = 5,13

VENTA:

20 pollos a \$6 c/u,	\$ 120,00
30 pollos a \$7 c/u	\$ 210,00
Total de la Venta	\$
330,00	

RESULTADO:

\$ 330 de la Venta Menos \$ 256.37 de gastos **UTILIDAD \$73.63**

RECUERDE: La confianza y la honradez son dos cualidades que deben siempre estar presentes en la vida de las personas, especialmente en una organización, para que se garantice alcanzar los fines propuestos.



CONTESTE LO SIGUIENTE:

- Cuando Ud. informa a los socios/as del negocio de valores recibidos y gastados, ¿qué está demostrando?
- ¿Cree que es necesario que se ordenen y organicen las cuentas? ¿Por qué?
- ¿Conoce cómo se realiza un registro de ingresos y gastos?
- Si Ud. representa a su negocio, ¿nombraría a otra persona para que lleve el control de los fondos? ¿Por qué?
- ¿Cómo controlaría Ud. que la otra persona lleva correctamente el registro de ingresos y gastos?
- Ud. tiene saldo de dinero, ¿cómo sabe si es correcto ese saldo?

Realice el ejemplo de un estado de ingresos y gastos con valores de su futura microempresa.

CONTESTE LO SIGUIENTE:



- ¿Cuáles son los ingresos en la microempresa?
- ¿Cuáles son los gastos en la microempresa?
- Si hay gastos para uno o más años, cómo procede a encontrar el valor del gasto de un mes? ¿Cómo encuentra la utilidad mensual?

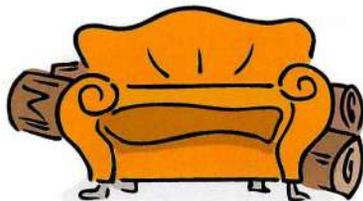
Ejemplo: con los datos de ingresos y gastos de su microempresa, encuentre el valor de cada producto, el valor de ventas y la utilidad.

AGENDA

- Comprobantes
- Inventario
- Ingresos y gastos
- **Diferencia entre costos y gastos**
- Costos fijos y variables
- El método simple de cuentas

¿QUÉ SON?

- **LOS COSTOS** son salidas de dinero causadas por el proceso de fabricación o la prestación de un servicio, es decir es el costo de las operaciones de la empresa.
- **LOS GASTOS** son salidas de dinero causadas por la administración de la empresa.



¿CUÁLES SON LOS COSTOS Y CUÁLES SON LOS GASTOS?



■ Costos

- Mano de obra
- Materia prima
- Ingredientes
- Insumos
- Fletes
- Arriendo del local
- Mercancía

■ Gastos

- Sueldos y salarios del personal administrativo y de ventas
- Papelería
- Teléfono
- Capacitación
- Mantenimiento del vehículo

¿CUÁL ES LA DIFERENCIA?



- Los costos son siempre de **TRANSFORMACIÓN**
- Los gastos son siempre de **ADMINISTRACIÓN**

AGENDA

- Comprobantes
- Inventario
- Ingresos y gastos
- Diferencia entre costos y gastos
- **Costos fijos y variables**
- El método simple de cuentas



¿CUÁNTOS TIPOS DE COSTOS EXISTEN?

■ Costos variables

El valor aumenta o disminuye cada vez que la producción y las ventas aumentan o disminuyen.

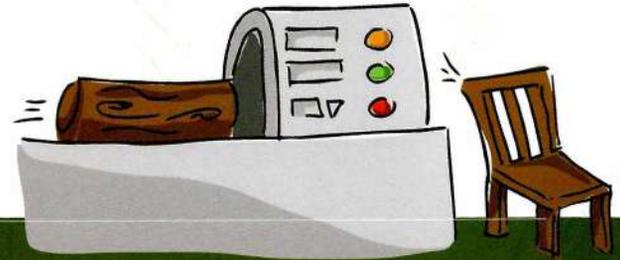
- Materia prima
- Mercancía
- Repuestos
- Mano de obra al destajo
- Fletes

■ Gastos fijos

El valor no depende del volumen de producción y ventas.

- Arriendo del local
- Mantenimiento de maquinaria
- Sueldos fijos

LOS COSTOS VARIABLES



- **Materias Primas**

Materiales que se transforman en el producto terminado y quedan incorporados en él.

LOS COSTOS VARIABLES POR ACTIVIDADES



36 Los principios
de la contabilidad

	CONFECCIÓN	PANADERÍA	CALZADO	AGRICULTURA
MATERIA PRIMA	Tela	Harina	Cuero	Semillas
	Resorte	Azúcar	Argollas	
	Hilos	Sal	Suela	
	Botones	Levadura	Betún	
	Cierres	Mantequilla	Hilo	
	Ganchos	Leche	Tapas	
INGREDIENTES	Aceite	Gas	Aceite	Siembra
MANDO DE OBRA	Corte, confección y plisado por obra	Salario por quintal	Corte y elaboración por obra	Recolección por jornal

AGENDA

- Comprobantes
- Inventario
- Ingresos y gastos
- Diferencia entre costos y gastos
- Costos fijos y variables
- El método simple de cuentas

EL MÉTODO SIMPLE DE CUENTAS

- Organiza la información sobre las transacciones de la empresa.
 - Identifica y ordena los registros que corresponden a cada cuenta.
 - Mantiene al día la información importante en la operación de la empresa.

MÉTODO SIMPLE DE CUENTAS



	TIPOS DE CUENTAS		CUENTAS
1	Ventas	1	Cuenta de Ventas
2	Cuentas que registran movimientos de dinero	2	Cuenta de Caja
		3	Cuentas por Cobrar
		4	Cuentas por Pagar
3	Costos	5	Cuenta de Costos
4	Gastos de Administración	6	Cuenta de Gastos Administrativos

¿CÓMO TRABAJA LA CONTABILIDAD PARA MÍ?

- El principio de la causación dice que los registros en la contabilidad se hacen el día en que se causan efectos aún si no coinciden con la entrega del dinero. Por ejemplo:
 - Compro cuando recibo la mercadería porque ese día me obligo a pagarlo o porque ese día me comprometo a pagarlo luego si es que el vendedor me da crédito.
 - He vendido cuando entrego la mercadería porque ese día adquirí el derecho de cobrar y puedo hacerlo ese rato o dar crédito para que me paguen después.

¿CÓMO TRABAJA LA CONTABILIDAD PARA MÍ?

- El principio de la partida doble
 - Cada movimiento en la empresa afecta por lo menos dos cuentas.



¿CÓMO MANEJO EL MÉTODO SIMPLE DE CUENTAS?

- Separo el dinero de la empresa del dinero de los gastos personales y familiares.

¿Por qué?

- La empresa me paga un sueldo porque soy quien administra y con mi sueldo sostengo mi familia y pago mis gastos personales.

- ¿Qué es vender?

Intercambiar productos, mercancías o servicios que da la empresa por dinero.



LA CUENTA DE VENTAS

- ¿Cómo la manejo?

43 Los principios de la contabilidad

FECHA	DETALLE	VENTAS AL CONTADO	VENTAS A CRÉDITO
El día que se causa la venta. Es decir, el día que hago la venta.	Nombre del cliente. Número de artículos, precios y referencia. Número de la factura o de la nota de venta.	Las que el cliente paga el mismo día.	Las que el cliente queda debiendo para pagarlas después.
El último día del mes se suman las columnas para obtener el total de ventas al mes		Total de ventas al contado	Total de ventas a crédito

EJERCICIO DE LA CUENTA DE VENTAS

- La sastrería hizo las siguientes ventas en el mes de agosto:
 - **2 de Agosto.** 2 ternos de hombre para Don José. Según la factura #105: precio unitario \$40,00. Don José pagó todo en efectivo.
 - **20 de Agosto.** 50 pantalones a la escuela. Según la factura #106: precio unitario \$6,00. La escuela prometió pagar en 30 días.
 - **28 de Agosto.** 25 faldas para la empresa SUPERIOR. Según factura #107: precio unitario \$5,00. La empresa pagó la mitad con cheque y quedaron debiendo la mitad para 30 días después.

EJERCICIO DE LA CUENTA DE VENTAS

45 Los principios
de la contabilidad

FECHA	DETALLE	VENTAS AL CONTADO	VENTAS A CRÉDITO
2 de Agosto	2 ternos. Don José. Factura 105, precio \$ 40,00 cada terno	\$ 80,00	\$ 0,00
20 de Agosto	50 pantalones. Escuela Factura 106, precio \$ 6,00 cada uno	\$ 00,00	\$ 300,00
28 de Agosto	25 faldas. Empresa Superior Factura 107, precio \$ 5,00 cada falda	\$ 62,50	\$ 62,50
31 de Agosto	TOTAL DE VENTAS PARA AGOSTO	\$ 142,50	\$ 362,50

Total vendido en el mes: $142,50 + 362,50 = \$ 505,00$

LAS CUENTAS QUE REGISTRAN MOVIMIENTOS DE DINERO

- ¿Cuáles son?
 - **La cuenta de Caja:** registra el dinero que entra a mi empresa en efectivo o cheques al día y el que sale.
 - **La cuenta de Cuentas por Cobrar:** lo que los clientes deben a mi empresa por el producto o servicio que han comprado a crédito.
 - **La cuenta de Cuentas por Pagar:** lo que mi empresa tiene pendiente de pago.

$$\text{Lo que había} + \text{Lo que entra} - \text{Lo que sale} = \text{LO QUE QUEDA}$$



LA CUENTA DE CAJA

47 Los principios de la contabilidad

FECHA	DETALLE	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO
El día que entra o sale dinero	La información necesaria para reconocer el movimiento de dinero	Dinero que entra a la empresa	Dinero que sale de la empresa	Dinero que queda después de cada movimiento

- ¿Qué registro?
 - Cada vez que entra dinero a la caja se suma la entrada al saldo anterior y se apunta el nuevo saldo.
 - Cada vez que sale dinero de la caja se resta la salida del saldo anterior y se apunta el nuevo saldo.

EJERCICIO DE LA CUENTA DE CAJA

- La sastrería hizo las siguientes ventas en el mes de agosto:
 - **2 de Agosto.** Recibió \$80,00 en pago de los ternos para Don José. Según la factura #105.
 - **3 de Agosto.** Depositó el dinero recibido en la cuenta del banco.
 - **10 de Agosto.** Compra materiales por \$60,00.
 - **28 de Agosto.** Recibe \$62,50 por la confección de faldas para la empresa SUPERIOR. Según factura #107. La empresa tiene un saldo de \$62,50 por la mitad de la factura.

EJERCICIO DE LA CUENTA DE CAJA

FECHA	DETALLE	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO
1 de Agosto	Saldo inicial			\$ 500,00
2 de Agosto	Venta de ternos a Don Jorge factura 105	\$ 80,00		\$ 580,00
3 de Agosto	Depósito al banco		\$ 80,00	\$ 500,00
10 de Agosto	Compra de materiales		\$ 60,00	\$ 440,00
28 de Agosto	50% de la venta de faldas a la empresa Superior	\$ 62,50		\$ 502,50



LAS CUENTAS POR COBRAR

CLIENTE				
FECHA	DETALLE	VALOR DEUDA	ABONO	SALDO
El día que he hecho un movimiento de dinero con mi cliente	Datos de porque entra o sale dinero con este cliente	El valor que me debe	Dinero que me paga	

- ¿Qué son las cuentas por cobrar?
 - Lo que los/las clientes deben pagar a la empresa por el producto o servicio que han comprado a crédito.
- ¿Cómo las manejo?
 - Hago un registro por cada uno de mis clientes.

EJERCICIO DE LAS CUENTAS POR COBRAR

- La sastrería registró en los meses de junio y julio:
 - **Junio 03** el almacén Novedades Extra compra 5 vestidos a \$60 cada uno y lo paga en 30 días con factura 80.
 - **Junio 05** el almacén Novedades Extra le pide 4 ternos de hombre por \$40 cada uno para cancelar en 30 días con factura 85.
 - **Junio 30** El almacén abona \$ 50 a la factura 80.
 - **Julio 03** El almacén cancela su deuda entera.

EJERCICIO DE LAS CUENTAS POR COBRAR

CLIENTE | Almacén Novedades Extra

FECHA	DETALLE	VALOR DEUDA	ABONO	SALDO
3 de Junio	Venta de 5 vestidos con factura 80 a \$60,00 cada uno	\$ 300,00	\$ 0,00	\$ 300,00
5 de Junio	Venta de 4 ternos con factura 85 a \$40,00 cada uno	\$ 160,00	\$ 0,00	\$ 460,00
30 de Junio	Abono a la factura 80		\$ 50,00	\$ 410,00
3 de Julio	Cancelación de la deuda		\$ 410,00	\$ 0,00

$$\text{Valor de cuenta por pagar} + \text{Nuevas deudas (de nuevas compras)} - \text{Abonos cancelados} = \text{LO QUE QUEDA POR PAGAR}$$



LAS CUENTAS POR PAGAR

53 Los principios de la contabilidad

PROVEEDOR					
FECHA	DETALLE	VALOR DEUDA	ABONO	SALDO	FECHA DE VENC.
El día que he hecho un movimiento de dinero con mi proveedor	Datos de porque entra o sale dinero con el proveedor	El valor que debo	El dinero que pago		La fecha máxima en que debo terminar de pagar

- ¿Qué son?
 - Lo que mi empresa debe a clientes, proveedores por productos o servicios que he comprado a crédito.
- ¿Cómo la manejo?
 - Hago un registro por cada uno de mis proveedores.

EJERCICIO DE LAS CUENTAS POR PAGAR

- La sastrería registra en el mes de julio y agosto:
 - **Julio 05** Compra de materiales por \$ 500. El 50% al contado y el 50% a crédito para 30 días.
 - **Julio 15** Abona \$ 80 a su deuda pendiente.
 - **Julio 29** Compra materiales por \$ 150 a crédito para 30 días.
 - **Agosto 05** Cancela su deuda.

EJERCICIO DE LAS CUENTAS POR PAGAR

PROVEEDOR

Almacén Novedades Extra

FECHA	DETALLE	VALOR DEUDA	ABONO	SALDO	FECHA DE VENCIMIENTO
5 de Julio	Compra de materiales	\$ 500,00	\$ 250,00	\$ 250,00	5 de Agosto
15 de Julio	Abono a la compra de materiales		\$ 80,00	\$ 170,00	
29 de Julio	Compra de materiales	\$ 150,00	\$ 0,00	\$ 320,00	29 de Agosto
5 de Agosto	Cancelación de la deuda		\$ 320,00	\$ 0,00	

LA CUENTA DE COSTOS

- ¿Qué son?
 - Salidas de dinero causadas por la producción, el servicio o la mercancía que yo vendo.
- ¿Cómo la manejo?

COMPRAS DE:

1. Materia Prima 2. Insumos 3. Mercancía

SALARIOS:

1. Operarios/as 2. Supervisores/as 3. Trabajadores/as a destajo
4. Uniformes 5. Otros

COSTOS GENERALES:

1. Alquiler 2. Materiales de consumo 3. Mantenimiento de máquinas/equipos
4. Servicios básicos



LA CUENTA DE COSTOS

■ Las materias primas:

Conjunto de materiales que se transforman en el producto terminado y hacen parte del producto mismo.



Las compras de la materia prima se convierten en mi **inventario**.

■ Los materiales de consumo:

Son los que se gastan en la fabricación y no hacen parte del producto.



Las compras de materiales son mis **costos generales**.

LA CUENTA DE COSTOS

CUENTA DE COSTOS

FECHA	DETALLE	Compras de materia prima, insumos, mercancías		SALARIO Y PRESTACIONES	COSTOS GENERALES
		CONTADO	CRÉDITO		
El día en que se causa el costo	La información necesaria para identificar el costo: - Nombre del proveedor/a - Número de la factura - Número de artículos - Motivo del pago - Beneficiario del pago - Otros	Las compras pagadas el mismo día	Las compras pendientes por pagar	- Supervisor/as - Operarios/as - Mano de obra al destajo - Otros	- Arriendo - Servicios básicos - Materiales de consumo - Mantenimiento de máquinas - Depreciación - Otros
TOTALES DEL MES					

EJEMPLO DE LA CUENTA DE COSTOS

- Los siguientes son los egresos de la Sastrería:
 - **Mayo 2.** Pagó \$ 60 por arriendo.
 - **Mayo 5.** Pagó la luz y el agua por \$20.
 - **Mayo 10.** Compró hilos a la distribuidora mayorista por \$ 10.
 - **Mayo 15.** Pagó al operario por \$100.
 - **Mayo 23.** Compró tela a La Surtidora por \$250 factura 7020 a crédito para pagar en 60 días.
 - **Mayo 28.** Compró forros a La Surtidora por \$350 factura 8040, abonó \$100 y quedó debiendo el saldo a 60 días
 - **Mayo 30.** Pagó la quincena a su operario por \$100.
 - **Mayo 31.** Pagó el mantenimiento de las máquinas por \$12.
 - **Mayo 31.** Anotó las obligaciones sociales de su operario por \$43.

CUENTA DE COSTOS

FECHA	DETALLE	Compras de materia prima, insumos, mercancías		SALARIO Y PRESTACIONES	COSTOS GENERALES
		CONTADO	CRÉDITO		
2 de Mayo	Arriendo				60
5 de Mayo	Servicios Básicos				20
10 de Mayo	Compra hilos	10			
15 de Mayo	Quincena operario			100	
23 de Mayo	Compra de tela a La Sutidora Factura 7020		250		
28 de Mayo	Compra de forros a La Surtidora Factura 7020	100	250		
30 de Mayo	Quincena de operario			100	
31 de Mayo	Mantenimiento de maquinaria				12
31 de Mayo	Obligaciones sociales por pagar			43	
31 de Mayo	Total del mes de mayo	110	500	243	92

LA CUENTA GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

■ ¿Qué son?

- Son salidas de dinero causados por el manejo del negocio y de la oficina.
- Hay dos clases de gastos administrativos:

Salarios y prestaciones del personal administrativo:

Administración
Secretaría
Contabilidad
Mensajería
Limpieza
Ventas
Uniformes
Otros

Gastos generales:

Teléfono y correo
Transporte
Intereses bancarios
Mantenimiento de oficina
Papelería
Otros

LA CUENTA GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

■ ¿Cómo la manejo?

CUENTA DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

FECHA	DETALLE	SALARIO Y PRESTACIONES DE ADMINISTRACIÓN	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
El día que se causa el costo	La información necesaria para identificar el gasto: - Nombre del proveedor - Número de la factura - Otros	- Administración - Secretaría - Contabilidad - Mensajería - Otros	- Teléfono - Correo - Papelería - Intereses - Útiles de aseo - Otros
TOTALES DEL MES			

EJERCICIO DE LA CUENTA GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

- La Sastrería hizo los siguientes gastos en el mes de mayo:
 - **Mayo 3.** Pagó 10 por compra de papelería.
 - **Mayo 15.** Pagó la quincena de la Dirección por \$150.
 - **Mayo 15.** Pagó la quincena de la Secretaría por \$75.
 - **Mayo 18.** Pagó la cuenta del teléfono por \$35.
 - **Mayo 30.** Pagó la quincena de la Secretaría por \$75.
 - **Mayo 30.** Pagó comisiones a los vendedores por \$67.
 - **Mayo 30.** Apuntó las obligaciones sociales de la Secretaría por \$15.
 - **Mayo 30.** Pagó la quincena de la Dirección por \$150.

EJERCICIO DE LA CUENTA GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CUENTA DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

FECHA	DETALLE	SALARIO Y PRESTACIONES DE ADMINISTRACIÓN	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
3 de Mayo	Papelería		10
15 de Mayo	Quincena empresario	150	
15 de Mayo	Quincena secretaria	75	
18 de Mayo	Teléfono		35
30 de Mayo	Quincena secretaria	75	
30 de Mayo	Comisión vendedores	67	
30 de Mayo	Obligaciones sociales	15	
30 de Mayo	Quincena empresario	150	
30 de Mayo	TOTAL DEL MES DE MAYO	532	45

LA CUENTA DE ACTIVOS FIJOS

- Son bienes que pertenecen como propiedad a la empresa por un tiempo indefinido, son necesarios para su funcionamiento y no están para la venta.

- Ejemplo
 - Terrenos
 - Vehículos
 - Construcciones en proceso
 - Máquinas y herramientas
 - Muebles y enseres
 - Locales y edificios terminados

Activos fijos
actuales

+

Activos que
entran

-

Activos que se
venden

=

ACTIVOS QUE
QUEDAN

LA CUENTA DE ACTIVOS FIJOS

■ ¿Cómo la manejo?

CUENTA DE ACTIVOS FIJOS

FECHA	DETALLE	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO
El día en que entra o sale algún elemento de la cuenta	Lista de los elementos Identificación de los elementos que entran o salen de la empresa	Valor de los elementos que entran a la empresa	Valor de los elementos que salen de la empresa	Valor de los elementos que quedan después de cada movimiento

EJEMPLO DE CUENTA DE ACTIVOS FIJOS

- La sastrería inició actividades el 1ro de mayo con las siguientes máquinas y equipos:
 - Dos máquinas de coser por \$200 cada una.
 - Una mesa vieja por \$20.
 - Una máquina overlock por \$250.
 - Un juego de tijeras por \$80.
 - El 1 de junio vende la mesa y compra una mesa nueva por \$60.

EJEMPLO DE CUENTA DE ACTIVOS FIJOS



CUENTA DE MAQUINAS Y EQUIPOS DE FABRICACIÓN

FECHA	DETALLE	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO
1 de mayo	2 máquinas de coser	\$ 400,00		\$ 400,00
1 de mayo	1 mesa	\$ 20,00		\$ 420,00
1 de mayo	1 máquina overlock	\$ 250,00		\$ 670,00
1 de mayo	1 juego de tijeras	\$ 80,00		\$ 750,00
1 de junio	Venta de la mesa		\$ 20,00	\$ 730,00
1 de junio	1 mesa	\$ 60,00		\$ 60,00

EJEMPLO DE CUENTA DE ACTIVOS FIJOS

- La sastrería inició actividades el 1ro de mayo con las siguientes máquinas y equipos:
 - Dos máquinas de coser por \$200 cada una.
 - Una mesa vieja por \$20.
 - Una máquina overlock por \$250.
 - Un juego de tijeras por \$80.
 - El 1 de junio vende la mesa y compra una mesa nueva por \$60.

EJEMPLO DE CUENTA DE ACTIVOS FIJOS



CUENTA DE MAQUINAS Y EQUIPOS DE FABRICACIÓN

FECHA	DETALLE	ENTRADAS	SALIDAS	SALDO
1 de mayo	2 máquinas de coser	\$ 400,00		\$ 400,00
1 de mayo	1 mesa	\$ 20,00		\$ 420,00
1 de mayo	1 máquina overlock	\$ 250,00		\$ 670,00
1 de mayo	1 juego de tijeras	\$ 80,00		\$ 750,00
1 de junio	Venta de la mesa		\$ 20,00	\$ 730,00
1 de junio	1 mesa	\$ 60,00		\$ 60,00

BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

- Es un documento que muestra el resultado del negocio durante un período determinado. Puede ser mensual, trimestral, semestral o anual.
- Se los prepara una vez al año por motivos fiscales.
- Muestra LOS INGRESOS PROVENIENTES DE LAS VENTAS menos GASTOS REALIZADOS PARA VENDER.
- La cantidad de detalles que se registren en los ingresos y los gastos depende de la clase y tamaño del negocio y de las necesidades de información.

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES, ENFOQUE DE GÉNERO Y MANEJO AMBIENTAL



1 Impacto ambiental





- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- ENFOQUE DE GÉNERO
- MANEJO AMBIENTAL



• LOS REGISTROS DE CONTABILIDAD



CONTESTE LO SIGUIENTE

3 Los principios
de la contabilidad

- ¿Quién o quiénes generan ingresos dentro de su familia?
- ¿Quién o quiénes controlan el uso del dinero en la familia?
- ¿Cómo se controlan el gasto?
- Antes de iniciar una actividad económica, ¿qué acciones realiza?
- Antes de hacer un gasto, ¿qué acciones realiza?
- En la actividad que genera ingresos, ¿cómo conoce si gana o pierde dinero?

BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES



- Todas las personas tienen derecho al trabajo. Al fijar criterios para selección de personal recuerde:
 - Definir las competencias, conocimientos y experiencias sin involucrar aspectos personales.
 - Los requisitos para los puestos ofertados deben tener propuestas inclusivas, sobre todo en temas de sexo y edad.



5 Impacto ambiental



ENFOQUE DE GÉNERO

- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- ENFOQUE DE GÉNERO
- MANEJO AMBIENTAL



¿QUE ES ENFOQUE DE GÉNERO?

- Reconocer:
 - Diferencias sociales, culturales, psicológicas, no biológicas ni sexuales entre las personas.
 - Relaciones de poder entre hombres y mujeres. Roles construidos o asignados.

- Focalizar:
 - Decisiones y acciones con miras a la equidad. de igualdad formal a igualdad real.
 - Erradicar discriminaciones.

MANEJO AMBIENTAL



- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- ENFOQUE DE GÉNERO
- MANEJO AMBIENTAL

DERECHOS AMBIENTALES



- La Constitución y las leyes establecen derechos tanto para las personas como para la naturaleza que deben ser respetados y pueden ser exigidos.



DERECHOS AMBIENTALES

- Tenemos derecho a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado que garantice:
 - Sostenibilidad
 - Acceso al agua
 - Bienes de calidad
 - Gozar de biodiversidad
 - Ecosistema protegido para generaciones actuales y futuras



DERECHOS AMBIENTALES

- La naturaleza también tiene derecho de:
 - Ser preservada y cuidada.
 - Ser explotada de una manera racional y responsable.
 - Ser protegida de los impactos negativos minimizándolos.
 - Ser considerada como un recurso no renovable.



MANEJO RESPONSABLE DEL AMBIENTE

11 Impacto ambiental

- Es la planificación estratégica empresarial, que debe tomar en cuenta el respeto y protección de los derechos fundamentales así como las obligaciones y responsabilidades.



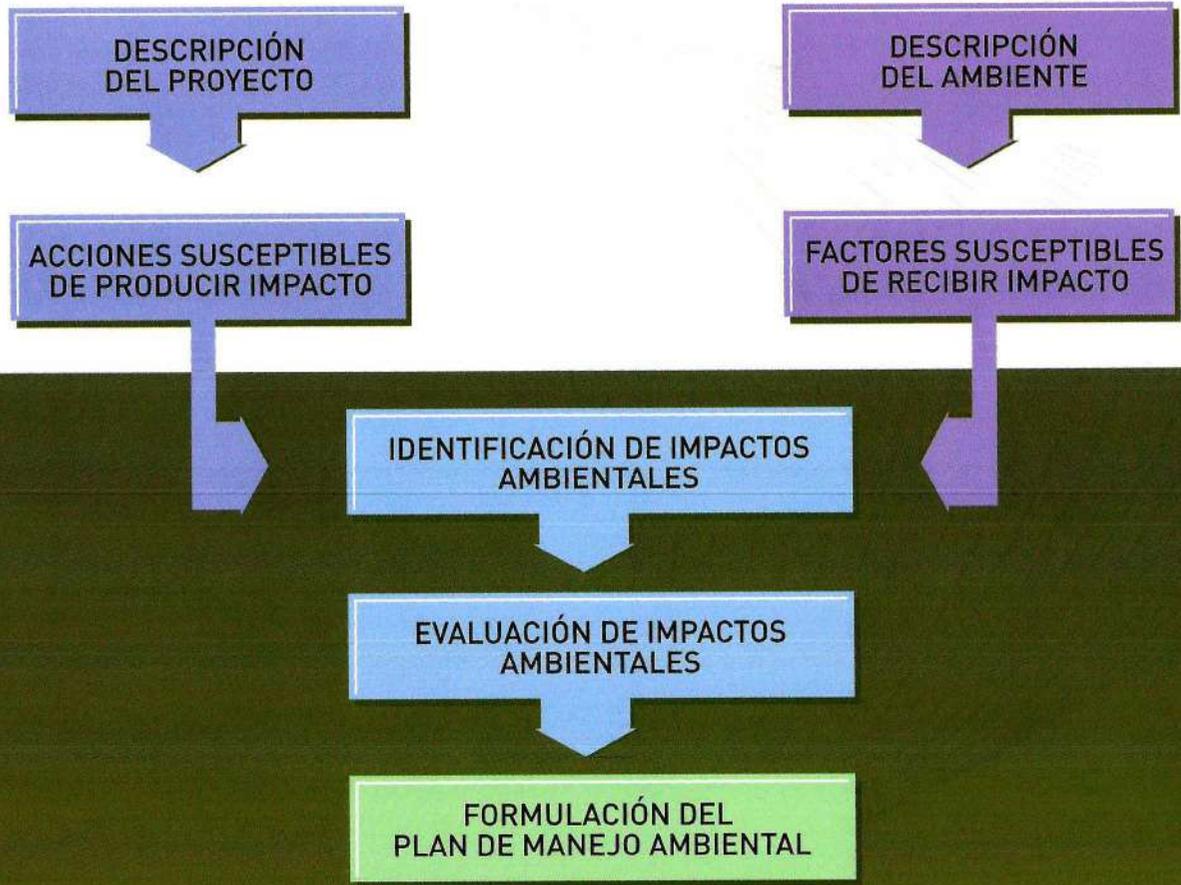
IMPACTO AMBIENTAL

- Es el conjunto de efectos positivos y negativos de una actividad en el ambiente.
 - Estos efectos son creados por la puesta en marcha de una empresa o microempresa en cualquiera de sus fases.
 - Se deben tomar las medidas necesarias para minimizar y contrarrestar estos impactos.



CATEGORÍAS DEL IMPACTO AMBIENTAL:

- **Categoría Uno:** proyecto beneficioso que producirá una gran mejora en el ambiente.
- **Categoría Dos:** proyecto que no afecta el ambiente ni directa ni indirectamente.
- **Categoría Tres:** proyecto que puede afectar moderadamente al medio ambiente y cuyos impactos ambientales negativos tienen soluciones simples y fáciles de aplicar.
- **Categoría Cuatro:** proyecto que puede afectar negativa y significativamente el ambiente, incluyendo todas las personas que pertenecen o viven en las poblaciones y grupos en situación de vulnerabilidad, fauna y flora.



¿CÓMO GENERAR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL?

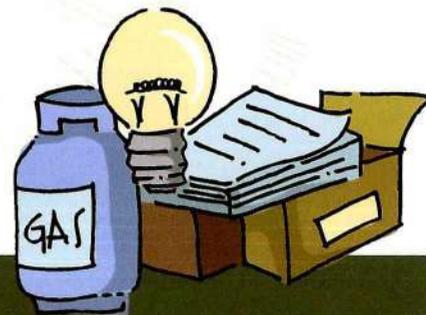


- Para ser calificada como empresa de Categoría Uno o Dos se debe tomar en cuenta los siguientes 5 pasos.

1. Cumplimiento con la ley

Observar al máximo las exigencias legales sobre medio ambiente, salud y seguridad. Es el primer paso indispensable para que su empresa sea responsable con el medio ambiente.

¿CÓMO GENERAR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL ?



2. **Quantificar nuestros recursos**
Identificar qué tipo de recursos consume mi empresa y qué tipo de recursos desecha.

¿CÓMO GENERAR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL ?



3. Incluir un concepto ambientalista dentro de la visión de la empresa

Cada miembro de la empresa debe conocer la iniciativa de responsabilidad ambiental.

Difundir esta posición a todo el mundo.

¿CÓMO GENERAR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL ?



4. **Educar y comprometer**
Contar con recurso humano debidamente informado para garantizar su compromiso con los objetivos ambientalistas de la empresa.

¿CÓMO GENERAR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL ?



5. Fijar metas

Determinar el impacto socioambiental de la empresa.
Tomar la iniciativa para reducir este impacto.

¿CÓMO GENERAR RESPONSABILIDAD AMBIENTAL ?

¿CÓMO HACERLO?

- Conformar buenos equipos
- Cumplir de metas fijadas
- Generar procesos de evaluación





VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL (RSA)



ESQUEL

21 Impacto ambiental

- Un incremento de la productividad, ya que el trabajador/a está a gusto en la empresa y se le capacita para que lo haga cada vez mejor.
- Mejoramiento de las relaciones con los trabajadores/as y sus familias, el gobierno y las comunidades a nivel regional y nacional.
- Un mejor manejo en situaciones de riesgo o de crisis ya que se cuenta con el apoyo social necesario.



VENTAJA COMPETITIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL (RSA)

- Sustentabilidad en el tiempo para la empresa y para la sociedad.
- Fortalecimiento de imagen corporativa y reputación.

VENTAJA COMPETITIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL (RSA)



- **Rentabilidad de sus negocios o rentabilidad financiera:** las empresas fieles a su código de ética son más rentables desde sus prácticas responsables ya que tienen tasas más altas de retorno de inversión.



VENTAJA COMPETITIVA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL (RSA)

- **Reducción de costos operativos:** son múltiples las iniciativas que logran reducir costos a las empresas, principalmente del área ambiental, como lo es el reciclaje que genera ingresos extras.
- **Acceso al capital:** las compañías que demuestran responsabilidades éticas, sociales y ambientales tienen acceso a capital que de otro modo no hubiese sido sencillo obtener.

RESPONSABILIDAD SOCIAL AMBIENTAL (RSA) EN EL MERCADEO



- Las ventajas competitivas en el mercadeo de productos verdes, orgánicos o no, y vinculadas con empresas conscientes de la RSA, son mayores.
- Su nicho de mercado es el de mayor crecimiento, entre un 10 y 30% anual.
- Su potencial es más estable en épocas críticas o de difícil proyección e inseguridad, sea nacional e internacional.

NORMAS AMBIENTALES

AUDITORÍAS INTERNAS

CONTROL DE ACCIONES
CORRECTIVAS

ANÁLISIS DE DATOS

REALIZACIÓN
DEL SERVICIO

REVISIÓN POR
LA DIRECCIÓN

- Licencia ambiental
 - Requisitos
 - Plan de manejo ambiental
 - Socialización
- Derechos ambientales
- Mecanismos de protección



NORMAS AMBIENTALES

- La licencia ambiental es una autorización que da la autoridad competente para poder realizar una actividad. La otorgan algunas entidades públicas como el Ministerio del Ambiente.
- Las obras públicas o privadas que puedan causar dicho impacto deben ser calificadas previamente a su ejecución. Para esto se debe analizar los riesgos, beneficios y perjuicios que causarán las obras al ambiente y a la comunidad.

NORMAS AMBIENTALES



- Se va a considerar el impacto que se tenga en:
 - Ecosistemas
 - Salud de las personas
 - Condiciones de tranquilidad
 - Incidencias en el patrimonio histórico, escénico o cultural
- El otorgamiento de la licencia ambiental **requiere estudios** sobre el impacto ambiental y las medidas de control y reparación.

LICENCIAS AMBIENTALES



- Es importante solicitar estudios adicionales como evaluación de riesgos, planes de manejo, sistema de monitoreo, auditorías ambientales, etc.



LICENCIA AMBIENTAL, SOCIALIZACIÓN

- La socialización de un proyecto es también un requisito.
- Las comunidades directamente afectadas deben conocerlo y sus opiniones serán parte de los informes.
- Debe obligatoriamente realizarse antes del proyecto y antes de la solicitud de licencia.



CENTRO DE INFORMACIÓN

LICENCIA AMBIENTAL, MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN



- Deben usarse mecanismos idóneos para presentar la información y garantizar la participación como:
 - **Reuniones informativas** para explicar el proyecto a la comunidad y responder preguntas.
 - **Talleres participativos** para buscar soluciones conjuntas y alternativas a estos problemas.
 - En el caso de **proyectos más grandes o cuando intervenga el Estado** se deben establecer centros de información pública, asistir a foros públicos y presentaciones.



LICENCIA AMBIENTAL, MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN

- Es importante tomar en cuenta que la socialización de los proyectos busca tener un equilibrio entre el desarrollo y el cuidado del ambiente, en una forma tal que se beneficien los inversionistas y la comunidad. La decisión final siempre será de las autoridades, quienes no están obligadas a aceptar todos los criterios de la comunidad.



LICENCIA AMBIENTAL, RESPONSABILIDADES

- En materia ambiental quien tiene interés en desarrollar un proyecto tiene la responsabilidad de demostrar el impacto negativo frente a las autoridades judiciales.
- Las/os ciudadanos, el Estado y la comunidad no tienen que probar que una actividad es nociva o potencialmente peligrosa, la sola duda genera en la empresa la responsabilidad de realizar los estudios.



LICENCIA AMBIENTAL, RESPONSABILIDADES

- **Cualquier persona interesada**, puede presentar, desde la etapa de socialización, toda la documentación o estudios que permitan a las autoridades tomar una decisión fundamentada sobre la conveniencia o no de la actividad.

MECANISMOS DE PROTECCION



- El manejo ambiental y el cuidado de la naturaleza exige de planes integrales, lo que significa que el sector público y el privado deben cooperar para proteger el ambiente.
- Todos tenemos la obligación de exigir que se respeten nuestros derechos y los de la naturaleza.
- Existen diversos mecanismos de protección ambiental y podemos acceder a cualquiera o a varios de ellos a la vez.

MECANISMOS DE PROTECCIÓN



- Las personas afectadas por una actividad que dañe gravemente el ambiente pueden pedir un recurso de protección.

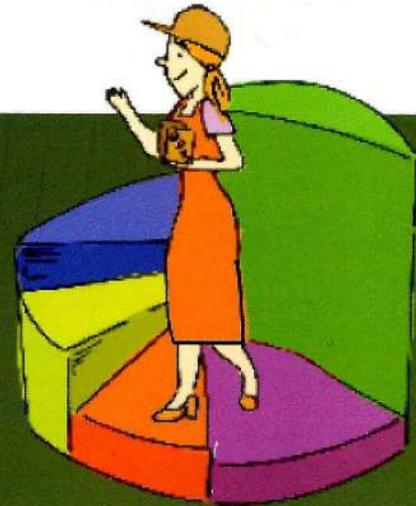
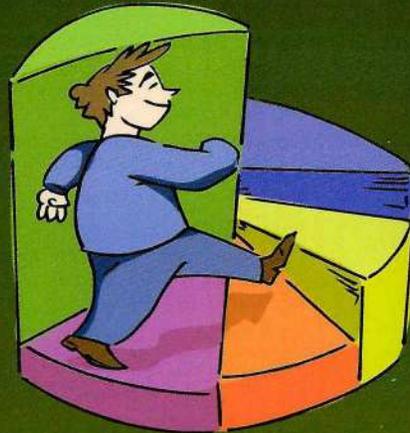
Este pedido se puede hacer:

- Con o sin abogado/a.
- Solicitando que se suspenda la actividad, que se reparen los daños o solicitar indemnizaciones.

El trámite se resuelve rápidamente, y en caso de necesitar asesoría legal, el Estado la provee.

ADMINISTRACIÓN DE UNA EMPRESA

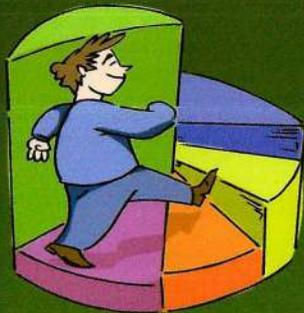
1 Principios de administración
de una empresa

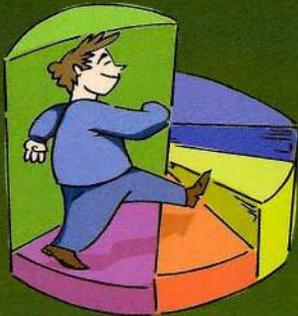


VAMOS A APRENDER...



- ¿Quién es un emprendedor o emprendedora?
- ¿Qué es una empresa?
- ¿Qué recursos pertenecen a una empresa?
- ¿Cómo puedo optimizar las actividades de mi empresa?
- ¿Qué es el proceso administrativo?





■ ¿QUIÉN ES UN EMPRENDEDOR O EMPRENDEDORA?

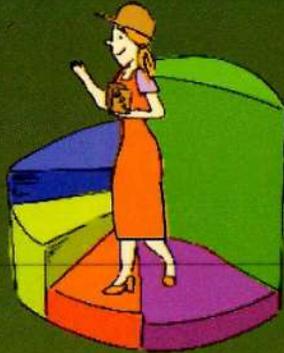
CUALIDADES DE LA PERSONA EMPRENDEDORA



- Innovación
- Flexibilidad
- Dinámismo
- Asume riesgos
- Creatividad



Pero sobre todo...



- Una PERSONA EMPRENDEDORA...

¡siempre quiere **crecer!** porque satisface bien sus intereses y los intereses de los demás de manera aceptable.



¿Y CÓMO LO LOGRA?



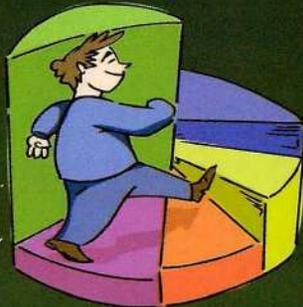
Innovación

+ Trabajo duro



= Emprendimiento

VAMOS A APRENDER...



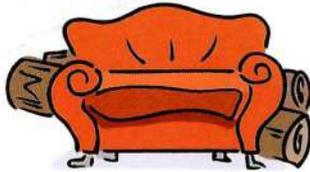
- ¿Quién es un emprendedor o emprendedora?
- ¿Qué es una empresa?
- ¿Qué recursos pertenecen a una empresa?
- ¿Cómo puedo optimizar las actividades de mi empresa?
- ¿Qué es el proceso administrativo?



- ¿QUÉ ES
UNA EMPRESA?



- **EMPRESA** es una organización conformada por personas con recursos técnicos y financieros, mediante los cuáles se trabaja en función de la producción de bienes o prestación de servicios para satisfacer las necesidades o deseos existentes en la sociedad.



TIPOS DE EMPRESAS

■ Industriales

Transforman la materia prima en el producto que venden, por ejemplo:

- calzado
- sastrería
- panadería
- ebanistería

■ Comerciales

Compran y venden mercancía lista para el consumo, por ejemplo:

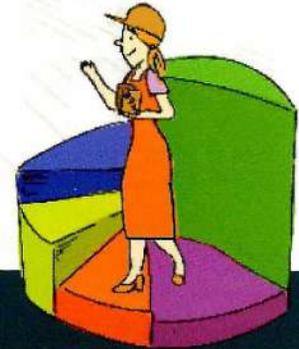
- ferretería
- tienda
- almacenes

■ Servicios

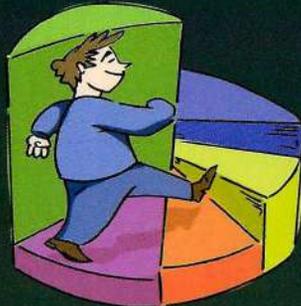
Brindan o prestan servicios, por ejemplo:

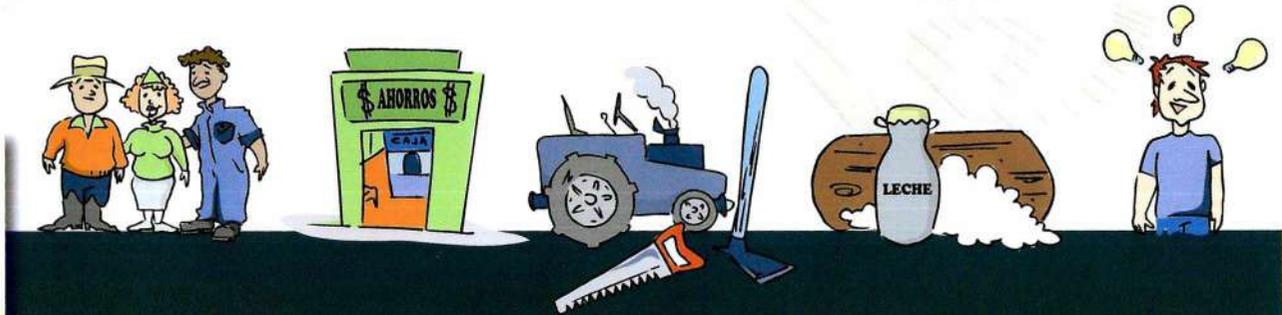
- mecánica
- transporte
- reparación de electrodomésticos
- consultorios médicos

VAMOS A APRENDER...



- ¿Quién es un emprendedor o emprendedora?
- ¿Qué es una empresa?
- ¿Qué recursos pertenecen a una empresa?
- ¿Cómo puedo optimizar las actividades de mi empresa?
- ¿Qué es el proceso administrativo?





- ¿QUÉ RECURSOS PERTENECEN A UNA EMPRESA?

**Recursos
Humanos**

Personas



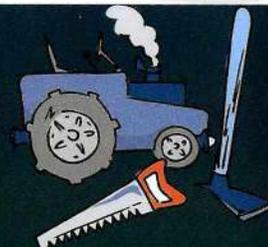
**Recursos
Financieros**

Dinero, ahorros,
crédito



**Herramientas
y equipos**

Conocimientos
técnicos, maquinaria,
equipos



**Materias
primas**

Elementos para la
elaboración de
productos

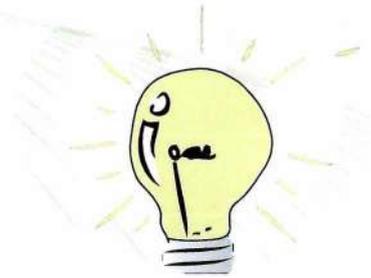


Conocimiento

Don, habilidades
adquiridas,
experiencia

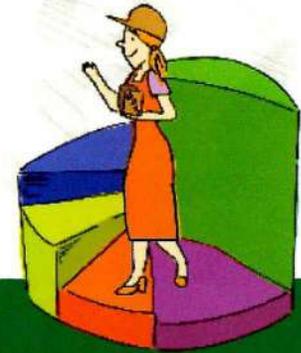


ENTONCES
ANALICEMOS...



- ¿Con qué **recursos** cuento para mi emprendimiento?

VAMOS A APRENDER...



- ¿Quién es un emprendedor o emprendedora?
- ¿Qué es una empresa?
- ¿Qué recursos pertenecen a una empresa?
- ¿Cómo puedo optimizar las actividades de mi empresa?
- ¿Qué es el proceso administrativo?





■ ¿CÓMO PUEDO OPTIMIZAR
LAS ACTIVIDADES DE
MI EMPRESA?



ACTIVIDADES BÁSICAS QUE REALIZAN LAS EMPRESAS

- Investigar el mercado
- Comprar materia prima
- Llevar cuentas
- Pagar impuestos
- Planificar el trabajo
- Elaborar el producto / brindar el servicio
- Vender productos / servicios
- Buscar financiamiento
- Vender
- Seleccionar, contratar y manejar personal



Estas actividades se pueden clasificar por áreas funcionales o departamentos.



- DEPARTAMENTOS DE
UNA EMPRESA

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



19 Principios de administración de una empresa

EMPRESA INDUSTRIAL

Área de producción



Área de finanzas



Área de personal



Área de mercadeo y ventas



FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA INDUSTRIAL

Área de producción

- Inventario de insumos
- Compra de materia prima
- Manejo de producción
- Control de calidad
- Manejo de inventarios
- Inventario de maquinaria y tecnología

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA INDUSTRIAL

Área de finanzas

- Elaboración de presupuestos
- Búsqueda de financiamiento
- Registro de cuentas
- Cobro de cuentas por cobrar
- Análisis de costos
- Relaciones públicas con clientes

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA INDUSTRIAL

Área de personal

- Atención a las necesidades del personal
- Asignación de funciones
- Entrenamiento y motivación de personal
- Análisis de puestos de trabajo
- Selección y vinculación de trabajadores/as
- Manejo de competencias

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA INDUSTRIAL

Área de mercadeo
y ventas

Investigación del mercado
Planeación del mercado
Publicidad
Análisis de la competencia
Políticas de ventas
Segmentación de mercado

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA

EMPRESA COMERCIAL

Área de producción



Área de finanzas



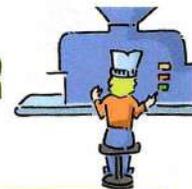
Área de personal



Área de mercadeo y ventas



FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



25 Principios de administración
de una empresa

EMPRESA COMERCIAL

Área de producción

Inventario de insumos
Compra de productos
Almacenamiento de
mercancía
Entrega de mercancía
Empaque
Control de calidad

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA COMERCIAL

Área de finanzas

- Elaboración de presupuestos
- Búsqueda de financiamiento
- Registro de cuentas
- Cobro de cuentas por cobrar
- Análisis de costos
- Relaciones públicas con clientes

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



27 Principios de administración
de una empresa

EMPRESA COMERCIAL

Área de personal

- Atención a las necesidades del personal
- Asignación de funciones
- Entrenamiento y motivación de personal
- Análisis de puestos de trabajo
- Selección y vinculación de trabajadores/as
- Manejo de competencias

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA COMERCIAL

Área de mercadeo
y ventas

Investigación del mercado
Planeación del mercado
Publicidad
Análisis de la competencia
Políticas de ventas
Segmentación de mercado

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



29 Principios de administración de una empresa

EMPRESA DE SERVICIOS

Área de producción



Área de finanzas



Área de personal



Área de mercadeo y ventas



FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



3D Principios de administración
de una empresa

EMPRESA DE SERVICIOS

Área de producción

Compra de materiales
e insumos
Compra de equipos
Prestación de servicio
Control de calidad

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA DE SERVICIOS

Área de finanzas

- Elaboración de presupuestos
- Búsqueda de financiamiento
- Registro de cuentas
- Cobro de cuentas por cobrar
- Análisis de costos
- Relaciones públicas con clientes

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA DE SERVICIOS

Área de personal

- Atención a las necesidades del personal
- Asignación de funciones
- Entrenamiento y motivación de personal
- Análisis de puestos de trabajo
- Selección y vinculación de trabajadores/as
- Manejo de competencias

FUNCIONES DE LAS ÁREAS POR TIPOS DE EMPRESA



EMPRESA DE SERVICIOS

Área de mercadeo
y ventas

Investigación del mercado
Planeación del mercado
Publicidad
Análisis de la competencia
Políticas de ventas
Segmentación de mercado

ENTONCES
ANALICEMOS...



- ¿Qué actividades hago en mi empresa por cada área?

VAMOS A APRENDER...



- ¿Quién es un emprendedor o emprendedora?
- ¿Qué es una empresa?
- ¿Qué recursos pertenecen a una empresa?
- ¿Cómo puedo optimizar las actividades de mi empresa?
- ¿Qué es el proceso administrativo?



■ ¿QUÉ ES EL PROCESO ADMINISTRATIVO?



EL PROCESO ADMINISTRATIVO...

- Es un conjunto de pasos que, bajo su liderazgo, permitirán lograr eficientemente los objetivos de la empresa a través de la coordinación de todos los recursos.

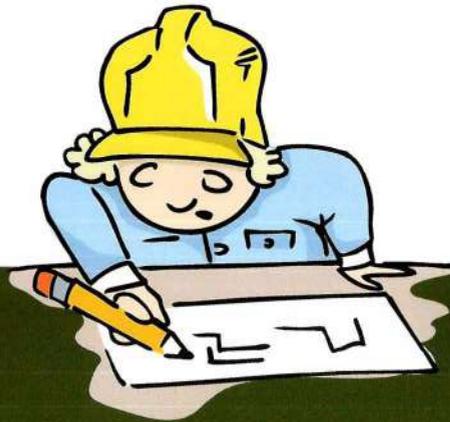


EL LIDERAZGO ADMINISTRATIVO...

- Es orientar y conducir al grupo humano hacia el logro de sus objetivos:
 - Comunicando los objetivos a cumplir y las estrategias a tomar.
 - Motivando a mis colaboradores y colaboradoras.
 - Ejerciendo autoridad.
 - Tomando decisiones acertadas.

ELEMENTOS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO





■ PLANIFICACIÓN

Deseos

¿A dónde quiero llegar?

Realidad

¿A dónde podré llegar probablemente?

Pasos

¿Cómo debo hacerlo?



• PLANIFICACIÓN

¿QUÉ ES LA PLANIFICACIÓN?

- Es el conjunto de decisiones que me permiten identificar a dónde quiero llegar; a dónde podré llegar y cómo debo hacerlo.

Entonces la “planificación” es el conjunto de **pasos** que me permitirán convertir mis **deseos** en **realidad**.



ESQUEL



● PLANIFICACIÓN

ENTONCES IDENTIFIQUEMOS

- ¿Cuál es el futuro deseable de mi empresa?
¿Cuál es su futuro probable?



PLANIFICACIÓN

¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS DE UNA BUENA PLANIFICACIÓN?



43 Principios de administración de una empresa

Diagnóstico

Realista, completo y acertado.

**Objetivos
y estrategias**

Bien definidos para lograr el cumplimiento de metas.

**Puntos de
evaluación**

Para medir el logro de los objetivos.

• PLANIFICACION



¿CÓMO REALIZO UN DIAGNÓSTICO?



- Debo analizar el entorno interno y externo de mi empresa.



- Debo tener en cuenta, mis recursos y condiciones para ejecutar determinada actividad.



PLANIFICACIÓN



TIPOS DE OBJETIVOS

CORTO
PLAZO

Se planifica a **6**
meses

MEDIANO
PLAZO

Se planifica a **1**
año

LARGO
PLAZO

Se planifica a
más de 1 año



• PLANIFICACIÓN

¿CÓMO ESTABLECER OBJETIVOS?



- Se debe tener en claro:
 - ¿Qué voy a hacer?
 - ¿Dónde lo voy a hacer?
 - ¿Quién me ayudará a hacerlo?
 - ¿Cómo lo voy a hacer?
 - ¿Cuándo y en cuánto tiempo lo voy a hacer?

• PLANIFICACIÓN

¿Y LAS ESTRATEGIAS?



- Hay muchos caminos que llevan a un mismo objetivo. Entonces las estrategias son las acciones que me propongo realizar para lograr mis objetivos.

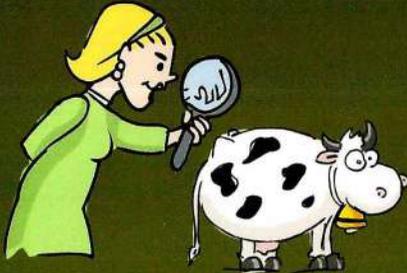
Por eso debo evaluar que **beneficios e inconvenientes** tienen cada una y solo ahí podré escoger la mejor estrategia.



• PLANIFICACIÓN

¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN?

- Los criterios permiten identificar si la planificación fue **implementada y cumplida** al pie de la letra.
- A continuación algunos criterios básicos para evaluar cualquier proceso de planificación:
 - *¿Se cumplieron los objetivos?*
 - *¿Se cumplieron en el plazo estipulado?*
 - *¿Se lo hizo con los recursos asignados?*





• PLANIFICACIÓN

¿CÓMO PLANIFICO EN MI EMPRESA?



1. Realizo un diagnóstico de las necesidades y del entorno de la empresa.
2. Determino cuáles son los objetivos a corto, mediano y largo plazo.
3. Identifico las estrategias a seguir para cumplir los objetivos determinados.
4. Determino los criterios de evaluación para los planes que pienso realizar en mi empresa.



■ ORGANIZACIÓN



• ORGANIZACIÓN

¿QUÉ ES ORGANIZACIÓN?

- Es el ordenamiento de los recursos y departamentos de la empresa para facilitar el logro de sus objetivos.
- Para lograr una mejor organización, se deben tomar en cuenta varios factores internos de la empresa.



• ORGANIZACIÓN

FACTORES A CONSIDERAR PARA ORGANIZAR MI EMPRESA



1. ESPACIO

Un lugar para cada
cosa
y cada cosa en su
lugar.





• ORGANIZACIÓN

FACTORES A CONSIDERAR PARA ORGANIZAR MI EMPRESA



2. TIEMPO

Definir el tiempo
específico para
cada tarea
y cada tarea a su
debido tiempo.





• ORGANIZACIÓN

FACTORES A CONSIDERAR PARA ORGANIZAR MI EMPRESA

4. DINERO

Distribución
eficiente de los
ingresos para obtener
el mayor rendimiento
posible.





• ORGANIZACIÓN

FACTORES A CONSIDERAR PARA ORGANIZAR MI EMPRESA



3. RECURSO HUMANO

Un cargo para
cada
persona y cada
persona en su
cargo.





• ORGANIZACIÓN

FACTORES A CONSIDERAR PARA ORGANIZAR MI EMPRESA



5. TRABAJO

57 Principios de administración
de una empresa

Escogiendo la secuencia
más adecuada para
realizar más actividades,
hacerlas bien y en el
menor tiempo posible.





ORGANIZACIÓN

EJEMPLO PARA ORGANIZAR MI EMPRESA

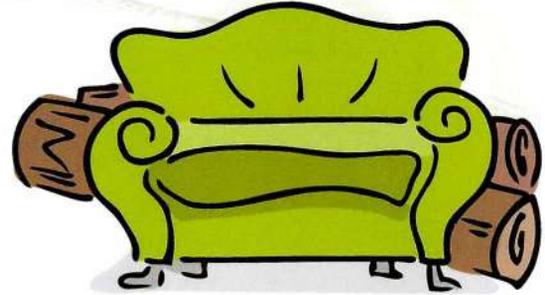


- Dibujo un plano de mi terreno y cómo está distribuido para la producción.
- Describo mis actividades diarias y sus tiempos individuales.
- Hago una lista ordenada de las tareas que tengo que realizar para obtener mi producto.
- Dibujo un organigrama (esquema funcional) de cómo trabaja mi empresa.



• ORGANIZACIÓN

PROCESO PRODUCTIVO



- El **proceso productivo** está determinado por los diferentes factores:

- MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS EXISTENTES
- INSTALACIONES
- DISTRIBUCIÓN FÍSICA
- LOCALIZACIÓN



• ORGANIZACIÓN

PROCESO PRODUCTIVO



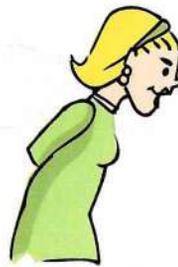
a) MAQUINARIA, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS EXISTENTES.

- Detallar las maquinarias, equipos, herramientas, equipos de transporte, vehículos, etc., necesarios para llevar a cabo los objetivos del proyecto.



• ORGANIZACIÓN

PROCESO PRODUCTIVO



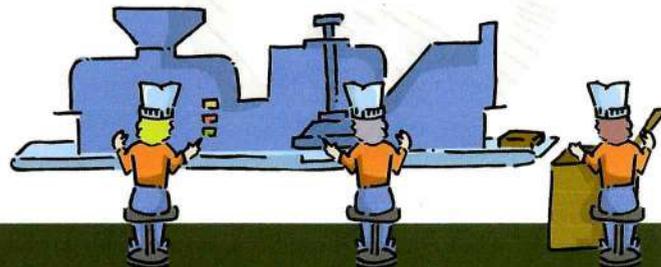
b) INSTALACIONES

- En cuanto a las instalaciones necesarias indicar: características, valor y tamaño. Se debe especificar si posee vía de acceso, si es necesaria la adecuación para el tipo de actividad que el proyecto realiza y si tiene problemas como falta de servicios básicos (agua, luz, teléfono, etc.).



● ORGANIZACIÓN

PROCESO PRODUCTIVO

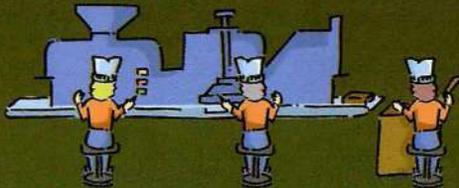


c) DISTRIBUCIÓN FÍSICA

- Indicar la distribución física de maquinarias y equipos dentro de la planta para que se pueda trabajar con orden y con suficiente espacio.
- Al diseñar una distribución de planta se debe cumplir con los siguientes principios:



- **De integración global:** integrar de la mejor manera a personas, maquinarias, equipo auxiliar, etc.
- **De distancia mínima a mover:** será siempre mejor una distribución que logre minimizar los movimientos entre las operaciones.
- **De flujo:** tratar de arreglar las áreas de trabajo con el fin de lograr una secuencia apropiada de materiales y equipo. Evitar demoras.
- **De satisfacción y seguridad:** será mejor una distribución que logre seguridad y satisfacción para quienes trabajan.





● ORGANIZACIÓN

PROCESO PRODUCTIVO



d) LOCALIZACIÓN

- Los factores que influyen en la mayor o menor rentabilidad de una localización y que deben tomarse en cuenta en la selección del sitio del proyecto son:
 - La cercanía de las fuentes de la materia prima.
 - La cercanía al mercado consumidor.
 - La calidad de los accesos y costos de transporte.
 - La disponibilidad de mano de obra calificada.



65 Principios de administración
de una empresa

■ DIRECCIÓN

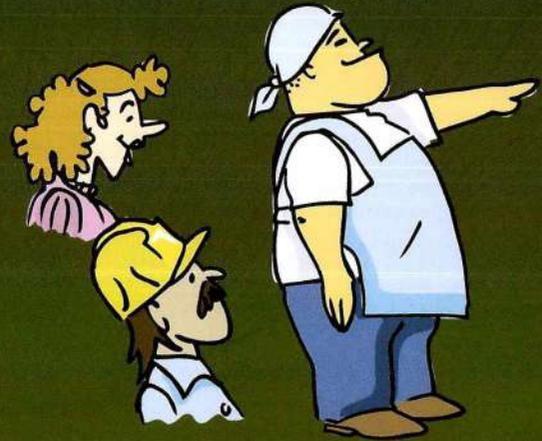




• DIRECCIÓN

¿QUÉ ES DIRECCIÓN?

- Es **orientar y conducir** al grupo humano hacia el logro de sus objetivos.





• DIRECCIÓN

¿CÓMO DIRIJO?

- Comunicando efectivamente sobre las metas a lograr y estrategias a aplicar.
- Motivando al equipo de trabajo.
- Ejerciendo autoridad con entusiasmo y respeto.
- Tomando decisiones mediante una debida información previa.



• DIRECCIÓN
MENSAJE CLARO



- Todas las personas relacionadas con la empresa, deben conocer cuáles son los objetivos y sus metas.
- Se deben aprovechar diferentes vías para informar y comunicar sobre la visión y misión empresarial.

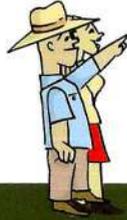


• DIRECCIÓN

EJEMPLOS DE COMUNICACIÓN



Comunicación Efectiva	Comunicación no Efectiva
Preguntar para aclarar dudas	Rumores y chismes
Describir acciones y no juzgar a las personas	Evadir diálogo



• DIRECCION

¿MOTIVACIÓN?



- Los siguientes factores inciden en mi desempeño laboral:
 - Buen salario
 - Estabilidad en el trabajo
 - Trato amable y respetuoso
 - Justicia en el manejo de los conflictos
 - Oportunidades de capacitación
 - Reconocimiento y estímulo
 - Oportunidad de participar en la toma de decisiones sobre el manejo de la empresa



• DIRECCION

¿EJERCER AUTORIDAD?

- La autoridad no debe ser algo abusivo y dictatorial, sino una actitud de respeto y liderazgo hacia los demás que dependen exclusivamente de:
 - **Mis conocimientos:** porque los trabajadores/as acatarán mi autoridad si reconocen que tengo preparación, experiencia y confían en mi capacidad de guiarlos.
 - **Mi buen ejemplo:** porque reconocerán mi autoridad si encuentran en mi cualidades dignas de admirar y seguir.



• DIRECCION

¿LA TOMA DE DECISIONES?



- Consiste en escoger una alternativa analizando las posibles consecuencias, enfocándola hacia el objetivo anhelado.
- Las decisiones son buenas si dan buenos resultados por eso no se debe adivinar, sino aprender a tomarlas.
- Una decisión siempre tiene sus consecuencias, es por esto que no debe ser tomada a la ligera sin un previo análisis o estudio.



• DIRECCIÓN

¿CÓMO DECIDO?

1

Identifico las alternativas que tengo para escoger.

2

Analizo cada una de las alternativas, buscando:

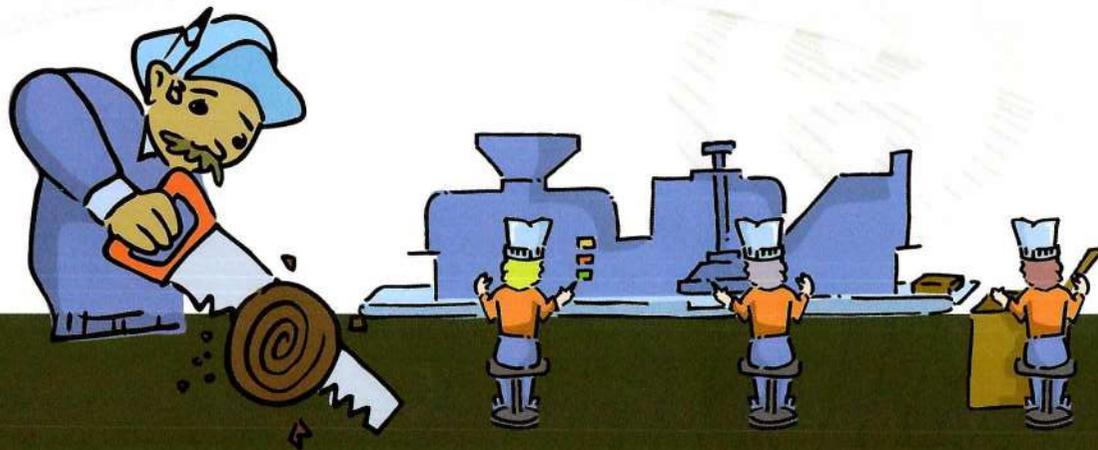
- Sus ventajas
- Sus inconvenientes
- Sus riesgos
- El resultado esperado

3

Comparo las diferentes alternativas.

4

Escojo la alternativa que ofrezca los mayores beneficios y tenga menores riesgos.



■ EJECUCIÓN



• EJECUCIÓN

¿QUÉ ES EJECUCIÓN?



- Es orientar, coordinar y cumplir con las actividades planificadas por la empresa en busca de los objetivos trazados.



■ EJECUTAR CON



- Entusiasmo
- Responsabilidad
- Disposición para aprender de los demás
- Trabajo en equipo
- Comunicación efectiva



• EJECUCIÓN

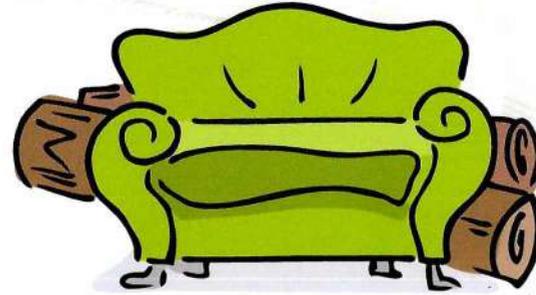
ELEMENTOS DE LA EJECUCIÓN

- Participar todas las personas afectadas por la decisión.
- Liderar a los empleados/as para que hagan su mejor esfuerzo.
- Motivar a todas las personas de la empresa.
- Comunicar con efectividad los objetivos planteados y actividades a ejecutar:
- Desarrollar las capacidades de los miembros para que realicen todo su potencial.
- Recompensar con reconocimientos por un trabajo bien hecho.
- Revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control.



• EJECUCION

PROCESO PRODUCTIVO



- Dentro de la ejecución tenemos que definir claramente el **PROCESO PRODUCTIVO**:
 - **Se entiende por proceso** las transformaciones que realiza el aparato productivo para convertir los insumos y materias primas en productos.

Un ejemplo de proceso productivo es el proceso de confección en una sastrería, el cual se divide en las siguientes etapas:

1. Tomar medidas al cliente.

elástico, un cuaderno de notas

Necesito: cinta métrica,

2. Dibujar el traje y cortar la tela.

zigzag, hilo, tiza, reglas, tela, tijeras

Necesito: máquina de

3. Hilvanar el traje.

Necesito: agujas, hilo de hilván, dedal

4. Hacer la prueba al cliente.

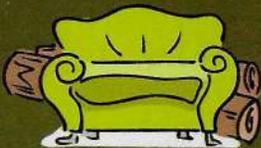
alfileres, tijeras, reglas

Necesito: el traje hilvanado,

5. Coser el traje con las correcciones hechas.

plancha.
máquina de coser de costura recta, hilos, botones, agujas,

Necesito:





■ CONTROL



• CONTROL



¿PARA QUÉ CONTROLAR?

- Porque es importante:
 - Conocer si los planes se están cumpliendo.
 - Comparar planes con los resultados obtenidos.
 - Corregir desviaciones sobre la ejecución del proceso.



● CONTROL

ELEMENTOS BÁSICOS DE CONTROL

- Establecer parámetros
- Supervisar
- Comparar metas con resultados
- Corregir las fallas

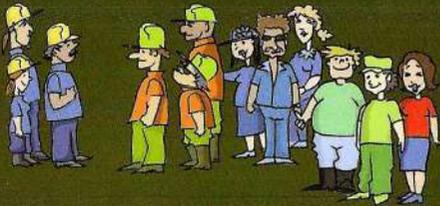
PERSONA EMPRENDEDORA EMPRESARIAL

- Como persona emprendedora empresarial, debo informar y comunicar a todos mis colaboradores/as qué pretendemos como empresa y cómo lo haremos realidad.



PERSONA EMPRENDEDORA EMPRESARIAL

- Poner en práctica una filosofía de participación de todas las personas afectadas por la decisión.
- Conducir a los empleados/as para que hagan su mejor esfuerzo.
- Motivar a las y los miembros de la empresa.
- Comunicar con efectividad los objetivos planteado y actividades a ejecutar.





85 Principios de administración
de una empresa

PERSONA EMPRENDEDORA EMPRESARIAL

- Desarrollar las capacidades de los miembros para que realicen todo su potencial.
- Recompensar con reconocimiento y buena paga por un trabajo bien hecho.
- Satisfacer las necesidades de los empleados/as a través de esfuerzos en el trabajo.
- Revisar los esfuerzos de la ejecución a la luz de los resultados del control.





- “Una persona emprendedora está consciente del trayecto que tiene que recorrer y lo que le va a costar hacerlo.”

Jefferson Pérez

Proyecto de desarrollo local a través del fortalecimiento de iniciativas productivas y mejoramiento de la educación básica en el Noroccidente de Pichincha.



IDEA ORIGINAL:



SISTEMATIZACIÓN DE METODOLOGÍA



ADAPTACIÓN EN ENFOQUE DE DERECHOS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

