

# MANUAL DEL ESTUDIANTE

Programa La Compañía



MINISTERIO DE  
EDUCACIÓN PÚBLICA

GOBIERNO  
DE COSTA RICA



Junior  
Achievement  
Costa Rica

Miembro de JA Worldwide

35

Years of  
Empowering  
Lives

Febrero 2024



## Tabla de Contenidos

Sesión 1: Mi empresa Junior. ....	4
Tema: Emprendimiento .....	5
¿Qué es emprendimiento?.....	5
¿Qué es un emprendedor? .....	5
Personalidad del emprendedor .....	5
¿Por qué emprender?.....	5
Importancia de emprender .....	5
Educación emprendedora .....	5
Tema: Responsabilidad Social.....	5
¿Qué es responsabilidad social (RS)?.....	6
Materias fundamentales de la Responsabilidad Social.....	6
Dimensiones de la Responsabilidad Social .....	7
Tema: Naturaleza del negocio.....	8
Resumen .....	8
Sesión 2: Mi equipo de trabajo. ....	9
Tema: Aspectos legales.....	10
Tipos de sociedades .....	10
Aspectos legales en la constitución de un negocio.....	12
Tema: Estructura organizacional.....	15
Organigrama.....	15
Visión:.....	17
Misión:.....	17
Valores:.....	18
Registro de accionistas .....	18
Resumen .....	18
Sesión 3: Innovación y sostenibilidad. ....	19
Tema: Desarrollo Sostenible .....	20
Pilares de la sostenibilidad .....	20
¿Cómo alcanzar el desarrollo sostenible? .....	21
Tema: Innovación en el desarrollo sostenible .....	21
Tipo de innovación .....	22
Sesión 4: Modelo de negocios. ....	23
Tema: Modelo de negocios .....	24
Estructura .....	24

Resumen .....	24
Sesión 5: FODA y ventaja competitiva .....	25
Tema: FODA-MECA .....	26
Factores internos .....	26
Factores externos .....	27
Tema: Competitividad .....	28
Ventaja competitiva .....	28
Estrategias competitivas .....	28
Competencia.....	28
Resumen .....	29
Sesión 6: Mercadeo. ....	30
Tema: Mezcla de marketing .....	31
Producto .....	31
Precio .....	31
Promoción.....	32
Plaza .....	32
Tema: Imagen Corporativa.....	33
Estrategia de Branding.....	33
Tema: Encuesta .....	34
Aspectos por considerar: .....	34
Importancia de la encuesta .....	34
Resumen .....	34
Sesión 7: Estructura de costos .....	36
Tema: Estructura de costos .....	36
Costos fijos .....	37
Costos variables .....	37
Tema: Diagrama de flujo.....	37
Resumen .....	38
Sesión 8: Punto de equilibrio y financiamiento.....	39
Tema: Punto de equilibrio .....	40
Tema: Fuentes de financiamiento .....	40
Resumen .....	41
Sesión 9: Contabilidad y presupuesto. ....	42
Tema: Contabilidad.....	43
Asientos de diario .....	43

Mayorización .....	44
Balance de comprobación.....	44
Balance General .....	45
Estado de Resultados .....	45
Flujo de caja .....	46
Tema: Presupuesto .....	46
Importancia del presupuesto.....	47
Presupuesto Equilibrado .....	47
Resumen .....	47
Sesión 10: Producción y ventas. ....	49
Tema: Producción .....	50
Tema: Control y manejo de los residuos .....	50
Ley para la Gestión Integral de Residuos N° 8839.....	50
Tema: Administración de ventas .....	51
Definición:.....	51
Objetivo: .....	51
Proceso de Administración de Ventas .....	51
Aplicación del proceso de ventas.....	51
La venta es cosa de dos:.....	52
Tips de un buen vendedor.....	52
Consideraciones para el vendedor .....	52
Resumen .....	52
Sesión 11: Liquidación e impuestos.....	54
Impuestos.....	55
Tipos de impuestos .....	55
Impuesto sobre la Renta (ISLR) .....	55
Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	55
Importancia de los impuestos en nuestra sociedad .....	55
Resumen del Programa .....	55
Lecciones para emprendedores: .....	56

# Sesión 1: Mi empresa Junior.

## **Visión General:**

En esta sesión se desarrollarán charlas sobre los temas de emprendimiento y responsabilidad social. Y se les informará sobre cómo deben presentar su proyecto. Se brindarán las bases para seleccionar la idea de negocio para el desarrollo del programa.

## **Objetivos:**

Que los alumnos:

Conozcan el vocabulario.

Comprendan las características generales del programa en el cual participan.

## **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Emprendimiento.
- Responsabilidad Social.
- Naturaleza del negocio.

## **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Emprendimiento

### ¿Qué es emprendimiento?

Es una actitud donde se debe plantear un objetivo y luchar para lograrlo, mediante la innovación y la creatividad.

Descubrimiento y explotación de oportunidades de ganancia.

Involucra los nexos de dos fenómenos, la presencia de oportunidades lucrativas e individuos emprendedores.

### ¿Qué es un emprendedor?

Aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto ya sea una empresa con fines de lucro o una organización social, que está generando algún tipo de innovación y empleos. Persona que emprende mediante acciones arriesgadas sobre una idea, con el fin de realizar algo diferente y lo intenta hasta conseguirlo.

### Personalidad del emprendedor

- Los empresarios poseen un alto nivel de confianza en sí mismos y un alto nivel de energía personal.
- Presentan la habilidad para fijar metas, responsabilidades a largo plazo, competir contra estándares previamente fijados y usar la retroalimentación de la ejecución.
- Consideran el fracaso como una experiencia de aprendizaje.

### ¿Por qué emprender?

- Tener negocio propio.
- Generar dinero y mejorar la calidad de vida.
- Contribuir a la economía interna del país.
- Generar empleos.

### Importancia de emprender

- Estimula el surgimiento de nuevas empresas y empleos.
- Posibilita a las personas una manera distinta de desenvolverse en la sociedad.

### Educación emprendedora

Depende de dos ejes para propiciarla: aspectos culturales y sistema educativo.

- Culturales: cambiar la mentalidad de buscar un buen empleo cuando también se puede ser un empleador. Mostrar que existen dos vertientes no sólo una.
- Sistema educativo: Impulsar el desarrollo de una mente más crítica en los estudiantes, que propicie la semilla, desde temprana edad, pensar en cómo contribuir al país con la creación de nuevos modelos de negocios.

## Tema: Responsabilidad Social

Hasta hace poco tiempo, se asumía que la responsabilidad de las empresas era únicamente generar utilidades. Actualmente, esta concepción ya no es suficiente ni aceptable. Además de generar utilidades para sus accionistas, la empresa debe tomar en cuenta que sus actividades afectan, positiva o negativamente, la calidad de vida de sus empleados y de las comunidades en las que realiza sus operaciones.

Es por ello, que una gran parte de las empresas han tomado el tema de la responsabilidad social y lo han asociado a los ejes transversales de la organización, creando así, departamentos independientes que se encarguen de gesticular todo lo relevante a esta área.

## ¿Qué es responsabilidad social (RS)?

La contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas.

Es importante tener en cuenta que a pesar de que la RS es un departamento independiente de la empresa al igual que los demás, es de vital importancia la comunicación que se tenga con el resto de la organización. Ya que todas las acciones de una empresa deben ir dirigidas a la consecución de un fin común. Es por esto, que la empresa debe de analizar todas las materias relacionadas a RS de una manera global, para de esta forma poder determinar el impacto que se está teniendo a lo interno, comunidad y grupos de interés.

## Materias fundamentales de la Responsabilidad Social

- **Gobierno corporativo:** es el sistema por el cual una organización toma e implementa decisiones para lograr sus objetivos. Serán los encargados de analizar las propuestas del departamento de RS, y asociarlas con los objetivos y metas de la compañía. Además, pueden crear un sistema de incentivos para las ideas productivas de esta área.
- **Derechos humanos:** parte de la responsabilidad social de una empresa es garantizar el espacio para salvaguardar los derechos humanos básicos (civiles, políticos, económicos, sociales, culturales) tanto de sus trabajadores como de los habitantes de la comunidad en la cual realizan sus operaciones. Hacer cumplir los mismos van desde los procesos de contratación administrativa hasta la implementación día a día de las labores correspondientes.
- **Prácticas laborales:** se refiere al cumplimiento de las obligaciones de ley, brindar condiciones laborales dignas, protección laboral para las tareas a realizar. Además, puede incluir políticas de incentivos para premiar a los trabajadores destacados.
- **Medio ambiente:** velar por la responsabilidad sobre los impactos ambientales, así como, buscar el mejoramiento de los procesos en busca de reducir el impacto negativo que se pueda tener. Es importante que las empresas realicen evaluaciones de riesgos antes de iniciar sus proyectos, con el fin de garantizar la sostenibilidad del ambiente.
- **Involucramiento y desarrollo con la comunidad:** toda empresa debe entender que forma parte de un conjunto de organizaciones y/o asociaciones dentro de una comunidad. Por tanto, es muy importante la buena y sana interacción que pueda tener ésta con el resto de las partes involucradas, de manera que se busque el mejoramiento continuo para el desarrollo comunal. Existen una serie de actividades que pueden desarrollar las empresas para contribuir al desarrollo de la comunidad, entre las cuales están: capacitaciones, actividades deportivas y culturales, creación de empleo, desarrollo tecnológico, centros de salud, inversión social, entre muchas otras.

- Prácticas operaciones justas: velar por incentivar la competencia justa y saludable entre la compañía y demás empresas competidoras de la zona. Promover políticas que busquen beneficiar a la sociedad en general, por ejemplo: buscar influir en la cadena de valor, mediante el fomento de prácticas de responsabilidad social para cada una de las partes que la componen.
- Temas relacionados con los consumidores: se refiere a la utilización de prácticas justas en temas relacionados con el mercadeo de la empresa. Por ejemplo: brindar la información completa y objetiva sobre sus productos, utilizar materias primas de excelente calidad, creación de productos en pro de la mejora de la calidad de vida de las personas, proveer de servicios de atención personalizada al cliente, proteger los datos y seguridad de los consumidores, entre otras.

## Dimensiones de la Responsabilidad Social

Otro tema de importancia en cuanto a la responsabilidad social son las dimensiones que involucra y su implicación en el entorno interno y externo de la organización. A continuación, se detalla cada una de éstas:

- Dimensión económica interna: su responsabilidad se enfoca a la generación y distribución de valor entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera de la empresa que genere utilidades y sea sostenible.
- Dimensión económica externa: implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, además de su aportación a la causa pública. Asimismo, la empresa debe participar activamente en la definición e implantación de los planes económicos de su región y de su país.
- Dimensión social interna: implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.
- Dimensión sociocultural y política externa: conlleva a la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales seleccionadas para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las comunidades.
- Dimensión ecológica interna: implica la responsabilidad total sobre las repercusiones ambientales de sus procesos, productos y subproductos; y, por lo tanto, la prevención —y en su caso remedio— de los daños que causen o pudieran causar.
- Dimensión ecológica externa: conlleva a la realización de acciones específicas para contribuir a la preservación y mejora de la herencia ecológica común para el bien de la humanidad actual y futura.

El análisis de cada dimensión lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo con su propio contexto, tome a su cargo y costo la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores y/o sectores que compartan metas similares.

Además, es necesario que cada empresa contemple una serie de principios empresariales universales, los cuales son de vital importancia para la integración de todas las actividades a realizar por parte del departamento de RS, para que de esta forma exista la vinculación necesaria

para llegar a la conclusión de un fin y/u objetivo común. A continuación, se mencionan los principales principios a cumplir por las organizaciones:

- Respeto a la dignidad de la persona
- Empleo digno
- Solidaridad
- Contribución al bien común
- Corresponsabilidad
- Confianza
- Ética en los negocios
- Prevención de negocios ilícitos
- Vinculación con la comunidad
- Transparencia
- Honestidad y legalidad
- Justicia y equidad
- Empresariedad
- Desarrollo social

## Tema: Naturaleza del negocio

Este apartado busca brindar el formato para desarrollar un pequeño anteproyecto que muestre la factibilidad de la idea de negocio. A continuación, se describen los elementos:

- **Antecedentes:** se describe la necesidad u oportunidad a cubrir con la propuesta, así como la solución que se pretende brindar para los consumidores potenciales. Además, se debe desarrollar una pequeña descripción del negocio a desarrollar e identificar los posibles factores del éxito (elementos que evidencian el potencial de la idea).
- **Justificación:** consiste en explicar el qué y el porqué del desarrollo de la idea de negocio. Además, se debe describir como contribuirá el producto o servicio al beneficio de las personas a las cuales va dirigido.
- **Objetivos:** se componen en: generales y los específicos, los cuales se describen a continuación:
  - General: descripción global de lo que se desea lograr, es la respuesta al problema que se desea resolver y está íntimamente relacionado con el título del proyecto.
  - Específicos: detalla, desglosa y define con mayor precisión el objetivo general, se recomienda que sean dos o tres, en cada proyecto.
- **Metas:** a diferencia de los objetivos, las metas deben ser numéricas y de muy variada naturaleza, puesto que estas son los pequeños pasos que nos pueden acercar al logro de los objetivos. Deben ser redactadas como las expresiones numéricas de los objetivos

## Resumen

Como sección inicial se define el concepto de que es un emprendedor, a “aquella persona que ha convertido una idea en un proyecto concreto”

El emprender es una actividad que tiene muchos beneficios y resulta una actividad en donde no es nata a la persona, si no que se puede desenvolver a través de aspectos culturales y mediante un sistema educativo eficiente.

Es importante entender el concepto de responsabilidad social como: “La contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas”. El cual toma relevancia debido a las nuevas tendencias empresariales donde se busca que este tema vaya de la mano con el resto de las actividades de la empresa, con el fin de conseguir beneficios tanto a lo interno, como para la comunidad y grupos de interés.

Por último, se les brinda la estructura para desarrollar su proyecto, con el cual podrán iniciar en el programa La Compañía.

## Sesión 2: Mi equipo de trabajo.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán qué son las empresas y las formas de constitución de una, dentro de la legislación costarricense. Además, se les impartirá conocimientos sobre la importancia y función de la visión y misión para el éxito de la empresa y se constituirá el registro de accionistas de la empresa.

### **Objetivos:**

- Reconocer la definición de empresa, así como de la misión y visión de esta.
- Conocer las formas de organización más comunes dentro de una empresa
- Conocer los tipos más comunes de constitución de empresas, así como sus ventajas y desventajas.

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Empresa individual de responsabilidad Limitada.
- Sociedades en Nombre Colectivo.
- Sociedad en Comandita Simple.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- Sociedad Anónima.
- Registro de Marcas.
- Licencia Comercial.
- Tributación directa.
- Permiso Sanitario de funcionamiento.
- Patente Municipal.

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Aspectos legales

### Tipos de sociedades

- Empresa individual De Responsabilidad Limitada: Entidad que tiene su propia autonomía como persona jurídica, independiente y separada de la persona física a quien pertenezca.
  - Ventajas
    - Fácil construcción y bajos costos, ya que tiene que cumplir pocos requisitos jurídicos y no es muy caro construirlas.
    - Todas las utilidades son para un solo dueño, el mismo tiene que conseguir los fondos para iniciarla y recibe todas las ganancias que genera.
    - Control directo de la empresa, el dueño de la empresa toma las decisiones del negocio al ser solo y tiene más flexibilidad al cambio.
    - Poseen más libertad que otras figuras en la sociedad en lo que se refiere a controles gubernamentales.
    - No pagan impuestos especiales como si lo hacen las sociedades anónimas o las franquicias, sus utilidades son consideradas ingresos personales del dueño, por lo que declara solo impuesto sobre la renta.
    - Facilidad para disolverlas, como no hay copropietarios ni socios, el dueño toma las decisiones, lo que es muy apropiado para probar negocios.
  - Desventajas
    - El dueño tiene responsabilidad ilimitada ante la ley, por lo que el dueño y la empresa son el mismo, ante esto si las deudas que contrae la empresa son mayores al valor de esta, se pueden hacer efectivas por medio del patrimonio personal.
    - Dificultan la obtención de capital, ya que son muy riesgosas, por lo que por lo general los dueños tienen que hacer uso de sus fondos personales para financiarlas.
    - El dueño puede tener poca experiencia administrativa, su éxito o fracaso depende mucho de la habilidad del dueño.
    - Dificultan el encontrar empleados calificados ya que el salario que pueden ofrecer no es tan alto como en otras empresas, a parte su oportunidad de crecer va a depender de que tan rápido crezca el negocio.
    - Requiere invertir mucho tiempo personal, el dueño debe hacer grandes sacrificios personales, ya que tiene que dedicarle mucho tiempo a la empresa.
    - Su ciclo de vida es imprevisible ya que su continuación depende del dueño, su interés o salud personal.
    - El dueño es el único responsable de las pérdidas.
- Sociedades en Nombre Colectivo: Aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario pero ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales.
  - Ventajas
    - Facilidad de reunión de capital con la ayuda de sus socios.
    - Diversificación de las labores de la administración de la empresa, cada socio ayudará para que esta funcione de la mejor manera, desde el área de su experiencia profesional.

- Posee menos regulaciones que una sociedad anónima.
  - Desventajas
    - Puede haber diferencias entre los intereses de los socios
    - Responsabilidad ilimitada, en caso de no poderle hacer frente a sus obligaciones, los acreedores pueden hacer efectivo el pago por medio de los bienes de los socios.
    - La muerte de un socio produce su disolución inmediata, también se podría dar por una incapacidad o demencia de uno de sus socios, pero esto se puede prevenir con un acuerdo, en que los demás socios puedan adquirir la responsabilidad del afectado.
    - Pueden tener problemas al tratar de liquidar la empresa, si hay diferencias entre los socios, si no se especificó en la escritura de esta, ya que puede haber diferencia en la repartición de activos.
- Sociedad en Comandita Simple: Aquella formada por socios comanditados o gestores a quienes les corresponde la representación y administración, y por socios comanditarios.
  - Ventajas
    - Facilita que se junten personas con diferentes tipos de talentos y especializaciones, lo que permite competir de una mejor manera.
    - Es relativamente simple ya que cada socio sabe que el éxito de la misma depende en mucho del aporte que haga cada uno para que este progrese.
    - Cada socio se podrá dedicar a aquella área en donde posea conocimiento, además de que la administración de esta puede ser compartida.
    - Posee menos regulaciones que una sociedad anónima.
  - Desventajas
    - Es de responsabilidad ilimitada, teniendo el caso de responder a los acreedores de la sociedad con los recursos personales de los socios, por lo menos de uno.
    - La muerte de un socio produce la disolución de esta.
    - Dificultad de mantener buenas relaciones entre los socios y ecuanimidad de sus intereses.
    - Cada socio es responsable por los actos de cada uno de los socios.
    - Al menos que en la escritura se haya especificado una forma detallada la manera de liquidar la sociedad, pueden presentarse problemas a la hora de su disolución.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: Aquella en que los socios responderán únicamente con sus aportes, salvo los casos en que la ley amplíe esa responsabilidad.
  - Ventajas
    - Ideal para la formación de la pequeña y mediana empresa.
    - Menor cantidad de trámites que las sociedades anónimas.
    - Los socios que constituyen la sociedad tienen el poder sobre el control de ella y restringen la posibilidad de ingreso de nuevos socios.
  - Desventajas
    - Dificultad de captación de capital.
    - Debe contar con la unanimidad de los socios para adoptar decisiones relativas a diversas materias.
    - Los socios no pueden transferir su participación en la sociedad sin el consentimiento de los demás socios, ya que requiere una modificación a los estatutos de la sociedad.

- **Sociedad Anónima:** Aquella en la cual el capital social estará dividido en acciones y los socios sólo se obligan al pago de sus aportaciones.
  - Ventajas
    - Se constituye como una entidad legal, con personalidad independiente de los accionistas.
    - La responsabilidad de los accionistas se limita a su inversión en la compra de las acciones de la sociedad.
    - La muerte o incapacidad no determina su disolución, por lo que su continuidad está asegurada.
    - Su obtención de capital es más fácil ya que esta se puede realizar con la emisión de acciones.
    - La facilidad con la que se transfiere la propiedad de las acciones hace que sean vendibles fácilmente sin necesidad de trámites legales costosos.
  - Desventajas
    - Los requisitos legales para su constitución son bastantes, mayores a los de las sociedades en nombre colectivo, comandita y responsabilidad limitada.
    - Las que emiten acciones al público, tienen obligaciones de dar informes de sus operaciones y resultados.
    - Los impuestos que enfrentan son más altos.

## Aspectos legales en la constitución de un negocio.

### *Registro de marcas*

Este proceso se realiza ante el Registro Nacional. El registro de la marca presenta las siguientes ventajas: fabricación, utilización, distribución, venta, importación, otorgamiento de licencias, franquicias, entre otras; asociados a todos los productos respaldados por la misma.

### *Licencia o patente comercial*

Es la autorización municipal para realizar una actividad económica dentro de su área de acción administrativa e implica un compromiso del empresario de contribuir periódicamente, de acuerdo con sus ganancias, al desarrollo del cantón.

### *Obligaciones legales*

#### Tributación directa

Es obligación para toda empresa con actividades comerciales, inscribirse ante la Dirección General de Tributación como contribuyente. Las obligaciones más comunes contraídas al estar inscrito en tributación son las siguientes:

- **Pago de impuesto sobre renta e impuestos al salario:** el primero se paga sobre las utilidades ganadas por la empresa en un año fiscal, por tanto, este se rebaja de las ganancias de la compañía. El segundo se paga mensualmente sobre el salario de los trabajadores y es rebajado del salario bruto del colaborador.
  - **Impuestos de renta:** Desde el 01 de enero del 2024, se actualizaron los tramos sobre los cuales se deben aplicar las tasas del impuesto sobre la renta a las personas jurídicas, cuya renta bruta no supere los ciento veinte millones quinientos ochenta y dos mil colones (¢120.582.000,00). Lo anterior, según lo establecido en el Decreto Ejecutivo N.º44276-H, publicado en el diario oficial La Gaceta, el 11 de diciembre del 2023. Estos tramos se actualizan cada año, según lo dispuesto en la Ley 7092 (Impuesto sobre la Renta).

**Impuesto de rentas a personas físicas con actividad lucrativa:**

Renta Neta sobre el exceso de	Hasta	Tarifa
\$ 0.00	¢4.127.000,00 (\$7.835,00 Aprox.)	0%
¢4.127.000,00 (\$7.835,00 Aprox.)	¢6.164.000,00 (\$11.702,00 Aprox.)	10%
¢6.164.000,00 (\$11.702,00 Aprox.)	¢10.281.000,00 (\$19.519,00 Aprox.)	15%
¢10.281.000,00 (\$19.519,00 Aprox.)	¢20.605.000,00 (\$39.119,00 Aprox.)	20%
¢20.605.000,00 (\$39.119,00 Aprox.)	En adelante	25%

**Impuesto a las utilidades de personas jurídicas con ingresos brutos de hasta ¢120.582.000,00 (USD\$228,926.00 Aprox.):**

Renta Neta sobre el exceso de	Hasta	Tarifa
\$ 0.00	¢5.687.000,00 (\$10.797,00 Aprox.)	0%
¢5.687.000,00 (\$10.797,00 Aprox.)	¢8.532.000,00 (\$16.198,00 Aprox.)	10%
¢8.532.000,00 (\$16.198,00 Aprox.)	¢11.376.000,00 (\$21.597,00 Aprox.)	15%
¢11.376.000,00 (\$21.597,00 Aprox.)	¢120.582.000,00 (\$228,926.00 Aprox.)	20%

Las personas jurídicas con ingresos brutos mayores a ¢120.582.000,00 (USD\$228,926.00, Aprox.) pagaran una tarifa del 30%.

○ **Impuesto al salario:**

**Impuesto al Salario:**

Salario Bruto sobre el exceso de	Hasta	Tarifa
\$ 0.00	¢929.000,00 (\$ 1,764,00 Aprox.)	0%
¢929.000,00 (\$ 1,764,00 Aprox.)	¢1.363.000,00 (\$ 2,588,00 Aprox.)	10%
¢1.363.000,00 (\$ 2,588,00 Aprox.)	¢2.392.000,00 (\$ 4,541,00 Aprox.)	15%
¢2.392.000,00 (\$ 4,541,00 Aprox.)	¢4.783.000,00 (\$ 9,081,00 Aprox.)	20%
¢4.783.000,00 (\$ 9,081,00 Aprox.)	En adelante	25%

• **Declaraciones sobre gastos e ingresos.**

○ **INS**

Se debe tener a todos los miembros de planilla registrados con un seguro de riesgos del trabajador acorde a la actividad laboral realizada por cada uno de ellos.

○ **CCSS**

Las empresas deben registrar sus empleados ante la CCSS, para que se encuentren asegurados y cuenten con las demás prestaciones de ley (aguinaldos, vacaciones, cesantía, entre otros).

Caja Costarricense de Seguro Social			
Concepto	Patrono	Trabajador	Monto
SEM	9,25%	5,50%	¢0
IVM	5,42%	4,17%	¢0
<b>TOTALCCSS</b>	<b>14,67%</b>	<b>9,67%</b>	<b>¢0</b>
Recaudación Otras Instituciones			
Institución	Patrono	Trabajador	Monto
Cuota Patronal Banco Popular	0,25%	-	¢0
Asignaciones Familiares	5,00%	-	¢0
IMAS	0,50%	-	¢0
INA	1,50%	-	¢0
<b>TOTALOTRAS INSTITUCIONES</b>	<b>7,25%</b>	<b>-</b>	<b>¢0</b>
Ley de Protección al Trabajador (LPT)			
Concepto	Patrono	Trabajador	Monto
Aporte Patrono Banco Popular	0,25%	-	¢0
Fondo de Capitalización Laboral	1,50%	-	¢0
Fondo de Pensiones Complementarias	2,00%	-	¢0
Aporte Trabajador Banco Popular	-	1,00%	¢0
INS	1,00%	-	¢0
<b>TOTALLPT</b>	<b>4,75%</b>	<b>1,00%</b>	<b>¢0</b>
Total			
	Patrono	Trabajador	Total
<b>PORCENTAJES TOTALES</b>	<b>26,67%</b>	<b>10,67%</b>	<b>37,34%</b>

### Permisos y limitaciones

Para poder iniciar las operaciones de cualquier empresa comercial o sin fines de lucro, se necesita contar con permisos emitidos por el Ministerio de Salud y por la Municipalidad que rige la región donde se ubica la empresa.

- Permiso Sanitario de Funcionamiento del Ministerio de Salud

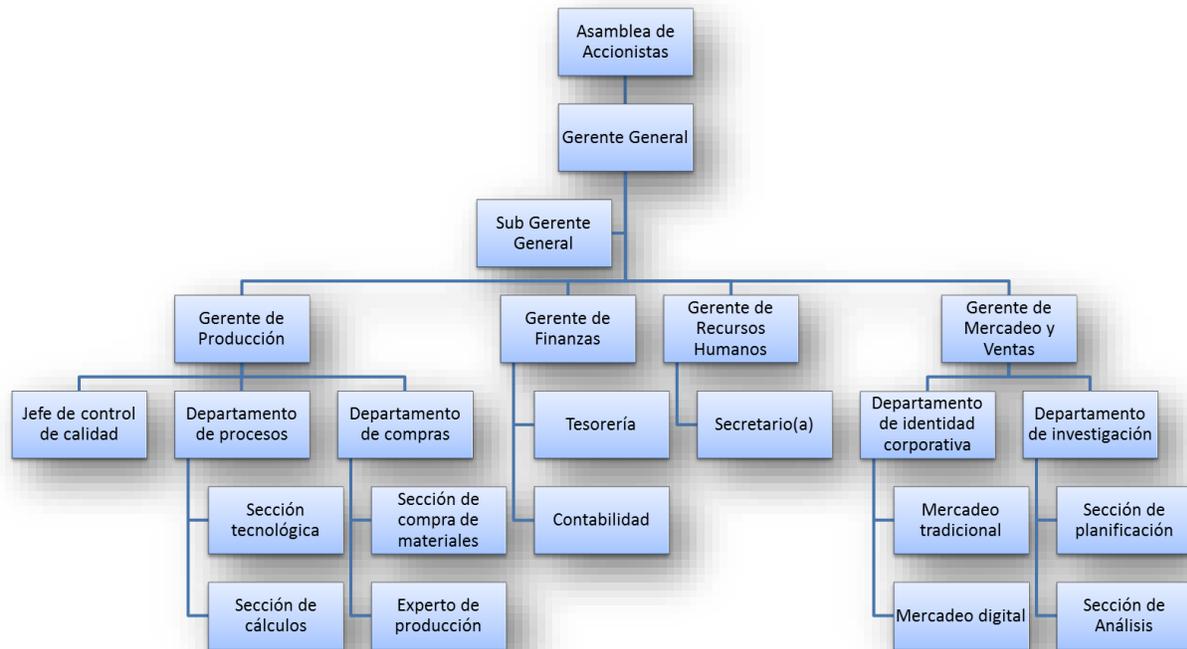
En Costa Rica, cualquier tipo de establecimiento comercial, agrícola o industrial necesita cumplir con las disposiciones contempladas en el Reglamento General para el Otorgamiento de Permisos de Funcionamiento; esto por disposición a la Ley General de Salud.

- Permisos municipales
  - Patente Municipal

Para iniciar las actividades comerciales se necesita la patente municipal. Esta implica el pago de un impuesto durante el tiempo de operación (Código Municipal, Ley N° 7794, Artículo 79).

# Tema: Estructura organizacional

## Organigrama



Es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización.

### *Estructura departamental*

Son las diferentes áreas de enfoque de tareas dentro de la organización, las cuales buscan en conjunto el éxito de los resultados de la compañía.

- **Gerente General**

#### Habilidades

- Liderazgo
- Actitud positiva
- Personalidad franca y abierta
- Compromiso
- Capacidad de escucha

#### Funciones

- Representante en reuniones
- Convocar reuniones de JD
- Supervisar actividades de cada departamento
- Impulsar y vigilar principios de calidad total.
- Convocar Asamblea de Accionistas.

- **Gerente de mercado**

#### Habilidades

- Extrovertido
- Capacidad de motivar
- Gusto por contacto a personas
- Capacidad para fijarse metas y cumplirlas
- Optimismo

#### Funciones

- Planear y dirigir la investigación de mercado
- Dirigir y supervisar la fuerza de ventas
- Sustituir al Gerente general
- Mantener actualizado un inventario
- Registro de productos entregados a miembros.

- **Gerente de finanzas**

#### Habilidades

- Orden
- Facilidad para cálculos
- Facilidad para registro de información
- Capacidad de análisis
- Orientación a resultados

#### Funciones

- Custodiar dinero de la empresa
- Registros financieros de la empresa
- Pagar gastos autorizados
- Integrar el presupuesto
- Elaborar reportes periódicos

- **Gerente de recursos humanos**

#### Habilidades

- Capacidad de escucha
- Trato personal
- Orientado a evaluar desempeños y resultados
- Capacidad de negociación

#### Funciones

- Elaborar programa de capacitación para empleados.
- Mantener registros de los empleados.
- Preparar la nómina mensual
- Elaborar reglamento interno y supervisar su aplicación.
- Llevar control de asistencia.

- **Gerente de producción**

#### Habilidades

- Capacidad de análisis
- Muy organizado
- Don de mando
- Orientado a resultados
- Facilidad para capacitar
- Capacidad de motivación

- Asumir retos
  - Trabajo en equipo
- Funciones
- Dirigir y supervisar fuerza de producción
  - Mantener actualizado el registro de producción
  - Identificar a los proveedores
  - Elaborar solicitudes de dinero para compras.
  - Elaborar reportes periódicos

- **Gerente de Sostenibilidad**

- Habilidades
- Analítico
- Trabajo en equipo
- Facilidad para comunicarse.
- Proactivo.
- Compromiso
- Funciones

Funciones

- Vigilar procesos de la compañía, y revisar si cumplen con las leyes vigentes en el país a favor del ambiente.
- Identificar ineficiencias y proponer puntos de mejora en el tema RSE.

- **Gerente de TICs**

Habilidades

- Habilidades comunicativas e interpersonales.
- Resolución de problemas y toma de decisiones.
- Organización y gestión del tiempo.
- Habilidades de negocios.
- Habilidades de autodesarrollo.
- Funciones

Funciones

- Diseñar e implementar soluciones tecnológicas.
- Definir la estrategia de infraestructura y tecnológica.
- Garantizar la seguridad de los datos, el acceso a las redes y los sistemas de seguridad.

## Visión:

Es una frase concisa que describe las metas a mediano y a largo plazo. La visión es “externa”, orientada al mercado, y debe expresar de una manera colorida y visionaria cómo quiere la organización ser percibida por el mundo en el futuro, debe ser medible en cuanto al tiempo.

## Misión:

Es una frase concisa, con foco “interno”, de la razón de la existencia de la organización, el propósito básico hacia el que apuntan sus actividades, y los valores que guían las actividades de sus empleados. Responde a las preguntas: ¿Qué?, ¿Por qué? ¿Para quién? ¿Cómo?

## Valores:

Son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas.

## Registro de accionistas

Libro en el cual se registran los aportes de dinero de todos los asociados para la constitución de la empresa, este registro será tomado en cuenta una vez se pase a la liquidación de la compañía.

## Resumen

La sección empieza por mostrar las principales formas de constitución de las empresas, así como, sus ventajas y desventajas.

Dentro de las principales formas de constitución que se mencionan en la sección se encuentran:

- Empresa individual de responsabilidad Limitada: Entidad que tiene su propia autonomía como persona jurídica, independiente y separada de la persona física a quien pertenece.
- Sociedades en Nombre Colectivo: Aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de modo subsidiario pero ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales.
- Sociedad en Comandita Simple: Aquella formada por socios comanditados o gestores a quienes les corresponde la representación y administración, y por socios comanditarios.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: Aquella en que los socios responderán únicamente con sus aportes, salvo los casos en que la ley amplíe esa responsabilidad.
- Sociedad Anónima: Aquella en la cual el capital social estará dividido en acciones y los socios sólo se obligan al pago de sus aportaciones.

Además, la sección continúa explicando aspectos legales necesarios para la constitución de una empresa, como: el Registro de Marcas, la licencia comercial, tributación directa, el permiso sanitario de funcionamiento y la patente municipal.

Por último, la sección se cierra con la explicación de conceptos que embargan la estructura departamental como lo son el organigrama y estructura departamental, así como de las funciones de cada uno de los gerentes dentro de una organización.

## Sesión 3: Innovación y sostenibilidad.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán sobre la importancia del desarrollo sostenible y como debe de impactar en la innovación de un producto o servicio.

### **Objetivos:**

- Reconocer la importancia del desarrollo sostenible en el mundo empresarial.
- Conocer los tres pilares del desarrollo sostenible.
- Reconocer que es la innovación y los tipos de innovación que pueden estar presentes en su emprendimiento.

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Desarrollo sostenible
- Innovación

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Desarrollo Sostenible

Este término constituye el concepto base de las herramientas de gestión ambiental en el ámbito empresarial, el objetivo básico es satisfacer las necesidades del presente sin comprometer los recursos de las futuras generaciones.

De este modo, su principal objetivo es perpetuar al ser humano como especie, satisfaciendo sus necesidades presentes y futuras, mediante el uso responsable de los recursos naturales. Para alcanzar el denominado desarrollo sostenible se tienen que cumplir una serie de requisitos que permitan alcanzar un estado de equilibrio entre economía, sociedad y medio ambiente.

### Pilares de la sostenibilidad

#### *Sostenibilidad Ambiental*

La sostenibilidad ambiental es la responsabilidad de conservar los recursos naturales y proteger los ecosistemas del planeta con el fin de favorecer la salud y el bienestar, ahora y en el futuro. Dado que muchas decisiones que repercuten en el medio ambiente no se perciben inmediatamente, un elemento clave de la sostenibilidad ambiental es su carácter prospectivo.

El principal objetivo de esa toma de conciencia es promover un desarrollo económico y social que no amenace ni degrade el medio ambiente, de manera que no se comprometan los recursos naturales para las nuevas generaciones. Por esa razón, las acciones de sostenibilidad ambiental se enfocan principalmente en el cuidado del agua, la reducción del consumo de combustibles fósiles, el uso de fuentes de energía renovables y el reciclaje.

#### *Sostenibilidad Social*

La sostenibilidad social se refiere a la capacidad de una sociedad para sostenerse a sí misma a través del tiempo y el espacio, es la práctica de mantener un entorno social equitativo y justo, donde cada individuo puede vivir con dignidad, disfrutando de los derechos fundamentales y la oportunidad de desarrollo personal.

Uno de los aspectos clave es la equidad social, que se refiere a la justa distribución de recursos, oportunidades y privilegios dentro de una sociedad. En un mundo ideal, cada individuo tendría las mismas oportunidades de crecimiento y desarrollo personal, sin importar su género, raza, religión o estatus socioeconómico.

#### *Sostenibilidad económica*

La sostenibilidad económica se refiere a las acciones y decisiones que apoyan el desarrollo económico a largo plazo de una empresa o un país, protegiendo al mismo tiempo los elementos medioambientales, sociales y culturales.

La actividad económica es sostenible cuando se garantiza que el conjunto de activos de capital utilizados se mantiene, o aumenta, con el paso del tiempo. Entre esos activos se incluyen las

manufacturas e infraestructuras (maquinaria o carreteras), el capital humano (conocimientos y técnicas), el capital social (relaciones e instituciones) y el capital ambiental (bosques, mares, etc.).

## ¿Cómo alcanzar el desarrollo sostenible?

Uno de los mayores retos que el mundo se enfrenta es el cambio climático, escasez de agua y desigualdades sociales. Las Naciones Unidas aprobó una serie de objetivos de desarrollo sostenible, metas enfocadas en proteger el planeta y garantizar el bienestar de todas las personas. Estos objetivos necesitan que las personas, empresas y países del todo el mundo los pongan en práctica.

### Objetivos de desarrollo sostenible



Las acciones de todas las empresas que surjan a partir de ahora deben tomar un enfoque que proteja los intereses del desarrollo sostenible, ya que al mismo tiempo estará protegiendo la sostenibilidad de la propia empresa, sea cualquier tipo de compañía, la manera de gestionar los negocios en la actualidad debe procurar cuidar a todas las cadenas de valor alrededor de las empresas, buscar ese equilibrio representa un reto.

## Tema: Innovación en el desarrollo sostenible

La innovación es uno de los componentes clave del desarrollo sostenible para encontrar nuevas tecnologías y formas de resolver las cuestiones ambientales para encontrar soluciones más efectivas. La innovación sostenible favorece el crecimiento y la rentabilidad, ya que facilita la reutilización y la circularidad de los productos, además de aumentar la eficiencia y la seguridad de las operaciones comerciales.

Algunas definiciones de “**innovación**” son las siguientes:

- **RAE:** Creación o modificación de un producto y su introducción al mercado.
- **OCDE:** Introducción al mercado de un nuevo o mejorado producto o servicio, proceso, método de comercialización o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de una empresa.

## Tipo de innovación

- **Producto / Servicio:** Una innovación de producto es un bien o servicio nuevo o mejorado que difiere significativamente de los bienes o servicios previos del establecimiento y que ha sido introducido en el mercado. El término producto hace referencia a los bienes y servicios tanto físicos como digitales.
- **Procesos:** Implementación de nuevos procesos de fabricación, logística o distribución para que sean más eficientes y eficaces.
- **Organizacional:** Desarrollo de nuevos métodos aplicados a la gestión del conocimiento, formación, tiempo, evaluación, riesgo, sistema de calidad y administración.
- **Marketing:** Implementación de nuevas formas de marketing, incluyendo el diseño, precio, distribución y promoción.

## Sesión 4: Modelo de negocios.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán a utilizar la herramienta del modelo de CANVAS o modelo de negocios.

### **Objetivos:**

- Reconocer la definición de modelo de negocios, así como su implementación dentro de su empresa

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Modelo de Negocios.

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Modelo de negocios

Es un resumen de cómo una compañía planifica servir a sus clientes, implica tanto el concepto de estrategia y su implementación comprendiendo los siguientes elementos:

### Estructura

- *Asociaciones clave*: personas, grupos o instituciones que formarán parte dentro de los procesos de la empresa. Los cuales pueden ir desde la producción del producto, investigación y desarrollo, distribución o venta misma de los productos.
- *Actividades clave*: las tareas 100% necesarias para poder crear, desarrollar y comercializar el producto.
- *Recursos clave*: personas, materiales, dinero, herramientas, entre otros; los cuales son necesarios para desarrollar cada una de las actividades clave de la empresa.
- *Propuesta de valor*: es el atributo diferenciador del producto. ¿Cómo quiero vender mi producto al público?
- *Relaciones con los clientes*: estrategias para propiciar una lealtad de los clientes potenciales. Por ejemplo: buen servicio post-venta, opciones de crédito, etc.
- *Canales*: medios a utilizar para hacer llegar el producto hasta el consumidor final. Ejemplo: venta directa, mayoristas, minoristas, y ¿cuáles?
- *Segmentos de mercado*: la construcción de grupos con características homogéneas, así como, deseos o necesidades similares. Las cuales se podrá satisfacer con un mismo bien o servicio.
- *Estructura de costos*: a que se relacionarán los gastos de la compañía.
- *Fuentes de ingresos*: de donde provendrán los ingresos de la compañía.

### Resumen

La sección ofrece el concepto del modelo de negocios, describiendo este como el resumen de cómo una compañía planifica servir a sus clientes, implica tanto el concepto de estrategia y su implementación, comprendiendo elementos como: asociaciones clave, actividades clave, recursos claves, propuesta de valor, relaciones con los clientes, canales, segmentos de mercado, estructura de costos y fuentes de ingreso.

## Sesión 5: FODA y ventaja competitiva.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán a reconocer el estado de su negocio. Además, de cómo lograr una ventaja competitiva para su empresa.

### **Objetivos:**

- Reconocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de su empresa y productos.
- Conocer los tres tipos de estrategias competitivas.
- Conocer los dos tipos de competencia.

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- FODA-MECA.
- Estrategia de costo.
- Estrategia de diferenciación.
- Estrategia de nicho.
- Competencia directa.
- Competencia indirecta.

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: FODA-MECA



Con este análisis podrá diagnosticar cuáles son sus fortalezas y utilizar las mismas de la manera correcta para aprovechar las oportunidades que el mercado brinda. De igual forma podrá identificar sus debilidades, aspecto en el cual la empresa podrá invertir conocimientos y recursos con el fin de eliminarlas o mitigarlas; lo anterior para no verse amenazados por los fuertes competidores de la industria.

Este análisis se enfoca en los factores internos (las fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) que dan a las empresas ciertas ventajas y desventajas en la satisfacción de necesidades de su(s) mercado(s) meta.

### Factores internos

**Fortalezas:** son vistas como todas aquellas acciones que una organización realiza de una forma efectiva para satisfacer las necesidades de los clientes, por lo que éstas se convierten en una capacidad.

**Mantener:** las fortalezas son los puntos fuertes de la compañía a lo interno de su negocio, organización o estructuración, por tanto, debe siempre mantener esos recursos para asegurarse no perder competitividad en el mercado. El concepto “mantener”, es crear una serie de estrategias para no perder las fortalezas actuales.

**Oportunidades:** una vez que los gerentes lograron identificar las fortalezas que mantienen a nivel interno, se hace necesario igualmente tomar en cuenta los factores externos que pueden afectar positiva o negativamente a esas fortalezas; las oportunidades de mercado pueden venir de muchas fuentes, como por ejemplo: el crecimiento rápido, cambios en las necesidades de los clientes,

apertura de mercados extranjeros, descubrimiento de nuevos productos, nuevas tecnologías o alianzas estratégicas, entre otras.

**Explotar:** una empresa tiene una oportunidad cuando tiene los recursos para ejercerla y explotarla, el error común de pequeñas empresas, es decir que tienen oportunidades cuando no cuenta con los recursos para aprovecharlas y llevarlas a cabo. Por tanto, el concepto explotar es a partir de tener las materias primas necesarias, crear las estrategias para poder tomar las oportunidades que brinda el mercado.

## Factores externos

**Debilidades:** se definen por aquellas limitaciones o aspectos negativos que los gerentes logran identificar a nivel interno en la organización, entre los ejemplos de debilidades potenciales que se pueden detectar están: “la falta de dirección estratégica, recursos financieros limitados, poca inversión en investigación y desarrollo, distribución limitada , líneas de productos muy restringidas, tecnología obsoleta, alianzas débiles con otras empresas, empleados mal capacitados, problemas operativos internos, entre otros.

**Corregir:** consiste en crear estrategias para que las empresas puedan convertir las debilidades en fortalezas e incluso en ventajas estratégicas claves.

**Amenazas:** son aspectos externos no tan positivos que dificultan la capacidad de la empresa para atender las necesidades de sus clientes. Entre las amenazas más comunes se pueden mencionar: entrada de competidores extranjeros, productos en fases de declinación, recesiones económicas, nuevas tecnologías, cambios de gustos de los consumidores, cambios demográficos, barreras comerciales, disturbios políticos, entre otros.

**Afrontar:** consiste en crear las estrategias para poder sobrellevar las amenazas del mercado, y de esta manera poder vivir con ellas y mitigar su efecto al máximo para lo que representa las operaciones y clientes de la empresa.



## Tema: Competitividad

Punto importante para poder competir con éxito en una industria, es definir la estrategia competitiva a utilizar con base en las ventajas de la empresa, así como, determinar la competencia directa e indirecta. Con lo cual se podrá tomar las precauciones del caso, y se podrá crear un plan de acción para buscar ganar participación de mercado y con ello generar utilidades.

### Ventaja competitiva

Es aquella ventaja que tiene una compañía con respecto a las demás de la industria. Mayoritariamente están orientadas en costos, diferenciación, investigación y desarrollo(I+D). Es importante poder proteger la ventaja competitiva, de manera que sea realmente efectiva, para lo cual se debe considerar los siguientes criterios:

- Única-Legal: nadie más la tenga.
- Mantener en el tiempo: si es fácilmente copiable, prontamente los competidores tendrán la misma condición, y dejara de ser ventaja competitiva.
- Verdaderamente superior a la competencia: evidencia hacer un producto mejor que los demás.
- Flexible: que un cambio en el mercado no le afecte tanto como para eliminarla.

### Estrategias competitivas

Existen tres tipos de estrategias:

- **Costos**: consiste en ser líder de mercado en costos y ofrecer a la industria en su totalidad el precio más bajo y así captar gran participación de mercado.
- **Diferenciación**: consiste en crear un producto que sea percibido como único en el mercado, por lo tanto, merece un precio mayor al de sus competidores. El objetivo es obtener gran participación de mercado a través de un bien de calidad-único.
- **Nicho**: su primera diferencia con las dos anteriores, es que esta estrategia busca un grupo de consumidores en específico y no a la industria en su totalidad, por tanto, se sacrifica la captación de participación de mercado. El enfoque o nicho consiste en aplicar una o ambas de las estrategias anteriores a un pequeño grupo en particular. Es muy empleada por pequeñas empresas que no tienen los recursos para desarrollar un producto para toda una industria.

### Competencia

Existen dos tipos:

- *Directa*: son todos aquellos negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado en el que estamos nosotros, es decir, buscan a nuestros mismos clientes para venderles prácticamente lo mismo.
- *Indirecta*: La forman todos los negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos.

## Resumen

La sección habla del análisis mundialmente reconocido como el análisis FODA- MECA. Este análisis cumple con la función de diagnosticar cuáles son sus fortalezas y utilizar las mismas de la manera correcta para aprovechar las oportunidades que el mercado brinda. De igual forma podrá identificar sus debilidades, aspecto en el cual la empresa podrá invertir conocimientos y recursos con el fin de eliminarlas o mitigarlas; lo anterior para no verse amenazados por los fuertes competidores de la industria.

Seguidamente se explica la importancia del establecimiento de una ventaja competitiva para resaltar en la industria de hoy en día. Esta estrategia se define como una estrategia con la que cuenta la compañía que la hace mejor a su competencia o industria.

La estrategia competitiva se puede dividir en tres los cuales son:

- Costos: consiste en ser líder de mercado en costos y ofrecer a la industria en su totalidad el precio más bajo.
- Diferenciación: consiste en crear un producto que sea percibido como único en el mercado.
- Nicho: El enfoque o nicho consiste en aplicar una o ambas de las estrategias anteriores a un pequeño grupo en particular.

Por último, se cierra la sección mencionando la importancia de saber distinguir a la competencia directa de la indirecta, siendo la primera una competencia de negocios que venden productos exactamente iguales a los ofrecidos por “mi” compañía, y la segunda se trata de negocios que venden productos diferentes pero que cubren las mismas necesidades de mis productos en una forma distinta.

## Sesión 6: Mercadeo.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán sobre el establecimiento de una mezcla de marketing para la empresa, así como, el beneficio de adecuada estrategia de Branding. Además, se explicará como la encuesta puede ayudar a las a conocer los gustos y preferencias del consumidor.

### **Objetivos:**

- Establecer la mezcla de marketing adecuada para su empresa.
- Establecer la estrategia de branding para su empresa

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Mezcla de Marketing.
- Estrategia de Branding.
- Logo.
- Slogan.

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Mezcla de marketing

La función es permitir a las empresas el crear un conjunto de estrategias y acciones que interrelacionadas podrán alcanzar al consumidor, generar posicionamiento, recordación, y por último generar la venta. A continuación, se describen las 4P básicas del mercadeo:

### Producto

¿Qué vendes exactamente? ¿Qué beneficios ofreces a tus clientes? ¿Qué características definen tu producto o servicio? Considera no solo el qué, si no el cómo: envase, nombre, forma de entrega, atención, tiempos, etc.

A continuación, se presenta una serie de estrategias a tomar en cuenta:

- Incluir nuevas características al producto, por ejemplo, darle nuevas mejoras, nuevas utilidades, nuevas funciones, nuevos usos.
- Incluir nuevos atributos al producto, por ejemplo, darle un nuevo empaque, un nuevo diseño, nuevos colores, nuevo logo.
- Lanzar una nueva línea de producto, por ejemplo, si nuestro producto son los jeans para damas, podemos optar por lanzar una línea de zapatos para damas.
- Ampliar nuestra línea de producto, por ejemplo, aumentar el menú de nuestro restaurante, o sacar un nuevo tipo de champú para otro tipo de cabello.
- Lanzar una nueva marca (si n necesidad de sacar del mercado la que ya tenemos), por ejemplo, una nueva marca dedicada a otro tipo de mercado, por ejemplo, uno de mayor poder adquisitivo.
- Incluir nuevos servicios al cliente, que le brinden al cliente un mayor disfrute del producto, por ejemplo, incluir la entrega a domicilio, el servicio de instalación, nuevas garantías, nuevas facilidades de pago, una mayor asesoría en la compra.

### Precio

¿Qué valor tiene lo que ofreces a tus clientes? ¿Cuánto vale algo similar en el mercado? ¿Tu producto va a ser exclusivo o económico? La fijación del precio de un producto no es solo el resultado de sus costos más la ganancia esperada, sino un complejo proceso que impacta la imagen ante los clientes. A continuación, se presenta una serie de estrategias a tomar en cuenta:

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.

- Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado.

## Promoción

¿De qué forma vas a dar a conocer tu producto o servicio? ¿Dónde están tus clientes? De acuerdo con los medios que utilices, los mensajes que elijas y la inversión que realices, puedes alcanzar a distintos públicos. Hay que tener en cuenta formas de comunicación tradicionales, como los avisos, pero también las promociones y descuentos, y las campañas de fidelización.

A continuación, se presenta una serie de estrategias a tomar en cuenta:

- Crear nuevas ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero.
- Ofrecer cupones o vales de descuentos.
- Obsequiar regalos por la compra de determinados productos.
- Ofrecer descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- Crear sorteos o concursos entre nuestros clientes.
- Poner anuncios en diarios, revistas o Internet.
- Crear boletines tradicionales o electrónicos.
- Participar en ferias.
- Crear puestos de degustación.
- Crear actividades o eventos.
- Auspiciar a alguien, a alguna institución o a alguna otra empresa.
- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.
- Crear afiches, carteles, volantes, paneles, folletos o calendarios publicitarios.

## Plaza

¿Dónde y cómo vender el producto? Las definiciones sobre canal de ventas y formas de comercialización impactan en tu negocio. No es lo mismo el marketing mayorista, minorista o de venta hacia el gobierno y organismos públicos. Venta directa, distribuidores, venta online y franquicias son opciones comerciales que puedes evaluar y que implican distintos acercamientos a los clientes.

A continuación, se presenta una serie de estrategias a tomar en cuenta:

- Ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a domicilio.

- Hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestro producto, o aumentar nuestros puntos de ventas.
- Ubicar nuestros productos en todos los puntos de ventas habidos y por haber (estrategia de distribución intensiva).
- Ubicar nuestros productos solamente en los puntos de ventas que sean convenientes para el tipo de producto que vendemos (estrategia de distribución selectiva).
- Ubicar nuestros productos solamente en un solo punto de venta que sea exclusivo (estrategia de distribución exclusiva).



## Tema: Imagen Corporativa

### Estrategia de Branding

Parte esencial y difícil en un plan de marketing es la creación de marca (branding), que consiste en la combinación del nombre y logotipo para la misma, de manera que esta integración sea llamativa para el target conceptual de los productos de la empresa.

#### *Colores corporativos*

Combinación en su mayoría de tres colores que definen a la empresa, y se utilizaran en todos los temas publicitarios.

*Logo:*

Es el aspecto visual que cumple la función de ser atractivo para el target conceptual, este debe ser congruente con los colores corporativos.

*Slogan:*

Frase célebre que permite dar un mensaje directa a los consumidores, acerca de cómo son vistos por la empresa.

## Tema: Encuesta

Es un medio para recopilar información relevante acerca del mercado al que se quiere llegar, así como, la adaptación del producto con el público meta.

### Aspectos por considerar:

- Entre 10-15 preguntas.
- Empiece por las preguntas más sencillas y conforme avance pase a las más complejas.
- Aplicar en menos de 5 minutos.

### Importancia de la encuesta

- Identificación de gustos sobre tipo de empaque y cantidad de producto.
- Aceptación del producto
- Se define el rango que estaría dispuesto a pagar el consumidor.

## Resumen

La sección describe la mezcla de marketing como una herramienta que permite a las empresas crear un conjunto de estrategias y acciones que interrelacionadas alcancen al consumidor, generar posicionamiento, recordación y por último generar la venta. La mezcla posible que habla el autor, una mezcla de las cuatro P's del Mercadeo, las cuales son:

- Producto: ¿Qué se vende exactamente? ¿Qué beneficios ofrece al cliente? ¿Qué características definen su producto o servicio?
- Precio: ¿Qué valor tiene lo que ofrece a sus clientes? ¿Cuánto vale algo similar en el mercado? ¿Su producto va a ser exclusivo o económico?
- Plaza: ¿Dónde y cómo vender el producto?
- Promoción: ¿De qué forma va a dar a conocer su producto o servicio? ¿Dónde están sus clientes?

Además, se menciona sobre la importancia del branding para dar a conocer su producto a través de la combinación de los colores corporativos, logo y slogan. Como punto importante se destaca la diferencia entre el logo y el slogan, lo cual es comúnmente confundido entre los estudiantes siendo estos:

- Logo: es el aspecto visual que cumple la función de ser atractivo para el target conceptual, este debe ser congruente con los colores corporativos.
- Slogan: frase célebre que permite dar un mensaje directa a los consumidores, acerca de cómo son vistos por la empresa.

Por último, se menciona la utilidad de la generación de encuestas para conocer los gustos y preferencias del consumidor, así como la reacción hacia su producto en específico.

## Sesión 7: Estructura de costos

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán sobre la importancia de una buena estructura de costos.

### **Objetivos:**

- Establecer la estructura de costos apropiada para su empresa.

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Costos Fijos.
- Costos Variables.
- Diagrama de Flujo.

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Estructura de costos

Es importante ya que permite identificar los costos asociados al tipo de producto a realizar, esto con el objetivo de poder fijar un precio que sea generador de utilidades para la compañía. Se dividen en:

### Costos fijos

Son los mismos independientemente del nivel de producción de unidades de la compañía.

Aspecto	Monto
Luz	XX
Agua	XX
Maquinaria	XX
Herramientas	XX
Total Costo fijo	XX

### Costos variables

Son los que reciben una afectación directa según el nivel de producción de la empresa en un momento dado.

Aspecto	Unidad	Precio	Cantidad	Monto unitario
Pan	paquete 12	1200	1 unidad	100
Lechuga	unidad (20h)	300	1 hoja	15
Tomate	unidad	200	¼	50
Carne	kg	1000	0,25kg	250
Total Costo Variable				415

## Tema: Diagrama de flujo

Es una herramienta gráfica para representar los procesos de producción por los cuales debe pasar el producto de una empresa desde su comienzo hasta su culminación.



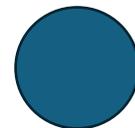
Líneas conectoras



Control



Procesos



Inicio / Fin

## Resumen

En la sección se identifica los tipos de costos a los cuales está inmersa una empresa y su actividad comercial. Además, se provee de la herramienta de diagrama de flujo, lo cual sirve para explicar las etapas que conlleva la producción del producto.

## Sesión 8: Punto de equilibrio y financiamiento.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán sobre el cálculo del punto de equilibrio, tanto en unidades como monetario y también sobre las distintas fuentes de financiamiento.

### **Objetivos:**

- Reconocer la importancia que tiene el punto de equilibrio en las utilidades de un negocio.
- Aprender sobre las distintas fuentes de financiamiento,

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Punto de equilibrio.
- Capital.
- Acciones comunes y preferentes.
- Préstamos.

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Punto de equilibrio.

Es el punto de utilidad "0", llamado así, porque es el momento en que los ingresos igualan a los costos totales. Por tanto, a partir de este momento es cuando una compañía empieza a generar ganancias en un bien o servicio.

La finalidad del punto de equilibrio es ayudar a determinar la rentabilidad de un producto, ya que se determina hasta que nivel de unidades se empieza a generar ganancias, evaluando así que porcentaje de éxito existe en poder vender un número mayor al punto de equilibrio.

Para calcular el punto de equilibrio se debe tener totalmente claro la estructura de costos de la empresa (fijos y variables), ya que de otra forma se podría dar un mal análisis de este concepto. Además, se necesita haber determinado el precio de venta a utilizar, el cual proviene del análisis de los resultados de la encuesta de mercado aplicado al público meta. Con estas tres variables se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{PV - CV}$$

El denominador de esta fórmula no es más que el margen de ganancias que genera el producto por sí sólo, sin contemplar los costos fijos de operaciones. Por lo tanto, lo que nos quiere decir la fórmula, al dividir los costos fijos totales entre el margen de utilidad, es con cuantas unidades vendidas cubrimos los costos operaciones, por lo tanto, a partir de ese momento se empieza con la generación de utilidades.

También se puede determinar el punto de equilibrio en unidad monetario, para lo cual se aplica la siguiente fórmula:

$$PE(\mathbb{C}) = PV * PE$$

Lo anterior es para poder pasar a la gráfica del punto de equilibrio de un producto, con el fin de poder evidenciar de mejor manera la condición presente en el producto en específico.

## Tema: Fuentes de financiamiento

A la hora de iniciar un negocio difícilmente se cuenta con el capital (dinero) para poder cubrir todos los requerimientos legales, marketing y operativas que se necesitan para poder empezar a operar. Por esta razón, existen distintas fuentes de financiamiento, con el fin de ayudar a esos emprendedores que quieren crear su propio negocio y contribuir a la economía del país, al mismo tiempo que buscan generar su rentabilidad propia. A continuación, se describen las principales fuentes de financiamiento:

- **Capital propio:** es el dinero con que cuenta(n) aquella(s) persona(s) que van a iniciar un negocio propio.

- **Préstamos:** Son títulos contractuales que normalmente tienen vencimiento mayor a un año, donde se fija un principal y una tasa de interés. Existe un deudor: persona que recibe el dinero y un tenedor: ente que presta los recursos. En cuanto al tratamiento de los préstamos existen diferentes formas de cancelar el principal, puede ser al vencimiento o se puede ir amortizando en los mismos períodos de pago de interés (esta última es la más utilizada).
- **Acciones comunes y preferentes:** es cuando se vende pequeñas partes de participación de la compañía a cualquier interesado. El precio al que el empresario puede vender la acción está determinado por el tipo de acción (preferente o común), por los flujos de ganancias y por la percepción del mercado sobre la rentabilidad de la empresa. La diferencia existente entre acción común y preferente es que los primeros participan activamente en la gestión y control de la compañía. Además, en el caso de liquidar o pagar dividendos (son las ganancias obtenidas por la empresa en un cierto período a distribuir con los accionistas) los preferentes tienen prioridad sobre los comunes.

Diferencias que considerar sobre las fuentes de financiamiento a utilizar:

<b>Características</b>	<b>Préstamos</b>	<b>Acciones</b>
Vencimiento	Mayor tiempo para pagar	Menor tiempo para pagar
Prioridad de pago	Alta	Baja
Riesgo	Bajo	Alto
Tratamiento fiscal	Escudo fiscal	Ninguno
Costo	Menor costo	Mayor costo

## Resumen

La sección empieza explicando el concepto de punto de equilibrio siendo este el momento en que los ingresos igualan a los costos totales y su finalidad es ayudar a determinar la rentabilidad de un producto.

Con respecto a la parte de financiamiento se menciona distintas fuentes de financiamiento disponibles en la actualidad para ayudar a un emprendedor a crear su propio negocio y contribuir a la economía del país, al mismo tiempo que buscan generar su rentabilidad propia. Las principales fuentes de financiamiento son: capital propio, préstamos, acciones comunes y preferentes.

## Sesión 9: Contabilidad y presupuesto.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán sobre los componentes de la contabilidad, así como, la manera de registrar contablemente las operaciones diarias de la compañía. Además, los estudiantes aprenderán sobre la definición de presupuesto, sus componentes y el correcto uso empresarial.

### **Objetivos:**

- Conocer los conceptos contables básicos
- Conocer las formas de contabilizar las diferentes transacciones diarias que se pueden dar dentro de una compañía.
- Conocer los diferentes estados financieros que se deben presentar al final de cada mes dentro de una compañía.
- Conocer los conceptos de presupuesto, ingresos, gastos y ahorro
- Identificar la importancia del presupuesto y su uso

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Activo
- Pasivo
- Patrimonio
- Asientos de Diario
- Mayorización
- Balanza de comprobación
- Balance General
- Estado de Resultados
- Presupuesto
- Ahorro
- Ingresos
- Gastos

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Contabilidad

La contabilidad es una ciencia y técnica que aporta información de utilidad para el proceso de toma de decisiones económicas. Esta disciplina estudia el patrimonio y presenta los resultados a través de estados contables o financieros. Implica el análisis desde distintos sectores de todas las variables que inciden en este campo. Para esto es necesario llevar a cabo un registro sistemático y cronológico de las operaciones financieras.

Existen diferentes cuentas, las cuales, de acuerdo con su naturaleza o clasificación, reciben los movimientos de aumentos o disminuciones.

- **Activo:** su saldo normal es al DEBE. Aumentan al DEBE y disminuyen al HABER.
- **Pasivo:** su saldo normal es al HABER. Aumenta al HABER y disminuyen al DEBE.
- **Patrimonio:** su saldo normal es al HABER. Aumentan al HABER y disminuyen a DEBE.
- **Ingresos:** su saldo normal es al HABER. Aumentan al HABER y disminuyen a DEBE.
- **Gastos:** su saldo normal es al DEBE. Aumentan al DEBE y disminuyen al HABER.

En contabilidad existe la llamada “ecuación contable”; donde los activos representan los recursos disponibles de la empresa, los pasivos las obligaciones con los externos y el patrimonio el valor propio de la compañía.

$$\textit{Activo} = \textit{Pasivo} + \textit{Patrimonio},$$

Los registros más comunes por llevar en la contabilidad son los asientos de diario y la mayorización, con los cuales se alimenta la generación de una balanza de comprobación; para luego culminar con la presentación de los estados financieros de la compañía (Estado de Resultados, Balance General, Flujo de Efectivo, Estado de Pérdidas y Ganancias).

### Asientos de diario

Registra cada una de las transacciones realizadas por una compañía en un período dado. Y ubica los montos en los lugares respectivos según la clasificación de la cuenta.

DETALLE	DEBE	HABER
Caja	100 000	
Capital		100 000
Por el aporte inicial del negocio del señor Ronald Rodríguez.		
DETALLE	DEBE	HABER
Compras	30 000	
Caja		9 000
Cuenta por pagar		21 000
Por la compra de mercadería		
DETALLE	DEBE	HABER
Caja	35 000	
Cuenta por cobrar		35 000
Por el pago de cliente.		

DETALLE	DEBE	HABER
Gasto por reparaciones	15 000	
Caja		15 000
Por el pago de arreglo de tubería.		
DETALLE	DEBE	HABER
Terreno	1 200 000	
Edificio	4 000 000	
Caja		5 200 000
Por la compra de un Terreno y Edificio de contado.		
DETALLE	DEBE	HABER
Cuenta por cobrar	50 000	
Ventas		50 000
Por ventas a crédito.		

## Mayorización

Registro que acumula los distintos movimientos (aumentos y disminuciones) de una sólo cuenta; esto con el fin de determinar el saldo final de la misma en un período dado.

Efectivo	
100 000	15 000
5 000	
3 000	
108 000	15 000
<b>93 000</b>	

Ingresos por ventas	
	100 000
	200 000
	300 000
	600 000
	<b>600 000</b>

Costo de Ventas	
75 000	
130 000	
220 000	
425 000	
<b>425 000</b>	

Cuentas por pagar	
187 000	273 000
22 500	75 000
	136 000
209 500	484 000
	<b>274 500</b>

## Balance de comprobación

Registro donde se listan todas las cuentas del mayor que tienen saldo, colocando cada una en las columnas respectivas de DEBE y HABER, según la clasificación de la cuenta. Al final se suman ambas columnas y los saldos deben ser iguales.

La Compañía S.A. Balance de Comprobación Al 31 de enero 2023 En colones costarricenses		
Bancos	25 000	
Cuentas por cobrar	35 000	
Estimación para incobrables		10 000
Inventarios	200 000	
Adelanto a Pacific	300 000	
Terrenos	250 000	
Edificio	950 000	
Depreciacion acumulada - edificios		400 000
Equipo	1 030 000	
Depreciacion acumulada - equipo		280 000
Cuentas por pagar		250 000
Documentos por pagar C.P.		200 000
Capital Social		1 000 000
Utilidades Retenidas		550 000
Dividendos	100 000	
Ventas		1 385 000
Costo de Ventas	840 000	
Gastos de operación	170 000	
Gastos por depreciacion Edificio	50 000	
Gastos por depreciacion Equipo	150 000	
Intereses ganados		15 000
Ganacias en diferencial cambiario		10 000
<b>Total</b>	<b>4 100 000</b>	<b>4 100 000</b>

## Balance General

Es el resumen acerca de todas las subcuentas involucradas en las cuentas de activos, pasivos y patrimonio en un período dado. Este estado financiero debe cerrar bajo la ecuación contable.

Activo		Pasivo	
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>		<b><u>PASIVO CORRIENTE</u></b>	
CAJA Y BANCOS	500 000	CUENTAS POR PAGAR	300 000
CUENTAS POR COBRAR	400 000	SALARIOS POR PAGAR	100 000
MERCADERÍA	900 000	IMPUESTO POR PAGAR	50 000
ANTICIPO A PROVEDORES	20 000	ANTICIPO DE CLIENTES	10 000
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>1 820 000</b>	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>460 000</b>
<b><u>ACTIVO NO CORRIENTE</u></b>		<b><u>PASIVO NO CORRIENTE</u></b>	
MAQUINARIA Y EQUIPO	100 000	HIPOTECA POR PAGAR	350 000
DEPRECIACIÓN ACUMULAD -	10 000		
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>90 000</b>	<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>350 000</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1 910 000</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>810 000</b>

## Estado de Resultados

Es el resumen acerca de la relación existente entre ingresos y gastos de una empresa en un período dado. Con el fin de determinar la rentabilidad contable. Al final nos termina mostrando las utilidades o pérdidas de un período.

<b>La Compañía S.A.</b>	
<b>Estado de Resultados Integrales</b>	
<b>Al 31 de diciembre del 2022</b>	
<b>En colones costarricenses</b>	
Ventas	158 876 500,00
Costo de Ventas	<u>126 607 000,00</u>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>32 269 500,00</b>
(-)Gastos Operativos	20 959 000,00
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>11 310 500,00</b>
(-)Gastos Financieros	1 580 000,00
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>9 730 500,00</b>
ISR	<u>2 919 150,00</u>
<b>Utilidad neta del Periodo</b>	<b>6 811 350,00</b>

## Flujo de caja

Son las entradas y salidas de efectivo de la empresa para un período dado.

<b>La Compañía S.A.</b>	
<b>Estado de Flujo de Efectivo</b>	
<b>Al 31 de diciembre del 2022</b>	
<b>En colones costarricenses</b>	
<b>Flujo de efectivo por actividades de operación</b>	
Cobro procedente de la venta a los clientes	251 788,08
Pago a proveedores	- 128 672,16
Pago de gastos operativos	- 90 981,90
Pago de intereses	- 2 022,00
Pago de impuestos	- 6 842,42
	<u>- 228 518,48</u>
Efectivo neto proveniente de las actividades de operación	23 269,60
<b>Flujo de efectivo por actividades de inversión</b>	0
<b>Flujo de efectivo por actividades de financiamiento</b>	
Pago de préstamo hipotecario	- 3 370,37
Pago de dividendos	- 20 527,26
	<u>- 23 897,63</u>
Efectivo neto usado de las actividades de financiamiento	- 23 897,63
Disminución neta del efectivo en caja y bancos	- 628,03
Efectivo en caja y bancos al inicio del período	<u>5 698,03</u>
<b>Efectivo en caja y bancos al final del período</b>	<b>5 070,00</b>

## Tema: Presupuesto

Un presupuesto es el conjunto de los gastos e ingresos previstos para un determinado período de tiempo. Su uso se puede aplicar en el ámbito personal, familiar o de negocios. Entiéndase como:

- Gasto: toda salida de dinero para satisfacer una necesidad de la persona o empresa.
- Ingresos: toda entrada de dinero proveniente de la realización de una actividad laboral, venta de productos o servicios u otras actividades que puedan ameritarla.

Para realizar un presupuesto es necesario conocer de antemano los componentes que se incluyen en cada una de las categorías (ingresos y gastos). Por ejemplo, se debe conocer cuál es el ingreso normal que se va a recibir para el período de tiempo en cuestión, así como su procedencia. De igual manera se debe conocer aproximadamente cuáles serán los gastos a realizar en el intervalo de tiempo previsto y los montos asociados a cada uno.

## Importancia del presupuesto

Es un instrumento que sirve para anticipar y prevenir, ya que permite conocer la situación que se espera tener para un determinado período. Gastar el dinero siguiendo un presupuesto le puede dar estabilidad a la persona o empresa, además, de que le sirve para regular los gastos, evitar problemas de efectivo, realizar previsiones de gastos, ahorro o inversión.

El tener un presupuesto ayuda a no gastar el dinero en cosas que no son prioritarias, al utilizar el presupuesto se puede ver exactamente a donde se va el dinero, y teniendo esa información se puede planificar y hacer ajustes positivos de cómo usarlo de la manera correcta.

Otro concepto que suele surgir al hablar de presupuesto es el ahorro el cual significa el dinero sobrante que percibe la persona o empresa después de haber solventado cada uno de los gastos dentro del período.

*Fórmula del ahorro:*

$$\text{Ahorro} = \text{Ingresos totales} - \text{Gastos totales}$$

## Presupuesto Equilibrado

Este término se refiere al momento en el cual los ingresos son iguales a los gastos más el ahorro.

*Fórmula de presupuesto equilibrado:*

$$\text{Ingresos} = \text{Gastos} + \text{Ahorro}$$

La situación idónea para una persona o empresa es siempre mantener un presupuesto equilibrado, ya que de esta manera nunca los gastos excederán a los ingresos. Ya que un presupuesto equilibrado tiene la funcionalidad de que permite a la persona como máximo gastar la misma cantidad de ingresos que percibe.

Si no se cumple con esta condición dejaría de ser un presupuesto equilibrado, y la persona o empresa podrá empezar a tener problemas en el manejo de su dinero; lo cual va a venir a afectar su condición económica de manera global.

## Resumen

La contabilidad representa el pilar para registrar cualquier movimiento de la compañía y llevar de una manera más ordenada las transacciones realizadas, esta resulta primordial para medir de una manera cuantitativa el progreso de la empresa. Dentro de lo principal a destacar dentro de la sección 6, se encuentra la ecuación contable básica siendo representada por: Activo= Pasivo+ Patrimonio

La contabilidad al final de cada mes se ve resumida por los estados financieros los cuales están representados por la balanza de comprobación, el balance general y estado de resultados. Todos estos datos son provenientes de los llamados Asientos de Diario los cuales son los registros de las

transacciones diarias de la compañía, una vez terminado el mes estos son traspasados a lo que se llama “Mayorización”, la cual es un conglomerado o unión de los datos divididos a su vez por el nombre de la cuenta.

Por su parte el presupuesto es el conjunto de entradas y salidas de dinero previstas para un intervalo de tiempo. Su uso es de vital importancia para manejar de manera adecuada el dinero de una persona o empresa.

El conocer los conceptos de ingresos, gastos y ahorro le permite a una persona o empresa el poder estabilizar sus finanzas, esto mediante la realización de presupuestos a lo largo del tiempo; los cuales le permitan prever la situación a la cual se enfrentará en dicho momento, y de esta manera poder tomar previsiones acerca de las acciones que necesita realizar para no desestabilizar su situación económica.

## Sesión 10: Producción y ventas.

### **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán acerca de una producción eficiente de sus productos, así como de una correcta gestión de residuos. Además, se les enseñará a los estudiantes acerca del proceso ventas.

### **Objetivos:**

- Reconocer el proceso de producción dentro de una compañía.
- Conocer la forma de manejar los residuos generados por la producción en las empresas.
- Reconocer cual es la mejor manera para administrar el proceso de ventas.
- Reconocer el proceso de ventas desde el plano de comprador y del vendedor.
- Conocer los tips para una venta exitosa.

### **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Ley para la Gestión Integral de Residuos N° 8839

### **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Tema: Producción

Engloba la creación de una serie de procesos para garantizar la producción del producto a tiempo y poder cumplir con la demanda del mercado.

Los principales procesos sobre los cuales se debe guiar una empresa van a darse en torno al pedido, **control y almacenamiento del inventario, control de calidad, distribución y logística.**

En cuanto a **los procesos de pedido, control y almacenamiento del inventario** tienen el objetivo de garantizar tener el producto indicado en el momento oportuno, para así poder suplir las necesidades del consumidor. Por tanto, es muy importante determinar las cantidades de pedido a utilizar, así como, el punto de reorden (número de unidades en existencia al momento de volver a ordenar).

**El proceso de control calidad**, tiene el objetivo de evaluar a los otros procesos, herramientas, personas, entre otros participantes; para determinar si están cumpliendo sus funciones de la manera correcta o se debe hacer un ajuste pequeño o hasta una reingeniería de procesos.

Por último, **los procesos de logística y distribución** tienen el objetivo de determinar la estructura a utilizar para comercializar el producto y cómo hacerlo llegar a los consumidores finales, de manera que sea eficiente el contacto entre producto- target conceptual.

## Tema: Control y manejo de los residuos

### Ley para la Gestión Integral de Residuos N° 8839

La gestión integral de los residuos va más allá de la disposición sanitaria de la “basura”. Para ello, debemos cambiar el concepto de basura o desecho por el de “residuo” a fin de reconocer que estos tienen un valor intrínseco que no podemos desaprovechar enterrándolos o depositándolos inadecuadamente.

Actualmente se está experimentando una serie de cambios en el planeta, debido al mal uso de sus recursos por el ser humano. Es por este motivo que han surgido una serie de disposiciones con el fin de contribuir con un uso más adecuado de los recursos. Éstas van dirigidas hacia las familias, así como, las empresas; con el fin de generar conciencia y que sea a través de la responsabilidad social que contribuyamos a tener un mejor planeta para vivir. De este modo se ha cambiado el mundo de los negocios de un enfoque basado en la utilidad monetaria hacia el desarrollo sostenible (basado en la utilidad monetaria, social y ambiental).

Basado en las premisas anteriores es que las empresas del mañana deben incorporar un sistema de medición de resultados integrado, el cual este compuesto

por las áreas: financiera, social y ambiental. Esto debido a que sus grupos de interés (llámese proveedores, distribuidores, clientes, accionistas, entre otros), le solicitaran resultados en esas diferentes áreas.

Enfocándose en el tema ambiental la forma de control sobre el impacto negativo de las empresas en la naturaleza es la aplicación del método medir-reducir-compensar. Con el cual se busca primeramente darnos cuenta del impacto que está teniendo los residuos de la empresa en la comunidad (medir), luego tomar una serie de acciones correctivas para minimizarlo lo más cercano al 100% (reducir). Por último, todo aquello que no se pueda minimizar, buscar compensarlo con acciones alternativas que vengan a contribuir al ambiente de diferentes formas (compensar).

De lo anterior la importancia del proyecto de Ley de Costa Rica, el cual busca crear las bases para el marco de referencia en cuanto a este tema de actualidad. En este caso la ley viene a plantearse como un: “Conjunto articulado e interrelacionado de acciones regulatorias, operativas, financieras, administrativas, educativas, de planificación, monitoreo y evaluación para el manejo de los residuos, desde su generación hasta la disposición final”.

La finalidad de la Ley es plantear una serie de acciones para “valorizar” los residuos, recuperando su valor material, económico o energético y también evitar que su inadecuado manejo impacte los ecosistemas, contamine el agua, el suelo y el aire y contribuya al cambio climático.

## Tema: Administración de ventas

### Definición:

Función de planeación, dirección y control de las actividades del personal de ventas de una unidad de negocios dentro de una empresa.

### Objetivo:

Entender la función de ventas en la administración del mercadeo dentro de la organización de la empresa.

### Proceso de Administración de Ventas

- **Formulación:** entorno de mercado + estrategia de ventas + tácticas de ventas.
- **Aplicación:** actividades de ventas y desempeño de los vendedores.
- **Evaluación y control:** evaluar los resultados y dar retroalimentación al departamento de ventas.

### Aplicación del proceso de ventas

- Identificación de clientes potenciales
- Preparación del escenario

- Presentación y demostración del producto
- Manejo de objeciones
- Cierre de venta
- Seguimiento post-venta

## La venta es cosa de dos:

¿Qué quiere el comprador?

- Obtener compensación por su dinero
- Un buen servicio
- Una gran experiencia

## Tips de un buen vendedor

- Mantenga un contacto visual con su audiencia
- Utilice las manos para la mímica durante sus explicaciones
- Use frases simples y cortas
- Procure no hablar demasiado rápido

## Consideraciones para el vendedor

- El cliente siempre pone objeciones a lo que usted vendedor le está explicando. Y siempre asumen que su posición es la correcta.
- Cree un ambiente cómodo
- Mantenga el contacto visual con el comprador.
- Cada cliente tiene un factor motivacional de compra diferente (precio, calidad, servicio, diseño, etc.).
- Utilice las mismas frases del comprador para capturar información importante para venderles el producto

## Resumen

La producción es el conjunto de procesos que sirven como una guía que debe seguir la empresa, los cuales se dan en torno al pedido, control y almacenamiento del inventario, control de calidad, distribución y logística. Para finalizar es importante resaltar que toda producción tiene que tener un manejo responsable y eficiente de los residuos generados por el mismo proceso de producción. Esta se ve regulada por la Ley para la Gestión Integral de Residuos N°8839.

En cuanto al proceso de ventas, este resulta como la culminación de un arduo trabajo; por lo que su correcta administración debe ser vital. En la sección se provee de los tres pasos más importantes a la hora de planear el proceso de ventas los cuales son:

- **Formulación:** entorno de mercado + estrategia de ventas + tácticas de ventas.
- **Aplicación:** actividades de ventas y desempeño de los vendedores.

- **Evaluación y control:** evaluar los resultados y dar retroalimentación al departamento de ventas.

Por último, la aplicación del proceso de ventas es un punto muy importante ya que de acuerdo ya que la estrategia planteada debe de ser el plano principal, es decir, a partir de este punto el éxito de que los productos sean vendidos depende de la habilidad del vendedor. El proceso de aplicación de venta según la teoría sigue una serie de pasos los cuales son:

- Identificación de clientes potenciales.
- Preparación del escenario.
- Presentación y demostración del producto.
- Manejo de objeciones.
- Cierre de venta.
- Seguimiento post-venta.

Todos son importantes, pero hoy en día tal vez el más relevante resulta el proceso de post-venta, este asegura una confianza con el cliente, así como el establecimiento de una relación a largo plazo con ese cliente fortaleciendo la lealtad del mismo hacia la marca.

# Sesión 11: Liquidación e impuestos.

## **Visión General:**

En esta clase, los alumnos aprenderán acerca de los impuestos, tipos de impuestos y la importancia de estos en la sociedad costarricense.

## **Objetivos:**

- Reconocer la importancia de los impuestos en el entorno social y empresarial.
- Conocer las tarifas y porcentajes del ISLR y el IVA.

## **Vocabulario:**

Las siguientes palabras pueden ser nuevas para los alumnos:

- Impuestos/tributos.
- Impuestos directos.
- Impuestos indirectos.
- Persona física.
- Persona jurídica.

## **Tiempo:**

80 minutos, en donde se dividirá por 60 minutos para temas y 20 minutos restantes para entregas. Solicite al docente del aula que le ayude a controlar el tiempo.

## Impuestos

# Resumen del Programa

El programa tiene como su principal objetivo impartir los conocimientos y conceptos básicos necesarios en el área de administración y el desarrollo emprendedor, los cuales van más allá de la creación del proyecto de la feria, debido a que están enfocados en el desarrollo real de toda miniempresa en Costa Rica.

El ser emprendedor es un paso que no todo el mundo se atreve a dar, debido a la gran cantidad de complicación que implica el crear un negocio desde cero. Así lo plantea el manual en su primer capítulo, donde se mencionaba que el emprendedor debe ser una persona que no sea adversa al riesgo, así como, estar dispuesta a trabajar para lograr concretar su negocio.

Un punto fundamental para poder establecer o inscribir un negocio es escoger de qué forma va a estar constituida su empresa, para lo cual existen varias formas: Empresa individual de responsabilidad Limitada, Sociedades en Nombre Colectivo, Sociedad en Comandita Simple, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima. Pero esto no es lo único que se debe tomar en cuenta a la hora de emprender en un negocio, ya que se deben tomar aspectos como el registro de marcas, la licencia comercial, tributación directa, el permiso sanitario de funcionamiento y la patente municipal.

Una vez que se tenga inscrita la empresa es fundamental que el emprendedor establezca el cómo va a lograr sus objetivos y servir a sus clientes con gran dedicación, esto implica tanto el concepto de estrategia y su implementación, comprendiendo elementos como: asociaciones clave, actividades clave, recursos claves, propuesta de valor, relaciones con los clientes, canales, segmentos de mercado, estructura de costos y fuentes de ingreso.

Desde sus inicios el empresario debe establecer una mezcla de marketing en donde se establezcan las mejores estrategias para sus productos, el establecimiento de sus precios, el cómo va a hacer llegar su producto o servicio a sus clientes meta y por último, la forma en que dará a conocerlo

Además, este debería establecer un sistema de costos en donde se le resulte más fácil identificar los costos fijos y variables que se generan a partir de sus productos. Al tenerlos esto facilitará el calcular el punto de equilibrio de sus productos, con el fin de poder establecer una estrategia de precios eficiente.

Para buscar garantizar el éxito en su emprendimiento se deben realizar diferentes estudios del entorno, por ejemplo, la herramienta de análisis FODA facilitará el análisis de los aspectos positivos y negativos a lo interno de la compañía.

Por otro lado, se debe tomar en cuenta que un emprendedor debe luchar en gran manera en la parte económica, especialmente la parte del financiamiento de su negocio. Como se mencionaba anteriormente, existen distintas fuentes de financiamiento disponibles en la actualidad para ayudar a un emprendedor a crear su propio negocio y contribuir a la economía del país, al mismo tiempo que buscan generar su rentabilidad propia. Dentro de las principales fuentes se encuentran el capital propio, préstamos, acciones comunes y preferentes. La opción a elegir tiene que ver mucho con la capacidad adquisitiva que se tenga.

Anteriormente se mencionó que el establecimiento de costos es de vital importancia. Aquí entra en juego el papel de la contabilidad, la cual representa el pilar para registrar cualquier movimiento de la compañía y llevar de una manera más ordenada las transacciones realizadas, esto resulta primordial para medir de una manera cuantitativa el progreso de la empresa.

Otro punto por tomar en cuenta es el proceso de ventas, sin una adecuada administración de su proceso de venta, el emprendedor puede provocar la caída de su negocio. El proceso de ventas resulta la culminación de un arduo trabajo por lo que su correcta aplicación, es factor esencial para buscar el éxito al tener el contacto con los clientes potenciales. Por tanto, el tener un recurso humano capacitado es de gran relevancia para la empresa.

Como se puede observar el camino del emprendedor resulta ser muy difícil y lleno de obstáculos y solo los más persistentes y trabajadores podrán alcanzar la meta.

## Lecciones para emprendedores:

- "Las oportunidades están ahí, donde los demás no las ven".
- "Un emprendedor debe tener habilidades que le permitan aguantar los golpes del destino y superar los inevitables fracasos".
- "Su potencial socio debe ser una persona que complemente sus habilidades. No es necesario apegarse a alguien exitoso. Busque a las personas adecuadas y no a las mejores. La cosa menos fiable en este mundo es la relación entre personas".
- "Cuando decida iniciar un negocio, significa que ha renunciado a un ingreso estable y demás beneficios económicos y sociales que puede tener cuando trabaja para otros... Por otro lado, significa que sus ingresos no están limitados por nada, que puede administrar de manera más efectiva su tiempo y no tendrá que pedirles permiso a otras personas"