

2016

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



MANUAL DE
CAPACITACIÓN

RB CONSULTAS S.A. DE C.V.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	2
I SÍMBOLOS DE LAS SESIONES EDUCATIVAS	3
II MANEJO DEL MANUAL	3
III INTRODUCCIÓN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS	4
TEMA 1 RAZÓN DE SER DEL NEGOCIO Y PROYECCIÓN A FUTURO	6
1.1 LA RAZÓN DE SER DE NUESTRO NEGOCIO Y SU FUTURO	7
1.2 ÉTICA EMPRESARIAL	10
1.3 RESPONSABILIDAD SOCIAL	11
TEMA 2 CONTABILIDAD BÁSICA	15
2.1 CONTABILIDAD BÁSICA PARA MI NEGOCIO	16
2.2 ACCIONES DE CONTABILIDAD BÁSICA	19
TEMA 3 ANÁLISIS DE COSTOS Y DEFINICIÓN DE PRECIOS	23
3.1 ANÁLISIS DE COSTOS	24
3.2 FIJACIÓN DE PRECIOS	27
TEMA 4 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN: MERCADO, NEGOCIACIÓN, VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE	30
4.1 IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DE COMERCIALIZACIÓN	31
4.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	33
4.3 DEFINIENDO LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DE NUESTRO NEGOCIO	34
TEMA 5 MANEJO DE INVENTARIOS	37
5.1 EL MANEJO DE NUESTRO INVENTARIO	38
5.2 SISTEMAS DE CONTROL DE INVENTARIOS	42
TEMA 6 CULTURA CONTRIBUTIVA Y MARCO LEGAL	44
6.1 ¿QUÉ ES CULTURA CONTRIBUTIVA?	45
6.2 MARCO LEGAL	46
6.3 RÉGIMEN FISCAL	47

I SÍMBOLOS DE LAS SESIONES EDUCATIVAS

A continuación, se presenta información importante sobre los iconos utilizados para guiar el aprendizaje dentro del manual.



Serafina y Serafín te aportarán información adicional de importancia dentro de cada tema, te ayudarán a enriquecer con datos relevantes y de interés.



Quando encuentres esta lupa sobre un documento significa que en seguida encontrarás un ejemplo sobre el tema que se está abordando.



Este lápiz significa que tendrás que desarrollar una actividad o ejercicio, el instructor te guiará paso a paso para llevarla a cabo.



Quando aparezca este icono de rotafolio es porque el instructor enseñará al grupo información visual de ejemplos y dinámicas de acuerdo al tema que se esté llevando a cabo, sigue paso a paso las instrucciones.



Quando encuentres este icono el instructor procederá a proyectar un video informativo referente a los temas, que reforzarán el aprendizaje.

II MANEJO DEL MANUAL

- Lee con cuidado y despacio cada tema.
- Pregúntale siempre a tu instructor las dudas que tengas.
- Observa las recomendaciones y sugerencias de tu instructor.
- Si no has entendido algo, no te apresures en el proceso, mejor pregunta.
- Cada manual tiene objetivos de estudio para cada tema y sus partes, asegúrate de comprenderlos.
- Cada tema es progresivo, es decir, irás avanzando y aprovechando mejor lo que aprendiste del tema anterior.
- No avances con dudas, siempre acláralas.
- Recuerda utilizar los símbolos de las sesiones educativas del manual previamente indicados, para guiarte dentro de cada tema.

III | INTRODUCCIÓN | ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



LA IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

¿Por qué es importante la pequeña empresa en México? La respuesta es por lo que representa para México. Los micronegocios representan para la nación el 99% de las empresas, el 72% de los empleos formales, y son un potencial para el desarrollo sustentable y sostenible de la nación, debido al manejo de la equidad de género, la reorganización de la producción que tiene como característica de éxito su flexibilidad y su enfoque horizontal de estructura.

Ahora que sabes lo importante que es para el país, debes saber que cada día se enfrenta a nuevas problemáticas, a nuevos retos, lo que las obliga a adoptar o desarrollar nuevas alternativas de acción para poder permanecer e incorporarse a mercados competitivos.

La elaboración del presente manual sobre Administración de Negocios tiene como principal objetivo que las microempresarias logren su desarrollo de competencias para poder realizar una autoevaluación y planear a futuro, saber llevar el registro de las actividades económicas del negocio y su vinculación con el marco fiscal y legal para la toma de decisiones acertadas, e implementar estrategias de promoción y comercialización a fin de incrementar el nivel de ventas.

El enfoque metodológico de este Manual es un proceso organizado y sistemático, para preparar a las microempresarias en una mayor planificación, organización, dirección y control de sus negocios, a fin de que puedan competir con mejores posibilidades de lograr resultados, fortalecer su visión empresarial y espíritu emprendedor.

Debemos hoy conocer profundamente y de forma participativa, nuestras fortalezas y debilidades, y tratar de identificar cuáles son las oportunidades y amenazas que enfrentamos.

Las pequeñas empresas pueden insertarse en grandes negocios y comprender las tendencias de empoderamiento social, lo cual nos plantea nuevas oportunidades para lo que producimos, a fin de satisfacer nuevos gustos, mercados y segmentaciones sociales.

Sin embargo, el mayor peligro es el desconocimiento de la mercadotecnia, la carencia de conocimientos técnicos y conceptuales y la ausencia casi completa de planificación estratégica orientada al consumidor y a descubrir los nuevos mercados y oportunidades.

En otras palabras, es el peligro para aquéllos que intentan sobrevivir, de forma rígida, sin adaptarse y sin proactividad.

Esperamos que este manual signifique un aporte para todos los y las microempresarias que están al frente de negocios y se encuentran enfrentados al desafío de alcanzar mayores niveles de desarrollo empresarial y de acceso a nuevos mercados.

LA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

En todo negocio, la administración es fundamental para llevar un orden, hacer más con menos siendo eficientes sin demeritar la calidad. Administrar un negocio con eficacia es la clave para su crecimiento. Pero a pesar de la importancia de la gestión de recursos, no se sabe llevar, sobre todo porque los y las microempresarias se centran en las ventas y no en el proceso de administración. Muchas microempresarias consideran que su negocio no requiere de actividades administrativas “complejas” ya que se trata de un negocio “muy pequeño, muy sencillo”. Sin embargo, la misma evolución del negocio les hace caer en cuenta de que van a ir surgiendo cada vez más necesidades de asesoría administrativa, contable, de ventas, etc. Y lo anterior demanda que la microempresaria tome decisiones cada vez más importantes, que le permitan sobrevivir y ser más competitiva en el mercado en que se encuentra.

De acuerdo con su raíz etimológica, negocio es la negación del ocio. Es una palabra latina formada de “nec y otium”, es decir, lo que no es ocio. Por lo que poner un negocio es establece objetivos, metas, políticas, reglas, programas, procedimientos, presupuestos. Así como elementos de planeación: misión, visión, política, reglas, procedimientos, programas, presupuestos, contingencias, alternativas, tácticas.

Después, dile a cada quien lo que le corresponde hacer, eso se llama organizar. Y luego viene dirigir, que es supervisar, motivar, incentivar, coordinar, integrar. Para finalmente controlar cuánto gané, cuánto perdí, cuánto invertí, quién hizo bien su trabajo, quien no.

Todo lo anterior forma parte del proceso administrativo, el cual es muy simple:

- a) Planificación, qué se va a hacer
- b) Organización, cómo se va a hacer
- c) Dirección, hacer que se haga
- d) Control, cómo se ha realizado

Por lo que administrar “es la coordinación estructurada de los recursos materiales, financieros, técnicos y humanos de los que se dispone, para alcanzar los objetivos propuestos de manera eficiente.

Cuando se habla de administración hay que hacerlo a partir de 4 vertientes, que todos los negocios cuentan con esas áreas funcionales:



Puede ser que no haya una persona para cada área por ser un micronegocio, pero la función existe, aunque sea la misma persona quien se encargue de las cuatro.

TEMA 1 | RAZÓN DE SER DEL NEGOCIO Y PROYECCIÓN A FUTURO



OBJETIVOS

- El participante reflexionará sobre la razón de creación de su negocio y hacia dónde va.
- Contará con las herramientas necesarias para establecer o corregir su misión, visión, objetivos y valores.
- El participante contará con las habilidades necesarias para desarrollar la ética empresarial dentro de su negocio.
- El participante contará con las habilidades necesarias para desarrollar la responsabilidad social dentro de su negocio.

DURACIÓN DEL TEMA:
60 minutos.

MATERIALES A UTILIZAR:

- Cuadernillo de trabajo.
- Cañón Proyector y audio.
- Lápiz ó pluma.

ACTIVIDADES:

1. Video de Análisis ¿Qué es una empresa socialmente responsable? (Duración 15 minutos).
2. La pizzería de Diana Sofía. (Duración: 15 minutos).

1.1| LA RAZÓN DE SER DE NUESTRO NEGOCIO Y SU FUTURO

Comenzar un negocio es una misión apasionante. Se deben contemplar múltiples factores para que la idea inicial comience a tomar forma y poco a poco vaya transformándose. Analiza el esquema de tu lado derecho, de los 10 elementos, ¿cuáles llevaste o llevas a cabo? Las razones que nos motivan o nos mueven para llevar a cabo esta misión pueden ser varias y responden a distintas necesidades. ¿Cuál fue la tuya?

Por satisfacción personal	Para tener libertad creativa	Para ser nuestro propia (o) jefa (e)
Independencia Financiera	Por necesidad o sobrevivencia	Para utilizar todas nuestras habilidades



10 hábitos de EMPRENDEDORES FELICES Y EXITOSOS

- MOTÍVATE**: Planea actividades divertidas con antelación para disfrutar más tu día.
- CUIDA TUS PALABRAS**: Antes de hablar, piensa muy bien cuál es el propósito y tono de tu mensaje.
- ORGANÍZATE**: Pon orden en tu vida para tener más tiempo y ser productivo.
- TOMA DESCANSOS**: Desconéctate del trabajo por unos minutos para reactivar tu creatividad.
- DELEGA**: Esto te permitirá enfocarte en lo importante y trabajar con mejor actitud.
- CUIDA TU SALUD**: Procura dormir bien, comer saludable y hacer ejercicio para tener energía.
- ESTABLECE NUEVAS METAS**: Haz una lista con tus objetivos y pon fechas a cumplir.
- LEE**: Infórmate de lo que pasa y adquiere nuevos conocimientos.
- HEY TE QUIERO** / **DI LO QUE SIENTES**: Si algo te molesta, comunícalo clara y directamente con tu equipo.
- ¡NO!** / **APRENDE A DECIR "NO"**: Establece límites para equilibrar tu vida personal y profesional.

Cualquier que haya sido el motivo, ¡Felicidades! eres una mujer emprendedora, ahora pregúntate, ¿Hay algo que mejorar o estás bien así? Dentro del presente taller te enseñaremos que la administración no sólo es en cuestión de dinero, también se trata de lograr una mejor calidad de vida, como resultado de un equilibrio entre tu negocio y tu vida diaria. Después de todo, parte de las razones que motivaron a la creación de tu negocio seguramente fue mejorar la situación económica de tu familia y su calidad de vida. Reflexiona en éstos 10 hábitos de emprendedores felices y exitosos, ¿Cuántos llevas tú?



LA MISIÓN

Es el motivo o razón de ser del negocio. La misión de un negocio depende de la actividad que realice, así como del entorno en el que se encuentra y de los recursos de los que dispone.



Preguntas clave para elaborar la Misión:

La misión sirve como punto de referencia o base para la toma de decisiones y las acciones de todos sus integrantes, pero además de ello sirve como fuente de inspiración y motivación, le da identidad al negocio y permite informar qué es lo que hace el negocio y para qué nació.



Ejemplo de la redacción de una misión:

"Jugos El Paraíso es un negocio dedicado a la elaboración de bebidas extraídas de frutas cítricas con alto contenido energético y vitamínico, elaborados con los más altos estándares de calidad e higiene, evitando dañar el medio ambiente y procurando en todo momento el beneficio de la sociedad y nuestros empleados."

Características con las que debe contar una misión:

- ✓ Es clara y comprensible para todos los integrantes del negocio.
- ✓ No limita el accionar de los integrantes del negocio, pero tampoco lo amplía al punto de llegar a provocar confusiones sobre lo que deben hacer.
- ✓ Indica el motivo de la existencia del negocio.
- ✓ Ayuda a definir qué es lo que hace o a qué se dedica el negocio.
- ✓ Distingue al negocio de otros similares.
- ✓ Es comunicada y recordada constantemente tanto a los integrantes del negocio como a clientes,



OBJETIVO GENERAL DEL NEGOCIO

Los objetivos son los puntos intermedios de la misión. Es el segundo paso para determinar el rumbo del negocio y acercar los proyectos a la realidad. En estos los deseos se convierten en metas y compromisos específicos, claros y ubicados en el tiempo.

Los objetivos se clasifican de acuerdo con el tiempo en que se pretenden cumplir:



Ejemplo de objetivos.

- Crear nuevos diseños para un mejor reconocimiento de la marca.
- Alcanzar un mayor alcance a nivel nacional e internacional.
- Duplicar la producción en los próximos doce meses.

CORTO PLAZO
(6 MESES A 1 AÑO)

MEDIANO PLAZO
(1 A 3 AÑOS)

LARGO PLAZO
(3 A 5 AÑOS)



Los objetivos deben:

- Ser alcanzables en el plazo fijado.
- Proporcionar líneas de acción específicas (actividades).
- Ser medibles (cuantificables).
- Ser claros y entendibles.

LA VISIÓN



La visión de un negocio es una declaración que indica hacia dónde se dirigen o qué es aquello en lo que pretenden convertirse en el mediano y largo plazo.

Preguntas que debe responder la visión:



Una buena visión suele contar con las siguientes características:

- ✓ Es clara, entendible y fácil de seguir para todos los integrantes del negocio.
- ✓ Es breve, conformada por una sola oración.
- ✓ Es desafiante, pero a la vez realista.



Ejemplo de la redacción de una visión.

“Jugos El Paraíso deberá en un plazo máximo de 5 años establecerse como un negocio reconocido a nivel estatal con productos al alcance de cualquier tipo de consumidor”.

LOS VALORES

Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura del negocio y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento. Por supuesto, el negocio está integrado por personas y éstas a su vez deberán tenerlos para poder transmitirlos hacia las estrategias y a los resultados finales.



La ética es una ciencia que tiene por objeto de estudio a la moral y la conducta humanas. Nosotros sabemos qué cosa es buena, qué otra cosa es mala, si alguien es respetable o corrupto, leal o indigno, gracias a la ética, que es la que propone la valoración moral de las personas, acciones o situaciones y por lo tanto será esta misma la que guiará nuestro comportamiento.



Características de los valores:

- Son cualidades, principios o creencias que posee o en los que realmente creen los dueños y trasmite al personal del negocio.
- Los valores del negocio están alineados y son coherentes con los valores personales.
- Son aceptados y seguidos por todos los que integran el negocio.
- Hay que tener presente que los valores son la personalidad de nuestro negocio y no pueden convertirse en una expresión de deseos de los dirigentes, sino que tienen que plasmar la realidad.
- No es recomendable formular más de 5 o 6 valores, pues de lo contrario se pierde la credibilidad.



Ejemplo de valores.

- ✓ Honestidad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Seriedad
- ✓ Calidad
- ✓ Importancia de la familia.

1.2 | ÉTICA EMPRESARIAL

Dentro de los valores de tu negocio ¿has contemplado la ética empresarial? Seguramente sí. Recuerdas que hablamos de ética hace un momento, bueno pues ética empresarial son un conjunto de principios y normas bajo las cuales se rigen las actividades que desempeña una empresa. En palabras más sencillas, es la conciencia que ayuda a distinguir entre los actos que son honestos o no y que generan responsabilidades y beneficios para todos los involucrados con éste negocio. ¿Cuándo o cómo ostentamos esa conciencia?

Por ejemplo, al producir o comercializar un bien o servicio de alta calidad que satisfaga una necesidad en el mercado, y sin pretender obtener ganancias exorbitantes. Esto nos coloca frente a nuestros clientes, proveedores y empleados como un negocio responsable y justa...un negocio ¡ético!

Otro ejemplo podría ser dar un trato digno a los empleados, a través de escuchar sus ideas, necesidades e inquietudes, invitándolos a ser productivos y ofrecerles la mejor remuneración posible asociada a su productividad y a la situación financiera de la empresa. Recordemos la Regla de Oro “trata a los demás como quieras que te traten a ti”.

Un último ejemplo, es presentar la información financiera mostrando los resultados reales por la gestión realizada. Esto brinda la oportunidad de tomar oportunamente las decisiones que fueren necesarias para todos los usuarios de dicha información.



Conciliación de la vida laboral y familiar
Adaptar los horarios a las necesidades familiares y de ocio hace que los empleados estén más satisfechos y sean más productivos.

Promoción interna
El reconocimiento del trabajo bien hecho y los ascensos dentro de la empresa son incentivos valiosos que animan a los empleados a involucrarse en los proyectos y ser...



El costo de no tener este valor puede ser alto, podemos perder el esfuerzo de toda una vida, perder nuestro patrimonio y el de nuestra familia, así como perjudicar al de las familias para las cuales representa una fuente de ingresos y desarrollo profesional.

Una empresa sin ética empresarial, es decir, sin principios y normas de comportamiento, está condenada, tarde o temprano, al fracaso y posteriormente a desaparecer, no sin antes provocarnos fuertes dolores de cabeza y problemas financieros que no podamos resolver.

La ética empresarial es el alma de la empresa, lo que la inspira a ser creativa, que guía sus actos y provoca el deseo de ser reconocida y anhelada por inversionistas, empleados y clientes.

¡PONLO EN PRÁCTICA!



1.3 | RESPONSABILIDAD SOCIAL

RELACIÓN EMPRESA COMUNIDAD



Responsabilidad Social Empresarial: se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas y que les brinda mayores posibilidades de éxito en el mercado..

¿Alguna vez te has preguntado si tu negocio beneficia a alguien más a parte de tu familia? ¿Se puede lograr un equilibrio entre buscar ganancias y hacer un bien hacia los demás? La respuesta es sí, a esto se le llama: Responsabilidad Social.



Si tú buscas un uso más eficiente de recursos como energía, agua, papel o insumos en general, tendrá un menor impacto ambiental, y al mismo tiempo verá, en un corto plazo, ahorros en tus costos de producción y mejoras en eficiencia que te pueden llevar a una mayor rentabilidad.

Con prácticas sencillas, pero constantes, se puede romper los mitos de que intentar ser un responsable social es muy caro, ya que por el contrario puede representar ahorros importantes, porque ser una empresa ética, evitar dañar el medio ambiente, respetar los derechos humanos y buscar el desarrollo de sus trabajadores, debería ser parte del quehacer de cualquier negocio, independientemente de su tamaño.



RECUERDA SIEMPRE:

- La misión de cualquier negocio, debe tener como el punto más importante al “cliente” ya que el propósito del negocio es satisfacer las necesidades de éste.
- Cuando nos proponemos crear la misión de nuestro negocio, es muy importante preguntarnos si es que nuestro negocio se lleva a cabo dentro de un marco de ética empresarial, es decir, que no ponga en riesgo la salud, la integridad de las personas y que actuemos de acuerdo a lo que establece la ley.
- Dentro de tu misión nunca pierdas de vista, además de los aspectos puramente económicos, los aspectos sociales y, como consecuencia, los efectos que las acciones de tu negocio pueden tener en la sociedad en general. Tu negocio puede generar grandes beneficios a tu comunidad, generando empleos, aportaciones a la comunidad donde se encuentra, si propio medio ambiente.



RECUERDA SIEMPRE:

- Dentro de tu visión nunca pierdas de vista, buscar a corto, mediano y largo plazo, el beneficio de tu negocio de la mano del desarrollo de tu comunidad, de la generación de empleos, de mejoras en calidad de vida, del cuidado del medio ambiente. Tu negocio contribuye al desarrollo de las comunidades, pero siempre de la mano de la prosperidad de tu comunidad.



A continuación, se proyectará el video ¿Qué es una empresa socialmente responsable?



Actividad 1: Video de Análisis ¿Qué es una empresa socialmente responsable? (Duración 15 Minutos).

Instrucciones: Trabajo Grupal. En equipos respondan las siguientes preguntas en relación al video proyectado anteriormente, al finalizar el ejercicio se comentarán las respuestas con todos los participantes.

1.- ¿En qué consistió el video?

2.- De acuerdo al video, ¿Qué es una empresa socialmente responsable?

3.- ¿Cuáles son los elementos de responsabilidad social que ocupa ésta empresa?

4.- ¿Qué actividades de responsabilidad social realizan en su negocio?

5.- ¿Dónde radica el éxito en empresas socialmente responsables?



Actividad 2. La pizzeria de Diana Sofia. (Duración: 15 minutos).

Instrucciones. Trabajo grupal. En equipos, lean cuidadosamente el siguiente caso practico y resuelvan lo que a continuación se presenta:

Diana Sofia, trabajó por cuatro años seguidos como cocinera de un restaurante y aprendió también a administrarlo. Ella ha decidido emprender un negocio de restaurante de pizzas. Su deseo es tener su propio negocio, llevar pizzas hasta su comunidad, la pizzeria más cercana se encuentra a una hora, además, desea ayudar a sus familiares y amigos que no cuentan con un empleo. Ha comprado el equipo necesario para cocinar y ha realizado la contratación de cuatro personas para que le apoyen en el negocio. Ella quiere que sus pizzas se distingan por tener el mejor sabor de la ciudad y en dos años abrir otra sucursal. Los empleados aún no conocen la misión, visión, objetivos ni los valores del negocio por lo que cada uno tiene conceptos diferentes.

Diana Sofía pide tu valiosa ayuda para redactar su misión, objetivos, visión y valores de su negocio, ahora que conoces a cerca de la responsabilidad social y la ética empresarial, ayúdala a implementarlos en su negocio, ¡Ella te lo agradecerá!

Misión: _____

Objetivos: _____

Visión: _____

Valores: _____

TEMA 2 | CONTABILIDAD BÁSICA

**OBJETIVOS**

- El propósito de este tema consiste en proporcionarle al participante una serie de herramientas para organizar y registrar la información contable de su negocio, información útil para la toma de decisiones.
- Definir y explicar a detalle el Flujo de Caja
- Definir y explicar a detalle el Estado de resultados
- Definir a detalle los principales controles para una contabilidad básica.

DURACIÓN DEL TEMA: 60 minutos.

MATERIALES A UTILIZAR:

- Cuadernillo de trabajo.
 - Calculadora.
 - Lápiz.
 - Rotafolio:
- 1.- Ejemplo Flujo de caja
 - 2.- Ejemplo registro ventas diarias.
 - 3.- Ejemplo registro costos.
 - 4.- Ejemplo registro gastos.
 - 5.- Ejemplo Estado de Resultados.

ACTIVIDADES:

- 1.- Los registros de tu negocio (Duración 3 minutos).
- 2.- Acciones de contabilidad básica en nuestro negocio (Duración 15 minutos).

2.1| CONTABILIDAD BÁSICA PARA MI NEGOCIO

El significado y la importancia de los términos financieros a menudo se exageran y se describen de tal manera que desaniman a los y las microempresarias.

Posiblemente usted, como la mayoría de los dueños de las empresas familiares o pequeñas que existen en el país, maneje los recursos con que cuenta su negocio, basándose solamente en la experiencia y el sentido común. Como conoce a fondo su negocio, sabe aproximadamente cuánto se ha vendido, cuánto deben los clientes y cuánto dinero hay en caja.

Sin embargo, para conocer en forma clara y precisa la situación financiera de su negocio y administrar mejor sus recursos, le conviene aplicar la contabilidad en el manejo de su negocio.

La **CONTABILIDAD** es una técnica que ayuda a registrar, clasificar y resumir las operaciones económicas que realiza una empresa o negocio, con el objeto de obtener información financiera necesaria para tomar decisiones.

Es necesario tener un registro ordenado de los movimientos de recursos (dinero, mercancías, herramientas, etc.), que se expresan en dinero, para poder compararlo en el tiempo y con otros negocios. Este registro permite saber, por ejemplo, cuánto costó una mercancía, cuánto ha pagado por algunos servicios, cuánto adeuda del préstamo solicitado, etc.



- ✓ Para controlar cada uno de los movimientos económicos que realiza su negocio, existen diversos tipos de control que pueden establecerse para su operación y desarrollo. Es muy sencillo, todo es cuestión de decidirse a llevarlos a cabo.
- ✓ La idea de que sólo un profesional puede realizar las tareas de control y registro de las operaciones que realiza la empresa, ha ocasionado que la contabilidad de las microempresas se descuide o de plano se deje de lado.

Justamente la contabilidad registra el dinero que el negocio recibe, paga, les debe a otros y le deben a usted.

Le permitirá tener el control de lo siguiente:

- Controlar la entrada y salida de su efectivo.
- Muestra cómo va el negocio.
- Muestra a otros cómo va el negocio.
- Ayuda a conocer anticipadamente el futuro económico del negocio.
- Muestra el movimiento de las ventas, costos y gastos.



Actividad 3: Los registro de tu negocio (Duración 3 minutos).

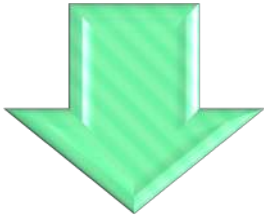
Instrucciones: De forma individual responde las siguientes preguntas.

1.- ¿Llevas un registro de las operaciones de tu negocio?

2.- Si lo haces, ¿cómo lo haces?

FLUJO DE CAJA

Es un estado que representa las entradas y salidas de efectivo de su negocio durante un cierto periodo. Generalmente se lleva de forma semanal o mensual, depende del movimiento y tipo de negocio.



Entrada de Efectivo:

- * Efectivo al inicio de mes
- * Entrada de efectivo por ventas
- * Cualquier otra entrada de efectivo



Salida de Efectivo:

- * Por costos materiales directos
- * Por costos indirectos
- * Por inversiones en maquinaria, equipo, etcétera.



$$\text{TOTAL ENTRADA DE EFECTIVO} - \text{TOTAL SALIDA DE EFECTIVO} = \text{EFECTIVO AL FINAL DEL MES}$$

Esta cuenta permite controlar las entradas o salidas de dinero que registra su negocio. El saldo inicial debe corresponder con el efectivo que se tiene disponible al momento de realizar el ejercicio. Cualquier operación que implique entrada o salida de efectivo debería registrarse aquí.



Ejemplo:

CONCEPTO	MONTO \$
CAJA INICIAL	11,000.00
TOTAL DE INGRESOS	25,000.00
TOTAL DE EGRESOS	18,000.00
CAJA FINAL (Caja inicial + Ingresos - Egresos)	18,000.00

ESTADO DE RESULTADOS

Es un informe que permite determinar si el negocio registró ganancias pérdidas en un periodo determinado. También es muy útil elaborar un flujo de caja proyectado para ver si se tendrá el dinero suficiente para pagar todos los costos del negocio a lo largo del año. Para hacer esto, se necesita tener una proyección de ventas y de gastos.



ESTRUCTURA DEL ESTADO DE RESULTADOS:



INGRESOS POR VENTAS
- TOTAL COSTO DE VENTAS
- TOTAL GASTOS
= RESULTADO DEL PERIODO
(GANANCIA O PÉRDIDA)

INGRESOS: Suma de las ventas realizadas en un periodo.

Ejemplo: vendo sándwiches a \$15 pesos, por lo tanto, el ingreso de \$15 pesos.

COSTO DE VENTAS: Costos directos de la mercancía adquirida para su venta o para fabricar producto. (materia prima, insumo, mano de obra). Ejemplo: para poder elaborar mis sándwiches, invierto \$8 pesos en cada uno, por lo tanto, el costo es de \$8 pesos.

GASTOS: Es el dinero que sale del negocio y que ya no es recuperable. Son servicios o productos que se pagan con la finalidad de que el negocio pueda seguir funcionando. No tiene que ver directamente con la producción o materia prima de nuestro producto o servicio. Ejemplo: servicios de luz, agua, renta del local y teléfono.

GANANCIA: Es lo que me queda del ingreso que tuve, al restarle los costos y gastos. Es lo que gano realmente en cada venta.

- Cada día/semana/mes anote los ingresos de su negocio según el giro del mismo.
- Cada día/semana/mes anote los costos de su negocio según el giro del mismo.
- Cada día/semana/mes anote los gastos de su negocio según el giro del mismo.
- Al final del mes compare los ingresos contra los costos y gastos en el estado de resultados mensual de su negocio.



2.2| ACCIONES DE CONTABILIDAD BÁSICA

A continuación, presentamos 6 acciones de contabilidad básica y que es lo mínimo que debemos hacer en nuestro negocio:

1.- REGISTRAR LAS VENTAS DIARIAS: se refiere a llevar a cabo un registro de las operaciones de ventas, una a una y en el orden cronológico en que suceden, es decir, por fechas.



Ejemplo:

DÍA	CONCEPTO	MES:		ENERO
		CANTIDAD	PRECIO \$	VENTA (CANTIDAD X PRECIO) \$
12/01/2015	Jugo de naranja	20	16.00	320.00
13/01/2015	Jugo de naranja	25	16.00	400.00
14/01/2015	Jugo de naranja	18	16.00	288.00
15/01/2015	Jugo de naranja	19	16.00	304.00
16/01/2015	Jugo de naranja	25	16.00	400.00
17/01/2015	Jugo de naranja	19	16.00	304.00
18/01/2015	Jugo de naranja	20	16.00	320.00
19/01/2015	Jugo de naranja	18	16.00	288.00
20/01/2015	Jugo de naranja	25	16.00	400.00
21/01/2015	Jugo de naranja	17	16.00	272.00
22/01/2015	Jugo de naranja	26	16.00	416.00
23/01/2015	Jugo de naranja	18	16.00	288.00
TOTAL INGRESO \$				4,000.00

2. REGISTRAR LOS COSTOS: Se refiere a llevar a cabo un registro de las operaciones de costos, una a una y en el orden cronológico en que suceden, es decir, por fechas.



Ejemplo:

DIA	CONCEPTO	CANTIDAD	MES:	
			PRECIO \$	ENERO
				COSTO TOTAL (Cantidad x precio) \$
15/01/2015	Naranja	400 piezas	.25	100.00
22/01/2015	Bolsa de plástico	300 piezas	1	300.00
28/01/2015	Popote	300 piezas	0.5	150.00
TOTAL COSTOS \$				550.00

Registrar la fecha de compra nos ayudará a planear con tiempo nuestras compras, para no tener desabasto y poder obtener los productos a mejores precios.

3.- REGISTRAR LOS GASTOS: se refiere a llevar a cabo un registro de las operaciones de gastos, una a una y en el orden cronológico en que suceden, es decir, por fechas. Ejemplo: pago de servicios, renta, luz, agua, compostura de equipo, salarios.



Ejemplo:

		MES:	ENERO
DIA	CONCEPTO	GASTO \$	
30/Enero/2015	Renta de local	1,000.00	
30/Enero/2015	Luz	100.00	
TOTAL GASTOS \$		1,100.00	

4.- ASIGNARSE UN SUELDO: este punto se considera dentro de los gastos del negocio y es muy que las finanzas de un negocio propio se separen de las finanzas personales.

5.- FLUJO DE CAJA: al término de cada día o de cada semana se hace una medición de cuánto fue el ingreso total y por otro lado, cuánto fue el egreso, para que de ésta manera puedas saber si realmente hubo pérdidas o ganancias en el negocio.

6.- ESTADO DE RESULTADOS: adicional al balance, se sugiere llevar a cabo al final de cada mes un estado de resultados. De esta manera, el último día del mes, puedes hacer un resumen mensual entre ingresos y egresos como se muestra a continuación:



Ejemplo.

CONCEPTO	MONTOS \$
Ingresos por ventas	12,000.00
Costo ventas	5,000.00
Gastos	2,000.00
RESULTADO DEL PERIODO	5,000.00

7.- EFECTIVO: Se recomienda llevar una “caja chica” la cual sirve para cubrir gastos de alta prioridad o de emergencia y tiene un presupuesto designado.

LA IMPORTANCIA DE LA ÉTICA EN LA CONTABILIDAD DENTRO UN NEGOCIO:

El pilar de todo registro contable es justamente la ética de quien lo lleve a cabo.

El registro de las operaciones deberá reflejar fielmente lo sucedido en cada una de ellas, aun cuando se hayan cometido errores, ya que, de no hacerlo, la toma de decisiones que se originen de su análisis, nos llevarán a un problema más grande.

A continuación, te presentamos el caso de Ana, una microempresaria que tiene una tienda de abarrotes, en la cual ella es responsable de tomar decisiones importantes con base en su registro contable.

Ana tiene una tienda de abarrotes, en ésta tiene 1 empleada de tiempo completo, de nombre Laura.

Ella es la que se encarga de hacer todas las ventas y registrarlas.

Un día, Laura hace una venta para una fiesta de su cliente, José. La venta incluye diversos artículos, entre ellos, unas cajas de chocolate muy caro. En el registro, Laura se da cuenta que por error cobró menos por los chocolates y que el total de la cuenta estaba incorrecto, pero por temor a un “sermón” y a que se le descontara, registró la venta normal, como si hubiera cobrado correctamente.

Al hacer el corte del día, Ana se da cuenta que hay menos dinero del que se reflejaba en las ventas, y entonces concluye que le están robando. Finalmente, Ana despide a Laura y la tienda no la puede atender de manera adecuada hasta que encuentre a otro empleado de confianza.



Actividad 4. Acciones de contabilidad básica en nuestro negocio (Duración 15 minutos).

Instrucciones. Trabajo grupal. En equipos de cinco personas elijan el negocio de una de las integrantes del equipo. Elaboren lo siguiente, en base a un mes de trabajo, pueden elegir cualquier mes.

1.- CONTROL DE INGRESOS

			MES:	
DÍA	CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO \$	VENTA(CANTIDAD X PRECIO)\$
TOTAL INGRESO \$				

2.- CONTROL DE COSTOS

			MES:	
DÍA	CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO \$	COSTO TOTAL (Cantidad x precio) \$
TOTAL COSTOS \$				

3.- CONTROL DE GASTOS

		MES:	
DÍA	CONCEPTO	GASTO \$	
TOTAL GASTOS \$			

4.- ASIGNE SU SUELDO. Recuerde asignarse un sueldo.

5.- FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	MONTOS \$
CAJA INICIAL	
TOTAL DE INGRESOS	
EGRESOS	
TOTAL DE EGRESOS	
CAJA FINAL (Caja inicial + Ingresos - Egresos)	

6.- ESTADO DE RESULTADOS

CONCEPTO	MONTOS \$
Ingresos por ventas	
Costo de ventas	
Gastos	
Resultado del periodo	

TEMA 3 | ANÁLISIS DE COSTOS Y DEFINICIÓN DE PRECIOS



OBJETIVOS

- El participante conocerá los costos, su control adecuado, para ofrecer un precio competitivo y así crecer y permanecer como negocio en el largo plazo.
- Se definirá y explicará a detalle la clasificación de los costos.
- Se definirá y explicará a detalle el Punto de Equilibrio.
- Se definirá y explicará a detalle el precio.

DURACIÓN DEL TEMA:

60 minutos.

MATERIALES A UTILIZAR:

- Cuadernillo de trabajo.
 - Calculadoras.
 - Lápiz.
 - Rotafolio:
- 1.- Los costos de las empresas.
 - 2.- Ejemplo punto de equilibrio.
 - 3.- Ejemplo precio de venta.
 - 4.- Nueve elementos esenciales en la definición de precios.

ACTIVIDAD

1. Determinando el Punto de Equilibrio del negocio de Martha. (Duración 5 minutos).
- 2.- Determinando precio de venta del nuevo producto del negocio de Emiliana. Duración (6 minutos).

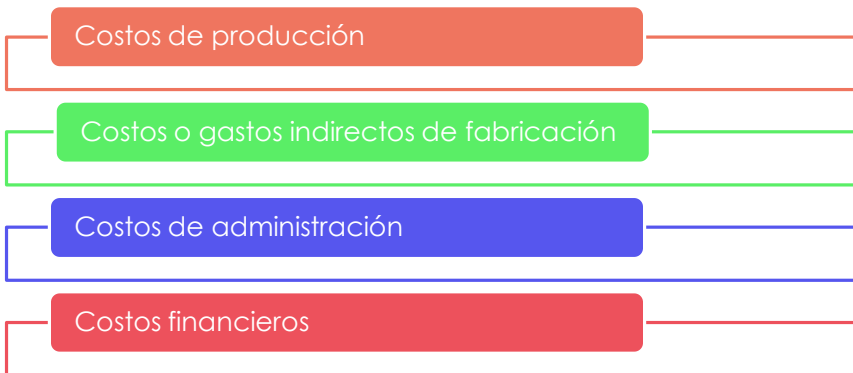
3.1| ANÁLISIS DE COSTOS

Poner un precio correcto a nuestros productos y servicios, puede ser la diferencia entre que el negocio crezca o quiebre. Es por eso que debe darse especial atención a este tema.

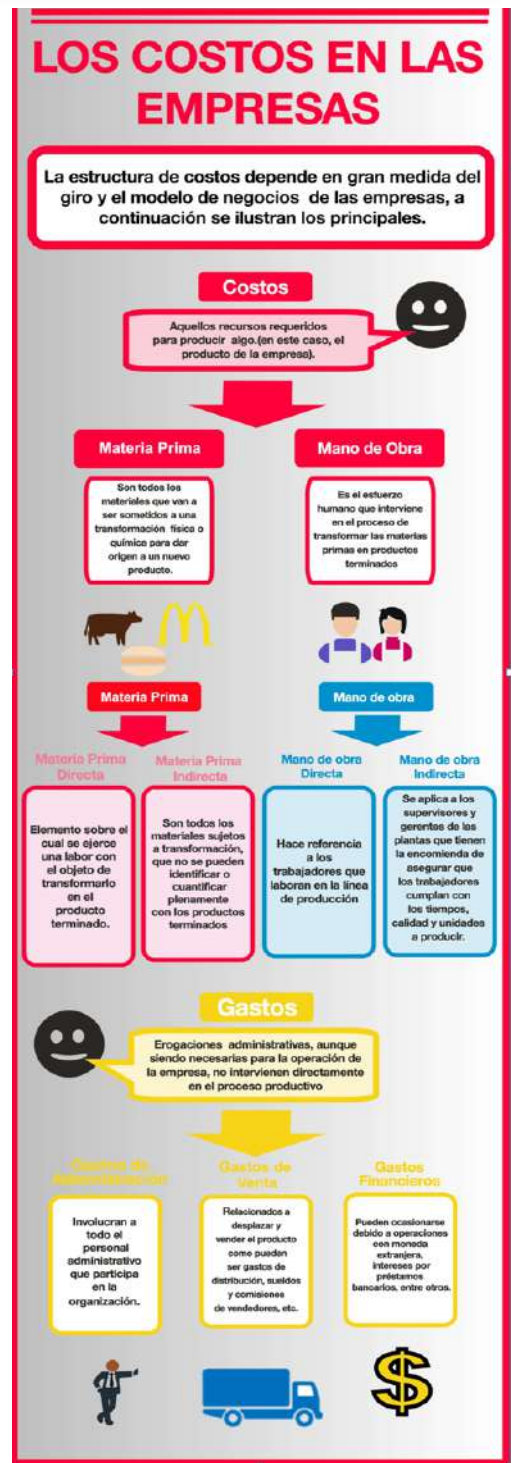
Muchas veces, al no calcular bien nuestro precio, podemos estar únicamente considerando los costos y no estar ganando nada. Y, por otra parte, podemos estar incluso poniendo de nuestro propio dinero para hacer el producto o servicio. Lo cual definitivamente, no es un negocio.

Partimos de que el costo de un producto o servicio, es lo que "cuesta" hacerlo, pero sin ninguna ganancia. En cambio, el precio es el que incluye el costo de producir el producto o servicio + la ganancia.

De acuerdo con la función en la que se originan:



De acuerdo con su identificación de una actividad, departamento o producto:



De acuerdo con su comportamiento:

Variables

Fijos

Semifijos

PUNTO DE EQUILIBRIO

¿Alguna vez te has preguntado cuántas mercancías tengo que vender o producir para empezar a generar una ganancia? o tal vez te has hecho esta, ¿a qué precio tengo que dar como mínimo mis mercancías para tener una ganancia?

Puedes responder éstas preguntas con el llamado " Punto de Equilibrio", aquel punto en el cual no existe utilidad ni pérdida, es decir, es el punto donde el ingreso total es igual a los costos totales.

Para calcularlo será necesario conocer:

Costos Fijos= Costo Fijo unitario x Cantidad

Costos Variables= Costo Variable unitario x Cantidad

Costo total= Costo Fijo + Costo Variable.

Ingreso= Precio x la cantidad vendida

Donde

Q = Cantidad

CF = Costo Fijo total

P= Precio unitario

CV= Costo Variable unitario

Calculando Punto de Equilibrio en unidades decimos:

$$Q = CF / (P \text{ unitario} - CV \text{ unitario})$$

También podemos obtener el punto de equilibrio como el precio mínimo a cobrar para cubrir los costos fijos y variables del negocio.

Donde

Q = Cantidad

CF = Costo Fijo total

P= Precio unitario

CV= Costo Variable unitario

Calculando Punto de Equilibrio en Pesos decimos:

$$p = ((cv * q) + CF) / Q$$

El punto de equilibrio es la cantidad que necesitamos vender para cubrir los costos fijos y los costos variables, a un determinado precio.





Ejemplo Punto de equilibrio.

Maca tiene una microempresa dedicada a la comercialización de pantalones, vende pantalones a un precio de \$40, el costo de cada pantalón es de \$24, se paga una comisión de ventas por \$2, y sus gastos fijos (alquiler, salarios, servicios, etc.) ascienden a \$3,500.

Datos:

PVU = 40
 CVU: $24 + 2 = 26$
 CF = 3500

Fórmula:

$PE = CF / (PVU - CVU)$
 $PE = 3500 / (40 - 26)$ PE = 250 unidades
 PE en unidades monetarias = $250 \times 40 = \$10,000$

COMPROBACIÓN: Ventas (PVU x Q): $40 \times 250 = 10.000$ (-) CV (CVU x Q): $26 \times 250 = 6,500$ (-) CF 3,500 Utilidad Neta: 0



CONCLUYENDO: El punto de equilibrio es de 250 unidades, es decir, se necesitan vender 250 pantalones para que los ingresos sean iguales a los costos; por tanto, a partir de la venta de 251 pantalones se estaría empezando a generar utilidades, mientras que la venta de 249 pantalones o de un número menor no cubriría los gastos, por lo que estaría perdiendo.

**Atrévete a conocer si la venta de tus productos realmente te está dando una ganancia.
 ¡Es muy sencillo!**



Actividad 5. Determinando el punto de Equilibrio del negocio de Martha. Duración (5 minutos).

Instrucciones: Trabajo en equipo. En equipos ayuden a Martha a obtener el punto de equilibrio de su venta de salsa envasada.

La señora Martha quiere comenzar su negocio de venta de salsa casera envasada, ella quiere vender su producto en \$15 por unidad, sus costos fijos totales de \$500.00 y su costo variable unitario por elaborar su producto son \$2.00. Calcula cuantos botes de salsa debe vender la señora Martha para lograr su punto de equilibrio.

$PE = \text{Costos Fijos Totales} / \text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Variable unitario}$

¿Qué cantidad de botes de salsa debe vender la Sra. Martha?

3.2| FIJACIÓN DE PRECIOS

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.

Para que tu negocio tenga éxito es muy importante ofrecer tus productos al mejor precio. Esto no significa ofrecerlos al precio más barato, sino al que sea más conveniente tanto para el comprador como el vendedor.

RIESGOS DE UN MAL CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA DE UN PRODUCTO.

Al vender un producto se busca satisfacer al cliente y al mismo tiempo generar una utilidad.

Es una relación ganar-ganar para ambas partes. En el momento que una de las dos partes (comprador/vendedor) pierde, deja de ser negocio. Si el precio que ofreces no es el adecuado, puedes perder clientes o perder dinero.

Datos que necesitas conocer para fijar tus precios:

A grandes rasgos necesitas conocer el costo total del producto y la utilidad deseada. Hay muchos factores que influyen directamente en el costo total del producto, como son:

- Costo del producto (por sí sólo)
- Pago de renta, servicios, sueldos, etc.
- Gastos de publicidad, mercadotecnia, comisiones, devoluciones y garantías
- Costos de empaque y envío
- Costos de servicio al cliente

Fórmula para calcular el precio de venta.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costos unitario total} / 1 - \text{Margen de Utilidad Deseado}$$

Precio de Venta: Es el precio final que vas a ofrecer al público.

Costo Total: La suma de todos los costos que implica vender el producto, costo fijo unitario+costo variable unitario.

Margen de Utilidad: La ganancia que deseas obtener a partir de la venta del producto expresado en porcentaje.

Si estás iniciando un negocio, posiblemente te encuentres “subsidiando” varios de los gastos. Sin importar que por el momento trabajes desde tu casa; si deseas que tu negocio pueda crecer hay que considerar la renta, luz, internet, etc. dentro del precio de tus productos.



Es importante que sepas que si bien el precio de venta tiene una fórmula, hay factores externos que van a afectarlo, como la competencia o el mercado, sobre todo al momento de estimar un porcentaje de utilidad, lo recomendado es estimar un 30% de utilidad como mínimo sobre un producto o servicio, pero dependerá del precio de que tu competencia establezca, de la demanda o incluso de qué tanto se acostumbre el “regateo” en tu giro. Es por eso que es muy importante que previo a esta fórmula hagas una investigación de mercado con una muestra al menos de 100 personas a través de encuestas o entrevistas.



Además de la fórmula anterior es importante considerar la fijación de precios en base a las siguientes estrategias:

- **Precio basado en la competencia:** ¿Cuánto cobra la competencia?
- **Precio basado en el mercado:** ¿Cuánto está dispuesto a pagar o puede pagar el cliente?

No olvides establecer tus precios en una forma justa, honesta, sin ventaja. Sin pretender obtener ganancias exorbitantes tu negocio puede ser muy próspero.

¡Eres una microempresaria con ética empresarial!



Ejemplo Precio de Venta.

Guadalupe iniciará un negocio de venta de tamales. Ella producirá 400 tamales diariamente, estima que sus costos fijos unitarios son de \$1.25 y sus costos variables unitarios son de \$3.50. Ella desea obtener una ganancia del 40% de su costo. Calcular el precio de venta que debe dar Guadalupe sus tamales en base a la ganancia requerida.

Datos

Costo fijo unitario: \$1.25

Costo Variable unitario: \$3.50

Ganancia deseada. 40%

Formula: Precio de Venta= Costos unitario total /1 – Margen de Utilidad Deseado

$$1.25+3.50/0.60= \$8 \text{ por tamal es el precio.}$$

Sin embargo es recomendable antes de tomar una decision, analizar el mercado (Competencia) y el precio que esta dispuesto a pagar el cliente ¿Recuerdas?.



Actividad 6. Determinando precio de venta del nuevo producto del negocio de Emiliana. Duración (6 minutos). Instrucciones: Trabajo grupal. En equipo contesten lo siguiente:

Emiliana quiere poner su negocio de venta de tortas. Ella quiera saber a qué precio debe de vender su producto. Estima que su costo fijo unitario es de 2 pesos y su costo variable unitario es de 4, ella pretende ganar un 50% más de utilidad en base a su costo?

Formula: Precio de Venta= Costos unitario total /1 – Margen de Utilidad Deseado

- Costo fijo unitario: \$2
- Costo Variable unitario: \$4
- Porcentaje buscado de utilidad 50%

¿Qué precio de venta obtuvieron?

NUEVE ELEMENTOS ESENCIALES EN LA DEFINICIÓN DE PRECIOS

Definir el precio de tus productos implica mucho más que solamente tu costo.

Independientemente del tamaño, giro y nivel de especialidad, generalmente el precio, se define considerando:

1. Costo + margen
2. Costo + margen + precios de la competencia

Este enfoque, aunque práctico y de fácil determinación, se “queda corto”, pues en el mejor de los casos “dejamos dinero en la mesa” y en el peor de los casos nos resta competitividad.

Por ello, te presentamos 9 elementos esenciales e imprescindibles en la definición de precios:



- 1.- No te enfoques solo en tus costos y utilidades, toma en cuenta adicionalmente el valor de tu oferta
- 2.- El precio y la oferta de valor debe ser congruente con lo que el cliente percibe.
- 3.- El precio es un elemento estratégico.
- 4.- La Estrategia de precios.
- 5.- Análisis de entorno.
- 6.- Puede darse un sobre precio.
- 7.- Cuidado con disminuir el precio de venta.
- 8.- El Precio se puede determinar considerando ofertas integrales.
- 9.- Para ofrecer precios bajos.

TEMA 4 | ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN: MERCADO, NEGOCIACIÓN, VENTAS Y SERVICIO AL CLIENTE



OBJETIVOS

- El participante comprenderá el negocio en el que está operando, las características de la industria y funcionamiento del mercado en el que participa.
- Adquirirá destrezas que le ayuden a definir estrategias para abordar su negocio.
- Conocerá las 4 p's de la mezcla de Marketing: Producto, Precio, Plaza y Promoción.
- Definirá el FODA de su negocio.

DURACIÓN DEL TEMA: 60 minutos

MATERIALES A UTILIZAR:

- Cuadernillo de trabajo.
- Lápiz.
- Rotafolios:
 - 1.- Aspectos del mercado.
 - 2.- Análisis FODA del negocio de Artesanías de la señora María.

ACTIVIDADES

- 1.- Conociendo tu mercado. (Duración 5 minutos)
- 2.- Desarrollando tu FODA. (Duración 15 minutos).



4.1| IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y DE COMERCIALIZACIÓN

Normalmente al oír la palabra “mercado” la asociamos con un lugar físico donde se venden productos semejantes entre sí: verduras y hortalizas, pescados y mariscos, abarrotes, repuestos de autos, etc.

Acá usaremos la palabra mercado en un sentido económico general: mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para realizar las transacciones entre cualquiera de ellos.

Entonces un mercado tiene **OFERENTES**, que son los negocios o personas que tienen un producto o servicio que pueden satisfacer las necesidades de los demandantes. Si usted tiene un negocio, es decir ofrece un producto y/o un servicio, usted es un “oferente”.

Por su parte los **DEMANDANTES (CLIENTES O CONSUMIDORES)** son las personas, hogares, negocios e instituciones, que tienen necesidades que satisfacer, quieren hacerlo y tienen los medios económicos para satisfacer esas necesidades con los productos de los oferentes.

Aspectos de Mercado

Uno de los pilares que sostiene la posibilidad de que un proyecto empresarial se lleve a cabo, es que el producto o servicio que se ofrezca tenga potencialmente compradores en un volumen suficiente para hacer rentable la operación.

MERCADO

Lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

Oferta y la demanda

El modelo de la oferta y la demanda es una potente herramienta para entender todo tipo de sucesos económicos, como lo es los precios de los productos, impuestos, subsidios.

Investigación de mercados

Son los esfuerzos coordinados para reunir y analizar información que ayude a definir las estrategias de marketing relacionadas con la comercialización de un producto o servicio.

Demanda

-Es el volumen total de compras realizadas por una determinada categoría de clientes en un lugar y periodo determinado, en unas condiciones de entorno determinadas para un esfuerzo de marketing previamente definido.

Oferta

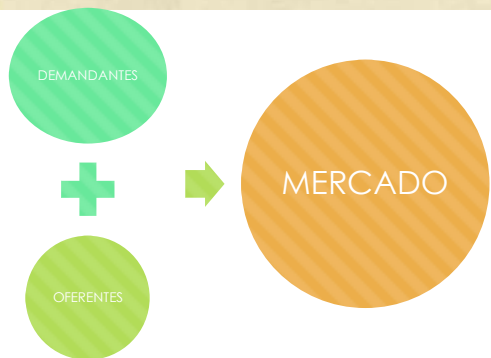
Cantidad de productos o servicios que se ofrecen en un mercado. También se refiere a investigar las empresas oferentes de los mismos productos o servicios que tendrá el proyecto, es decir la competencia.

Producto

Es cualquier objeto que es ofrecido en un mercado con la intención de satisfacer un deseo o una necesidad del consumidor.

Servicio

Servicio es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder las necesidades del cliente



Actividad 7. Conociendo tu mercado. (Duración 5 minutos)

Instrucciones: De manera individual responda lo siguiente:

1. ¿Qué opinión tiene usted a la siguiente afirmación? **“Sin clientes no se tiene un negocio, se tiene un pasatiempo”.**

2. ¿Cuál es su mercado?

3. ¿Quiénes son sus demandantes?

4. ¿A quiénes identifica como oferentes del mismo producto o servicio que usted ofrece?

MARCANDO LA DIFERENCIA

En el mercado habrá otros oferentes que son su competencia, es decir, ellos entregan el mismo producto y/o servicio que usted. Entonces la pregunta es ¿Cómo nos diferenciamos? ¿Qué nos hace distinto de ellos? Existen varias respuestas para esas preguntas. Nos centraremos en las dos principales:

1.- ENTREGANDO VALOR AGREGADO

Esta estrategia consiste en otorgar un producto y/o servicio con atributos únicos, es decir, incluyen alguna particularidad especial y distintiva; y esta característica es valorada por los consumidores y hace que ellos lo perciban como mejores o diferentes a los de la competencia.



2.- SIENDO LÍDER EN COSTOS

Esta estrategia busca que nuestro negocio sea el que produzca al menor costo en el mercado manteniendo un nivel de calidad dado. Este tipo de negocios venden productos ya sea al precio promedio del mercado para ganar altos márgenes o bien, venden a precios más bajos que el mercado para ganar participación de mercado.



Algunas formas de obtener ventajas en costos son:

- ✓ Mejoras en los procesos de producción del producto y/o servicio.
- ✓ Obtener una fuente de abastecimiento a bajo costo por grandes volúmenes.
- ✓ Eliminar costos de administración evitables.
- ✓ Distribución de los productos a bajo costo.



4.2| ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Mercadotecnia es el conjunto de actividades destinadas a lograr, con beneficio o utilidad para el negocio, la satisfacción del consumidor mediante un producto o servicio. Se centra en los deseos y necesidades del consumidor. Hacer lo que el consumidor requiere o necesita en lugar de hacer lo que deseamos nosotros como empresa.

La mercadotecnia está formada por 4 piezas principales, llamadas las 4 P de la mercadotecnia: Producto, Precio, Plaza, Promoción.

LA MEZCLA DE LA MERCADOTECNIA (LAS CUATRO P)

Para vender un producto en el mercado es necesario conocer algunos conceptos básicos de mercadotecnia como son: las 4p's. También conocidas como la mezcla de mercadotecnia. Las 4p's pueden ser consideradas como las variables o herramientas con las que se cuenta para lograr los objetivos de una empresa o negocio.

Estas herramientas pueden ser utilizadas antes de iniciar un negocio, o lanzar un nuevo producto o servicio al mercado. A continuación, explicamos en qué consisten cada una de ellas.



LAS 4'P DE LA MERCADOTECNIA

PRODUCTO. Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Algunas preguntas que te pueden servir para definir a detalle tu producto son:



PRECIO. Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción (aunque también se paga con tiempo o esfuerzo). Sin embargo, incluye: forma de pago (efectivo, cheque, tarjeta, etc.), crédito (directo, con documento, plazo, etc.), descuentos pronto pago, volumen, recargos, etc.



PLAZA. En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor).



PROMOCIÓN. Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales.



4.3 | DEFINIENDO LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS DE NUESTRO NEGOCIO

Si quisiéramos saber ¿En qué somos buenos?, ¿Cuál es nuestra ventaja sobre los demás?, ¿Cuál es nuestra desventaja? ¿Qué haríamos? Utilizaríamos una herramienta que se llama FODA.

El **FODA** es una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que posea sobre el negocio. Es un método que representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características propias del negocio y el entorno en el cual éste compete.



El análisis FODA consta de dos partes:

- 1- **INTERNA**, que mira los recursos y la forma de hacer las cosas al interior del negocio. La parte interna analiza las fortalezas y las debilidades de su negocio, es decir, aspectos sobre los cuales usted tiene algún grado de control.
- 2- **EXTERNA**, considera las relaciones con todo lo que rodea al negocio, es decir, clientes, proveedores, gobierno, etc. La parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado en que participa.

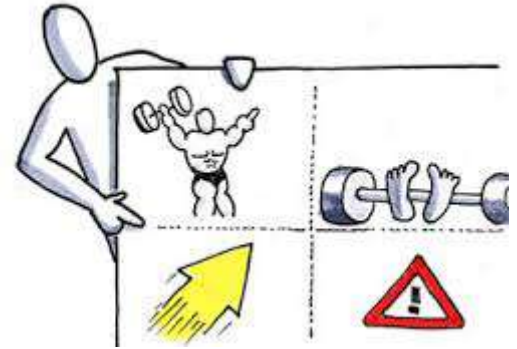


IDENTIFICACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Debemos identificar aquellos aspectos internos que le dan la fuerza necesaria al negocio para tener éxito (fortalezas) y debemos tomar clara conciencia de los aspectos en los cuales tenemos carencias (debilidades).

Hay que considerar áreas como las siguientes:

- (+) Y (-) HABILIDADES PERSONALES
- (+) Y (-) EXPERIENCIA
- (+) Y (-) CONOCIMIENTO
- (+) Y (-) EQUIPO DE TRABAJO
- (+) Y (-) PROCESO DE PRODUCCIÓN
- (+) Y (-) ESTRATEGIAS
- (+) Y (-) UBICACIÓN
- (+) Y (-) INFRAESTRUCTURA
- (+) Y (-) CAPITAL



Identificar nuestras fortalezas nos permite tomar acciones para mantenerlas y reforzarlas.

Identificar nuestras debilidades nos da una visión equilibrada de lo que somos capaces y nos permite tomar acciones para superarlas.



VISUALIZACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL ENTORNO

Las oportunidades y amenazas son elementos que existen en el entorno de nuestro negocio, sobre las cuales no tenemos injerencia o capacidad para cambiarlas.

Las oportunidades representan una circunstancia favorable para el éxito de nuestro negocio. Hay que aprovecharlas.

Las amenazas, por el contrario, son aquellas circunstancias que son desfavorables para nuestro negocio. Hay que evitarlas.



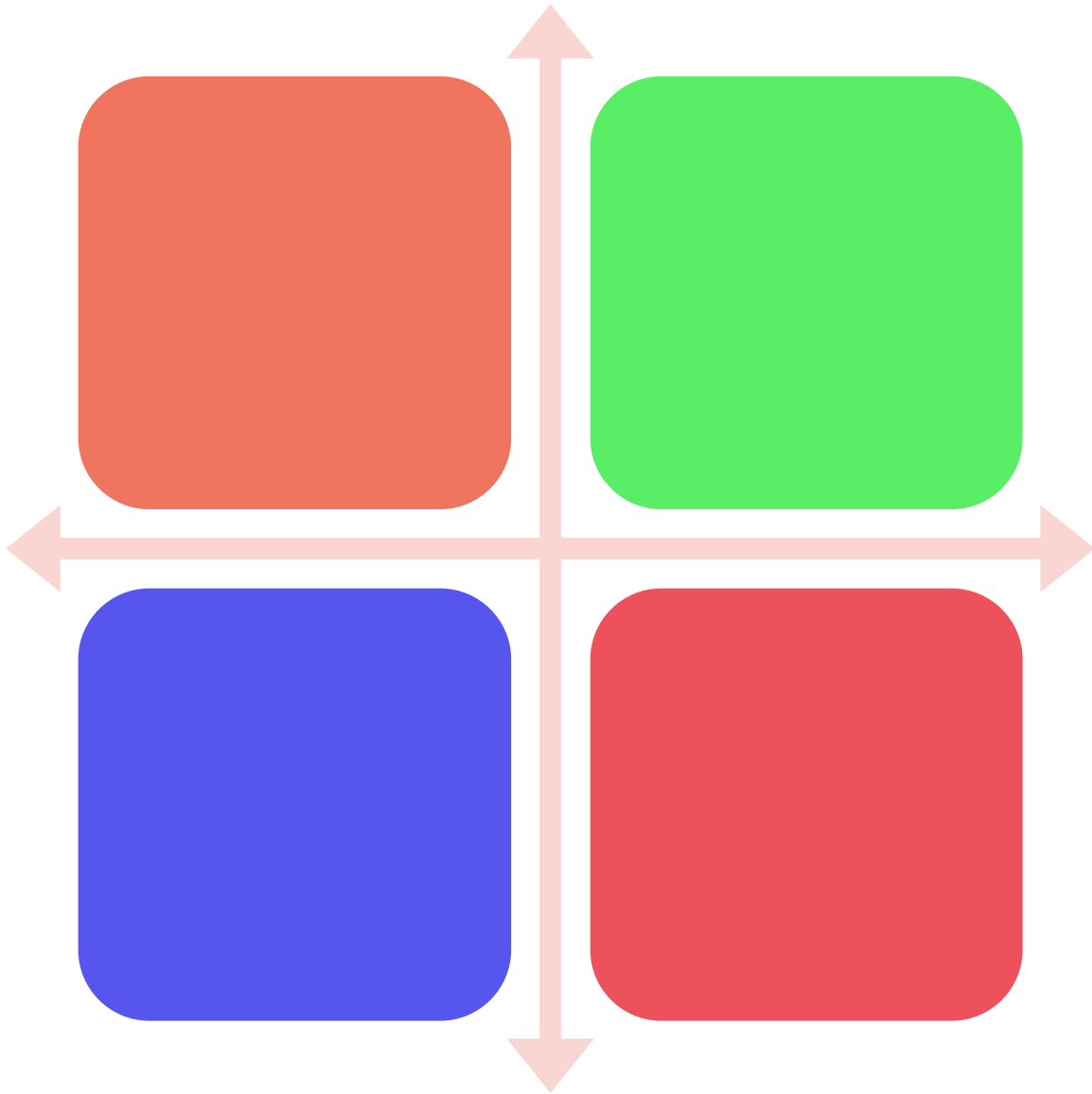
Ejemplo. A continuación, se presenta el análisis FODA del negocio de artesanías de la señora María.





Actividad 8. Desarrollando tu FODA. (Duración 15 minutos).

Instrucciones: Trabajo en equipo. En equipos de cinco personas, realicen el cuadro FODA, del negocio de una de las integrantes del equipo. Considerando los aspectos internos (Fortalezas y Debilidades) y externos (Amenazas y Oportunidades). También mencionen las actividades que realizarán para convertir las amenazas y debilidades en puntos fuertes para su negocio, así como aprovechar al máximo las fortalezas con las que cuentan.



TEMA 5 | MANEJO DE INVENTARIOS



OBJETIVOS

- Mostrar al participante la importancia de un buen control de inventarios.
- Dar a conocer los diferentes problemas en los que puede incurrir un negocio si no hay un adecuado control de inventarios.
- Mostrar los beneficios de llevar un control de inventarios.
- Mostrar las diferentes técnicas de administración de inventarios.

DURACIÓN DEL TEMA:

60 minutos.

MATERIALES A UTILIZAR:

- Cuadernillo de trabajo.
 - Lápiz.
 - Calculadora.
 - Rotafolios:
- 1.- El inventario de María.

ACTIVIDADES:

- 1.- Manejo de inventarios en tu negocio (Duración 5 minutos).
- 2.- El Inventario de María. Duración (15 minutos).

5.1| EL MANEJO DE NUESTRO INVENTARIO

Los **INVENTARIOS** son recursos que se encuentran almacenados para su uso posterior y sirven para lograr un equilibrio entre la producción y las ventas.

Los inventarios son recursos:

- Mantenidos para la venta en el curso normal de las operaciones;
- En proceso de producción; o
- En forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.



Hay productos que no pueden almacenarse por mucho tiempo o cuyo costo de almacenaje es mayor que comprarlo nuevamente. Analiza caso por caso.



IMPORTANCIA DEL CONTROL DE INVENTARIOS

Al hacer un control de inventario, se tiene un panorama claro de cuáles son las existencias de productos y capacidades para atender los requerimientos del cliente y de ser necesario aumentarlos para cumplir con lo solicitado.

La importancia del control de inventarios radica en obtener ganancias, si no hay un control de inventarios adecuado, no se tendrá material suficiente para trabajar; se presta el robo hormiga, a mermas y desperdicios y estos a su vez pueden causar un fuerte impacto en las ganancias del negocio.

Robo hormiga: Robos de poco valor, pero que, al momento de hacer recuentos, el robo total suma una gran cantidad.

Mermas: Pérdida o reducción de un cierto número de mercancías, diferencia entre lo que se tiene registrado en inventario y lo real.



Se recomienda que los negocios realicen los inventarios rotativos, que no son generales sino por rubros. "Por ejemplo, en una tienda de ropa, esta semana se hace el inventario de pantalones y más adelante se hace el de camisas y así se va rotando. De esta manera no se junta todo, se pueden identificar diferencias o averías rápidamente y tomar medidas a tiempo.



BENEFICIOS DE LOS INVENTARIOS

Permite prever escasez.

Se conocerá el monto de la compra diaria o semanal, lo que permitirá saber cuánto se invertirá y tener listo el dinero.

Al tener un control de inventarios, sabremos cuando hay que comprar y cuanta cantidad, sin excesos y faltantes.

Si hay una tendencia al alza en el costo del insumo o producto, conviene tenerlo en almacenamiento.

Comprar por volumen puede reducir significativamente el costo de algunos insumos, materiales, productos, etcétera.

PROBLEMAS FRECUENTES EN EL CONTROL DE INVENTARIOS

1. FALTA DE REGISTROS:

El objetivo de contar con registro de inventarios es para contar con información suficiente y útil para minimizar nuestros costos de producción, mantener un nivel de inventarios optimo, comenzar a utilizar tecnología con la consecuente disminución de gastos.



2. EXCESO DE INVENTARIOS:

El tener altos niveles de inventarios no asegurar la venta, puede aumentar las mermas y la disminución de la calidad en cuanto a productos de rápida descomposición.



3. INSUFICIENCIA DE INVENTARIOS:

Sin el nivel suficiente de inventarios no sólo se puede perder la venta sino también al cliente, al no contar con el producto el cliente puede acudir a la competencia.



4. BAJA CALIDAD DE LA MATERIA PRIMA DADA SU CADUCIDAD:

En el caso de productos perecederos, pueda que el cliente no sepa cuánto tiempo lleva en refrigeración o en anaqueles, pero sin lugar a duda este se dará cuenta cuando el producto no cumpla con sus expectativas.



5. ROBO:

Al no haber un adecuado control, los propios empleados pueden incidir en el robo, ocasionando aumento de costos.



6. MERMAS:

Estas constituyen un considerable aumento de los costos de ventas, se considera que una merma aceptable es del 2% hasta 30% del valor de inventario, pero sin embargo la única merma que debemos de aceptar es la del 0%.



7. DESORDEN:

Este provoca graves pérdidas a la empresa, podemos desconocer lo que tenemos en existencias en almacén y comprar demás, en el caso de productos perecibles este pierde su vida útil.



TIPOS DE INVENTARIOS

Existen 4 tipos de inventario:

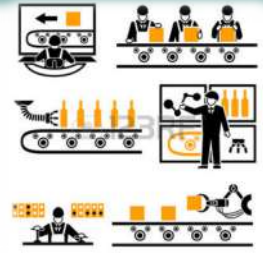
- INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA O INSUMOS
- INVENTARIOS DE MATERIALES PARA SOPORTE DE LAS OPERACIONES, O PIEZAS Y REPUESTOS
- INVENTARIOS DE MATERIA SEMIELABORADA O PRODUCTOS EN PROCESO
- INVENTARIOS DE PRODUCTOS TERMINADOS

A continuación, te detallamos cada uno:

INVENTARIOS DE MATERIA PRIMA O INSUMOS: Son aquellos en los que se contabilizan todos los materiales que no han sido modificados por el proceso productivo de tu negocio.



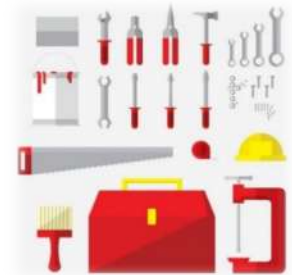
INVENTARIOS DE MATERIA SEMIELABORADA O PRODUCTOS EN PROCESO: son materiales que han sido modificados por el proceso productivo del negocio, pero que todavía no son aptos para la venta.



INVENTARIOS DE PRODUCTOS TERMINADOS: Son aquellos donde se contabilizan todos los productos que van a ser ofrecidos a los clientes, es decir que se encuentran ya aptos para la venta.



INVENTARIOS DE MATERIALES PARA SOPORTE DE LAS OPERACIONES, O PIEZAS Y REPUESTOS: son aquellos donde se contabilizan los productos que, aunque no forman parte directa del proceso productivo de la empresa, es decir no serán colocados a la venta, hacen posible las operaciones productivas de la misma, estos productos pueden ser: maquinarias, repuestos, artículos de oficinas, etc.



¿CÓMO SABER CUÁLES DEBEMOS LLEVAR?, depende del producto o servicio que ofrezcamos.

Por ejemplo: Para un negocio donde lo que se vende son productos terminados (abarrotes, papelería, etcétera) es un inventario de productos terminados.

Por ejemplo: Para un negocio donde lo que vende son productos que entraron a una producción (panadería, carpintería, etcétera) se llevan inventarios de materia prima, de materiales, de productos finales y depende del negocio a veces incluso el de producto en proceso).



Actividad 9. Manejo de inventarios en tu negocio. (Duración 5 minutos).
Instrucciones: De manera individual responde lo siguiente.

1. ¿Actualmente lleva un control de inventarios? ¿Cuáles son los beneficios que tiene para usted mantener inventarios de materias primas, de productos en proceso y de productos terminados?

2. Haga un listado de los costos que tiene para su negocio, el mantener inventarios.

5.2| SISTEMAS DE CONTROL DE INVENTARIOS

Existen diferentes sistemas que ayudan a hacer un buen control de los inventarios.

<p>CANTIDAD ECONÓMICA DE PEDIDO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fórmula matemática para definir el volumen de compra óptima. 	<p>SISTEMA ABC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control ordenado de los productos que conforman el inventario según su importancia. 	<p>PUNTO PARA HACER UN NUEVO PEDIDO</p> <ul style="list-style-type: none"> • La existencia de una señal indicando que las existencias de determinado material o artículo ha llegado a cierto nivel y que debe hacerse un nuevo pedido. 	<p>SISTEMA DE ENTREGA JUSTO A TIEMPO (JIT "JUST IN TIME")</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acá la idea es que se adquieren los inventarios y se insertan en la producción en el momento en que se necesitan. Esto requiere de compras muy eficientes, proveedores muy confiables y un sistema eficiente de manejo de inventarios.
---	---	--	---

Por ejemplo:

Para ti como microempresaria, lo ideal es contar con el sistema de inventarios llamado "justo a tiempo", que se basa en el principio de que no debería producirse nada mientras que no haya una demanda real o estimada por ello. El "justo a tiempo" rompe con el concepto convencional de mantener grandes inventarios y promueve el "producir lo que se va a vender".



Ejemplo. El caso de María.

María tiene un micronegocio de venta de zapatos por catálogo, lleva dos años con el negocio y hasta hace unos meses su modo de operar era el siguiente: Comprar zapatos de mayoreo, diversos colores, modelos y tallas. El problema fue que esto le propició un almacenamiento enorme de zapatos y una pérdida mayor, nadie quería esos modelos, querían modelos recientes. Ante esta situación María se vio obligada a rematar los zapatos que ya tenía, decidió que compraría solo los zapatos que le pidieran, con un respectivo adelanto de dinero. María no estaba lejos del método "justo a tiempo". Redujo al mínimo su inventario, entregaba en tiempo, no se maltrataban los zapatos, disminuyeron sus pérdidas, aumento sus ventas, etcétera. A continuación, se presenta su control de zapatos de su negocio.



INVENTARIO DEL NEGOCIO DE MARÍA

Fecha de compra y venta	Compra de zapatos para venta	Venta de zapatos	Inventario en almacén
16/10/2015	6 pares	0 pares	6 pares
17/10/2015	0 pares	6 pares	0 pares
21/10/2015	3 pares	0 pares	3 pares
21/10/2015	0 pares	3 pares	0 pares
25/10/2015	2 pares	1 par	1 par



Actividad 10. El Inventario de María. Duración (15 minutos).

Instrucciones: Trabajo en Equipos. En equipos ayuden a Martha a elaborar el inventario de su negocio de zapatos, para ventas de una semana.

Fecha de compra y venta	Compra de zapatos para venta	Venta de zapatos	Inventario en almacén
7/03/2016	8 pares	0 pares	
8/03/2016	0 pares	2 pares	
9/03/2016	2 pares	0 pares	
10/03/2016	0 pares	7 pares	
11/03/2016	7 pares	5 pares	

TEMA 6 | CULTURA CONTRIBUTIVA Y MARCO LEGAL

**OBJETIVOS**

- Definir cultura contributiva y detallar algunos motivos para formalizarse.
- Definir el Régimen de Incorporación Fiscal que aplica para los micronegocios, cómo cumplir, cómo inscribirse y beneficios que otorga la modalidad de este régimen.

DURACIÓN DEL TEMA:

60 minutos.

MATERIALES A UTILIZAR:

- Cuadernillo de trabajo.
- Lápiz o pluma.
- Rotafolio en blanco.
- Cañón Proyector y audio.
- Lápiz o pluma

ACTIVIDADES

- 1.- Video Crezcamos juntos. Duración (15 minutos).
- 2.- Video Historias de crecimiento: Carmela y su Cocina Económica Duración (10 minutos).

6.1| ¿QUÉ ES CULTURA CONTRIBUTIVA?

Es el conjunto de valores, creencias y actitudes compartido con una sociedad respecto a la tributación y las leyes que las rigen, lo que conduce al cumplimiento permanente de los deberes fiscales. La razón de propiciar una cultura contributiva se relaciona con crear conciencia social a fin de que todos los mexicanos y mexicanas tengan el compromiso en la generación de una mejor recaudación de impuestos y un mejor reparto de la riqueza para todos y así poder evitar la desigualdad en la calidad de servicios, etc.

Cuando hablamos de **CULTURA CONTRIBUTIVA** es la formación de ciudadanos que conocen y están informados de sus derechos y obligaciones fiscales, que cumplen eficazmente ante la administración tributaria, previniendo los riesgos de incumplimiento y las acciones coactivas, es ver el pago de los impuestos como beneficio personal y el reflejo solidario de contribuir al bienestar colectivo.



Es necesario que todos los ciudadanos de un país posean una fuerte cultura tributaria para que puedan comprender que los tributos son recursos que recauda el Estado en carácter de administrador, pero en realidad esos recursos le pertenecen a la población, por lo tanto, el Estado se los debe devolver prestando servicios públicos (como por ejemplo los hospitales, colegios, etc.).

Ciudadano: Es una palabra que se emplea para designar a aquella persona que ha nacido en un lugar (un pueblo, una ciudad, un país) y que, por ello, es miembro de una comunidad organizada. En este sentido, un ciudadano es parte de un Estado y, por lo tanto, tiene derechos y deberes sujeto a sus leyes.



A continuación, conoce las principales autoridades en temas tributarios:

El cumplimiento de la obligación fiscal y el ejercicio de los derechos del contribuyente, en el ámbito federal, es responsabilidad de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.



En temas tributarios, el órgano facultado es el Servicio de Administración Tributaria (SAT), ante el cual debemos realizar diversos trámites que van desde su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes, hasta la presentación de declaraciones, avisos, solicitudes y demás documentos para realizar los trámites fiscales a que está obligado como persona física o persona moral, según sea el caso.



Para términos de asesoría y consulta, defensa, representación y seguimiento a los procedimientos de queja o reclamación contra actos de las autoridades fiscales federales contra el contribuyente, contamos con un organismo público llamado Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON).



**Procuraduría
de la Defensa
del Contribuyente**

Recuerda que, para contribuir al crecimiento y desarrollo de nuestro país, es necesario que paguemos nuestros impuestos. Si nos vamos formando una conciencia fiscal en nosotros como primer paso y, posteriormente, enseñamos a nuestros hijos que pagar impuestos nos llevará a disfrutar de mayor bienestar colectivo, aprenderemos a vivir con los impuestos como parte de nuestra realidad dentro de las actividades que desarrollamos como comerciantes.



6.2| MARCO LEGAL

Para tener un negocio “formalizado” es necesario efectuar una serie de trámites ante distintos organismos administrativos, estatales y/o municipales para cumplir determinadas obligaciones, principalmente tributarias, mediante las cuales la empresa existirá legalmente.



ES RECOMENDABLE HACER ESTA FORMALIZACIÓN POR DIVERSOS MOTIVOS, ENTRE LOS CUALES SE CUENTA:

- No exponerse al pago de multas del SAT y/o de la municipalidad que pueden llegar a ser cuantiosas.
- No exponerse a clausura del negocio.
- Tener un poderoso mecanismo para acceder a la banca privada para solicitar cualquier tipo de crédito. La informalidad es un factor que inhibe el ingreso al sistema crediticio.
- Se puede recuperar IVA.
- Se puede emitir Facturas y/o Boletas, ampliando el número y la calidad de los posibles clientes.
- Se pueden hacer contratos de trabajo.
- Se puede hacer uso de franquicias legales.
- Evitar demandas judiciales por emplear trabajadores en carácter informal.
- Acceder a los sistemas de Seguridad Social.



6.3| RÉGIMEN FISCAL

En cada negocio, es indispensable considerar diversos factores para lograr su funcionamiento y desarrollo, entre ellos, el aspecto fiscal, al ser uno de los que mayormente incide en el éxito o fracaso del proyecto por las implicaciones que trae consigo.

El **RÉGIMEN FISCAL** es el conjunto de las normas e instituciones que rigen la situación tributaria de una persona física o jurídica.

Las personas físicas y morales que realizan actividades empresariales, cuentan con diversas opciones de tributación en cuanto al Impuesto Sobre la Renta (ISR), de ahí la importancia de conocer los tipos de regímenes fiscales existentes.

1. **La persona física (persona jurídica individual).** Es el ser humano, que tiene obligaciones y derechos.
2. **Las personas Morales (personas jurídicas colectivas).** No tienen una realidad material o corporal (no se puede tocar como tal como en el caso de una persona física). Se les ha reconocido capacidad jurídica para tener derechos y obligaciones; son dos o más personas físicas que conforman a una persona moral, aunque también lo pueden conformar varias personas morales.



También deben conocer las obligaciones de cada régimen para ubicar cuál es el más adecuado dependiendo del giro del comercio e inscribirse en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC).

La carga impositiva generada en cada régimen es de suma importancia al momento de elegir en cuál se tributará, con independencia de la administrativa. Esto, porque las cantidades a pagar por realizar cierto tipo de actividades gravadas con el ISR, IETU e IVA pueden variar significativamente de un esquema a otro, incluso influye la zona geográfica donde se obtengan los ingresos.

El régimen ideal para los y las microacreditadas es el Régimen de Incorporación Fiscal.



A continuación, se proyectará el video **Crezcamos juntos**.



Actividad 11. Video Crezcamos juntos. Duración (10 minutos).

Instrucciones: (Trabajo individual). En base al video, reflexiona lo siguiente:

1.- ¿Considera importante tener una cultura contributiva? ¿Por qué?

2.- Considera importante formalizar su negocio?

3.- ¿Ha intentado formalizar tu negocio?

4.- Si contestaste si a la pregunta anterior, ¿Por qué no lograste formalizarla?

5.- En que beneficia a nuestro país en que usted y todos los que se dedican a alguna actividad comercial o productiva formalicen su negocio?

RIF (RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL)

El **RÉGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL (RIF)** es un nuevo esquema de tributación opcional para las personas físicas que realizan actividades empresariales con ingresos menores de dos millones de pesos.

Es un régimen sencillo para usted que cuenta con un negocio y/o presta servicios que no requieren título profesional.



En este régimen puede:

- Emitir facturas de manera fácil.
- Declarar bimestralmente.
- Tener una reducción en el pago de impuestos.

Adicionalmente, podrás gozar de los beneficios de Crezcamos Juntos, Afiliate como son:

- Servicios de Seguridad Social.



¿PARA QUIÉN ES?

Para personas físicas con actividades empresariales que obtengan ingresos que no excedan de 2 millones de pesos al año y realicen:

- Enajenación de productos, por ejemplo: tienda de abarrotes, papelería, carnicería, frutería, dulcería, entre otros.
- Prestación de servicios que no requieran título profesional, por ejemplo: salón de belleza, plomería, carpintería, herrería, albañilería, taxista, entre otros.
- Ventas por comisión, siempre que no sean superiores del 30% de tus ingresos totales, por ejemplo: tarjetas telefónicas, tiempo aire, productos de belleza, entre otros.



También, puedes obtener ingresos por:

- Sueldos o salarios.
- Asimilados a salarios.
- Arrendamiento de casa habitación o local comercial.
- Intereses.

¿CÓMO CUMPLIR?

Ya inscrito debes realizar lo siguiente:

1. Emite facturas

- Individuales, cuando tu cliente te las solicite.
- Globales, por las ventas que realizaste con el público en general.

2. Registra tus gastos

Captura tus gastos cuando no tengas las facturas electrónicas en Mis Cuentas/Mi contabilidad.

www.sat.gob.mx/RegimenDeIncorporacionFiscal



3. Realiza tus declaraciones

Debes presentar cada dos meses tu declaración.

Recuerda que:

- Si tienes ventas al público en general y no exceden de 300 mil pesos no pagarás IVA ni IEPS.
- En el segundo año como contribuyente del Régimen de Incorporación Fiscal, tienes una reducción del 90% en el pago del ISR.

CALENDARIO DE DECLARACIONES:

Bimestre	Fecha de presentación
Enero-febrero	Durante marzo
Marzo-abril	Durante mayo
Mayo-junio	Durante julio
Julio-agosto	Durante septiembre
Septiembre-octubre	Durante noviembre
Noviembre-diciembre	Durante enero del año siguiente

¿CÓMO INSCRIBIRTE?

OPCIÓN A

Acude a las Oficinas del SAT, Módulos de Crezcamos Juntos, Afíliate y oficinas autorizadas de las Entidades Federativas.

OPCIÓN B

Realiza el trámite por internet

Ingresa a generar tu RFC o en www.gob.mx/crezcamosjuntos

OPCIÓN C

Realiza el trámite vía telefónica a través del 01 55-MarcaSAT (627 22 728)



A continuación, se proyectará el video. **Historias de crecimiento: Carmela y su Cocina Económica.**



Actividad 12. Video Historias de crecimiento: Carmela y su Cocina Económica Duración (15 minutos).
Instrucciones: Trabajo en equipo. En equipos de cinco personas y con ayuda de un rotafolio en blanco. Reflexionemos sobre el caso de éxito de Carmela y enlistemos las principales enseñanzas.

Querida empresaria y empresario agradecemos la atención brindada a lo largo de este taller, esperamos que les haya servido algo de lo que vimos aquí, les deseamos ¡Mucho Éxito! en esta nueva etapa de su vida.

Con mucho cariño a nombre de todo el equipo de trabajo que hicimos posible este manual les mandamos un fuerte abrazo y nuestros agradecimientos totales ya que sin ustedes esto no tendría sentido.

Recuerda siempre, los sueños carecen de valor alguno, los planes son como el polvo, las metas son imposibles. Todo ello carece de valor a menos que sea seguido de la acción.

¡Procedan ahora mismo!

Hasta la próxima...

