

CURSO DE ADMINISTRACIÓN GENERAL

II Avance Plan de Negocio



Estudiantes

Jariella Madrigal - Maria Fernanda Zarate
Yassuany Morales - Emanuelle Alfaro - Dylan Vargas

Profesor

Ricardo Fonseca

Agosto 2020

Tabla de contenido	
<i>Naturaleza del Negocio:</i>	3
Actividad.	3
Clasificación y tamaño.	3
Marco Juridico que influye su accionar	3
<i>Descripción del Mercado</i>	4
Situación economica que afecte el producto.	4
Competencia directa:	4
Competencia sustituta	5
Fuentes de aprovechamiento.	5
<i>Nombre o razón social del negocio</i>	5
Misión.	6
Visión	6
<i>Análisis FODA</i>	6
Entorno:	6
Fortalezas:	7
Oportunidades:	8
Debilidades:	8
Amenazas:	9
Propuesta de Valor y Ventaja Competitiva	10
<i>Objetivos Empresariales:</i>	11
Objetivos de Gestión	11
Generales	11
Particulares	11
Especificos	11
Objetivos de Producto.	11
General	11
Específico	11
c. Cuadro de variables e indicadores	12
<i>Diseño del Producto</i>	13
Descripción del proceso de producción	13
Cadenas de suministros almacenamiento	13
Prácticas de manipulación normalización	14
<i>Estructura Organizacional</i>	15
Proceso y estilos de decisión	16
Naturaleza y distribucion de Funciones	17
Normas y controles	17

Organigrama	18
<i>Gestión de Personas</i>	19
Política específica:	19
Objetivo estratégico:	19
Acciones estratégicas:	19
Política de retención	19
Objetivo estratégico:	20
Acciones estratégicas:	20
Política Salarial	20
Objetivo Estratégico:	20
Acciones Estratégicas:	20
Política de Evaluación de desempeño	21
Objetivo Estratégico	21
Acciones estratégicas	21
La disciplina, la separación laboral y marco jurídico	21
Marco Teórico: Visión Institucional	22
<i>Fuentes de financiamiento: tipos y características</i>	24
Tipos de opciones de financiamiento	24
Cómo elegir las fuentes de financiamiento	24
1. Fuentes de financiamiento a largo plazo.	24
2. Fuentes de financiamiento del proyecto de medio plazo.	25
3. Fuentes de financiamiento del proyecto de corto plazo.	25
Naturaleza del Presupuesto.	25
Presupuesto Maestro	26
Presupuesto de Producción	27
Presupuesto de Gastos Administrativos	28
Gastos fijos	28
Presupuesto de Gastos de Comercialización o Ventas	28
Presupuestos de Caja:	28
Descripcion y responsables del sistema contable.	29
Concepto De Contabilidad	29
Estructura de un sistema contable	30
Costos Estándares	35
Responsables del sistema contable	36
Contabilidad y cuentas anuales	36
<i>Mezcla de Mercado</i>	37
Segmentación-mercado meta	37
Diseño del producto	39
El precio	44
Promoción	45
Plaza	45

Naturaleza del Negocio:

Actividad.

Es un servicio intermediario el cual le ayuda a cualquier tipo de compañía a vender sus productos por medio de una plataforma virtual, la misión de EasyShopCR es mostrar el nombre de la empresa y su catálogo centrándose en sociedades medianas, pequeñas y micro del país para una mejor economía, con el fin de que todos los consumidores vean la variedad de productos que ofrecen las diferentes empresas en la página web, con el objetivo de que el cliente no salga de su hogar o lugar de comodidad y la visite a cualquier hora del día sin inconvenientes, y solicitar los productos que deseen hasta la residencia del consumidor, la cual será entregada por medio de un repartidor de la firma o por encomienda.

Clasificación y tamaño.

EasyShopCR es una empresa mediana con fines de lucro con el objetivo de administrar de forma eficiente y eficaz, por los ingresos y ventas que generará tanto para los dueños de la empresa como a los empresarios o emprendedores que se asocien, la apertura de nuevos puestos de trabajo para las distintas personas que necesite la compañía contratar, las diferentes inversiones que la firma deba hacer para largo o corto plazo para lograr las metas y objetivos.

Marco Juridico que influye su accionar

- Productos restringidos: Ciertos productos poseen restricciones o prohibiciones a nivel local e internacional para ser movilizados o importados a algunos países. (Correos de Costa Rica. 2020)
- Restricción sanitaria: Ciertas áreas del país tienen diferentes restricciones con respecto al horario de circulación y la restricción vehicular. (Restricción Sanitaria, MOPT. 2020)
- El Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA): Es un impuesto indirecto que recae sobre el consumo, lo que significa que cuando una persona (cliente) realiza la compra de un bien o servicio, está pagando este impuesto a una tarifa general del 13% o en alguna de las tarifas reducidas del 4%, 2% o 1%. (Ministerio de Hacienda - República de Costa Rica. 2020).

Descripción del Mercado

Situación económica que afecte el producto.

Al ser una plataforma digital, uno de los aspectos a pensar es que se requiere el pago mensual o anual en términos como: el pago a servidores de internet para poder tener un sitio en la web o como se le conoce popularmente hosting, el pago del dominio que es el nombre y las terminaciones de dominio, por ejemplo: .com, .org, .net entre otros. Una solución sería la adquisición de un hosting gratuito sin embargo no es lo mas recomendado ya que no poseen un buen soporte técnico.

Otra situación que podría afectar es que vendedores rompan afiliación con la plataforma, debido a factores externos o internos de la plataforma, externos que el producto decaiga en el precio del mercado imposibilitando que la plataforma se lleve una comisión del producto vendido. Interna, que la plataforma y sus políticas como comisión por venta no se adecuen a los vendedores y busquen una manera mejor de vender esos productos.

En contraposición a esta buena dinámica y crecimiento de pedidos online de algunas tiendas, hay otros casos que se han visto perjudicados. Como era de esperar, el sector que más ha caído durante estas semanas es el de viajes y turismo. Las tiendas online y páginas relacionadas con esta temática han tenido alrededor de un 52% menos de usuarios. También han bajado sus ventas y número de usuarios las tiendas online de moda y calzado (un -70%), mascotas (-22%) y decoración. Otros sectores y tiendas online como las manualidades o el vino, tuvieron al principio caídas del -12% y -8% respectivamente. Pero en las últimas semanas se están recuperando y aumentando sus pedidos online, según los datos recopilados durante estos días (VGS Tecnologías WEB, 2020).

Competencia directa:

La competencia en un mundo tan globalizado y en una era digital, hace que las plataformas de venta se estén actualizando e innovando nuevas estrategias para atraer y dar seguimiento a sus nuevos consumidores. Plataformas como unimart, wish, amazon entre otras son una competencia absoluta. Ya que están consolidadas, sin embargo, lo que hace la competencia es que la forma de venta y beneficios para vendedores y compradores sean variables por que se tiene que hacer un estudio de las ofertas de otras plataformas.

Y aprovechar toda esa información, para que la plataforma esté pasos delante de lo que quiere el vendedor y el comprador, haciendo de la plataforma una experiencia en vez de una simple adquisición de productos.

Las tiendas físicas también son un claro ejemplo de competencia directa, sin embargo, actualmente no es lo más factible por el estado de cuarentena. Además, que el consumidor cada vez usa más el método online para realizar sus compras.

Competencia sustituta

Las diferentes instituciones de correos o envíos, es una competencia sustituta. Ya que se pueden hacer envíos de artículos sin pasar por una plataforma como intermediaria.

Fuentes de aprovechamiento.

Para la plataforma es sumamente importante una señal de internet estable para que no se caiga la plataforma, preferiblemente fibra óptica. También, ocupa una fuente de electricidad para que el sistema de las computadoras no se apague, una fuente indispensable son los productos que se van a posicionar en la plataforma para la venta. Además, ocupa un espacio de trabajo con equipo como computadoras entre asesorías de profesionales en ciberseguridad.

Nombre o razón social del negocio

EasyShop CR es un espacio virtual en internet creado con el objetivo de que varios negocios puedan estar presentes en la red de una forma más práctica e inteligente, ya que por este medio se ahorrarán una cantidad importante de dinero de lo que hubiera sido su presencia en un local físico en un mall.

Esta iniciativa permite que cada uno de los usuarios que ingresen a la plataforma puedan encontrar una gran variedad de tiendas y emprendedores, ya sean empresas pequeñas, medianas y grandes, con el fin de que cada cliente al ingresar a la plataforma encuentre lo que busca y así apoye cada uno de los establecimientos que se encuentran en línea.

Lo interpretamos como un servicio intermediario el cual le ayudará a cualquier tipo de compañía a vender sus productos por medio de una plataforma virtual, la cual mostrará el nombre de la empresa y su catálogo, llegando hasta la residencia del consumidor por medio de un repartidor de nuestra firma o por

encomienda, centrándose en sociedades medianas, pequeñas y micro de nuestro país para una mejor economía.

Misión.

Somos EasyShopCR, una empresa Costarricense centrada en el cliente para que cada producto que pueda ver en el catálogo, garantice la satisfacción de los consumidores así como resguardar la seguridad de las compras en línea.

Visión

Ser la plataforma modelo, en el mercado Local, con un crecimiento presencial e internacional de las compras en Líneas con la necesidad de satisfacer plenamente al cliente.

Análisis FODA

Entorno:

Actualmente varios empresarios se han reinventado, además muchos profesionales han visto la necesidad de promocionar y ayudar a los emprendedores, por lo tanto, durante la pandemia han surgido varias plataformas similares a EasyShopCR, sin embargo, sus enfoques nos diferencian del mercado. Un ejemplo de esto es, “Dónde compro eso”, no es una tienda en línea, es una plataforma que comunica a un consumidor con un proveedor. Además, las personas pueden filtrar la búsqueda por cantón y así evitar perder de su tiempo, esta plataforma busca principalmente enfocarse a conectar los costarricenses con los agricultores y emprendedores de todas las zonas, dicha plataforma lleva en la web alrededor de una semana.

La plataforma permite a los interesados registrar su empresa de manera gratuita. Solamente se incluirán aquellos proveedores de frutas, verduras, panadería e insumos de limpieza que estén formalizados y con capacidad de hacer entregas a domicilio.

Los interesados deberán llenar un formulario en la página web y pasar por un proceso de selección.

El hecho de enviar la información no implica que va a tener un perfil en la página. Deben estar registrados con el Ministerio de Hacienda para realizar sus respectivas facturas, y tener permisos del Ministerio de Salud.

El emprendimiento inició con frutas, verduras, productos de limpieza, panadería y repostería. Recientemente abrieron el espacio para proveedores de

queso, condimentos, rellenos para empanadas, y por último se habilitó la compra de pescados, carnes y mariscos, por lo que encontramos como esta plataforma se asemeja a EasyShopCR pero con la diferencia que su enfoque principal son los alimentos costarricenses. (Donde Compro Eso, Costa Rica. 2020.)

Por otro lado, tenemos la “pulpería Digital”, es otra plataforma en línea, gratuita y disponible para entregas a domicilio de productos de primera necesidad. Florida Ice and Farm Company (Fifco) desarrolló la página web. Esta puede ser utilizada por pequeños comerciantes que no tienen la posibilidad de desarrollar su propia tecnología de venta en línea.

La página web conecta al consumidor con su pulpería más cercana a su ubicación y realizar la compra sin necesidad de salir de la casa. Hasta el momento, la empresa tiene localizados 115 puntos de venta en todo el país, en cinco de las siete provincias del país.

Su propósito es facilitar a los pequeños comercios las herramientas tecnológicas para que mantengan su relación con el cliente, aún en tiempos de aislamiento. Esta otra plataforma, directamente es una idea de FIFCO y para estar entre sus negocios asociados las personas interesadas deben de contactarle directamente. (La Pulpe Digital. Costa Rica, 2020)

Por último, sin embargo, no menos importante, tenemos la famosa plataforma “Unimart”, el cual actualmente es una de nuestras más grandes competencias, debido a que su propósito es que cualquier pyme pueda vender en línea a través de su plataforma y expandir así el negocio del mismo. Además de sus entregas dentro de la Gran Área Metropolitana en cuestión de 24 horas y fuera de ella en un plazo de 72 horas, con envío gratis cuando las compras superen los ₡20 mil. UNIMART en resumen, se trata de una empresa nacional fundada en 2016 y dedicada exclusivamente al ecommerce, que ofrece garantías locales, facilidad de pago en efectivo una vez que usted recibe el producto y devoluciones gratuitas.

EasyShopCR – Actual Proyecto en proceso por estudiantes de la Universidad Latina de Costa Rica.

Fortalezas:

EasyShopCR se afiliará con BAC en su programa de pago en línea con el fin de proveer a cada uno de nuestros usuarios un proceso de pago seguro, este programa se define como un programa que presta servicios a los establecimientos afiliados con el fin de agilizar la aceptación de tarjetas de crédito y de débito. Nuestra plataforma pretende ser el enlace con diversas tarjetas, para así facilitar la afiliación de nuevos comercios y compras de productos o servicios adquiridos por clientes durante su visita en nuestra plataforma.

Esto busca satisfacer las necesidades de nuestros clientes y futuras empresas afiliadas. Entre estas se encuentra tales como; Programa de incremento

de ingresos, es decir que podrán los clientes pagar en cuotas de 3,6,12 o bien de contado.

Canje de puntos o millas, el cual permite cambiar por productos el acumulado de puntos o millas, otorgado por el uso de visa. Por otro lado, si el cliente desea cancelar en efectivo, con tarjetas de regalo o vía PayPal también lo podrá realizar, uno de los aspectos importantes que nos destaca es la variedad de formas de pago que se están implementando para los consumidores.

Además, se ofrecerán servicios como, afiliación para nuevos establecimientos dándoles un número de identificación seguro para cualquier gestión en la plataforma.

Otra de nuestras fortalezas, es que EasyShopCR surge como respuesta a cambios en la forma en que las personas consumen, con algunos valores agregados frente a competidores mundiales. Como, por ejemplo, sin tramitomanía en aduanas, entregas en menor tiempo, múltiples formas de pago y Garantía local.

Tendremos una de las mayores fortalezas que puede tener una ecommerce, un gran sistema de entrega, que en este tipo de negocio es de lo más importante.

Otra de las fortalezas en las que buscamos resaltar y ser los mejores es una buena atención al cliente. Hoy en día, con la dichosa crisis, además de en marketing, se ha recortado mucho en atención al cliente, y más aún cuando se ha considerado a ésta como un gasto.

La atención al cliente debe ser como la atención que le prestemos a nuestra familia o amigos más cercanos. Debe siempre ser la mejor, con la mejor cara posible, estar siempre dispuesto a ayudar a nuestro cliente y siempre que sea necesario, asumir nuestra responsabilidad.

Oportunidades:

Existen dos puntos básicos. Uno se refiere al **entorno**, y nos lleva a evaluar las características y tecnologías que nos pueden ayudar a desarrollar nuestro negocio y a lograr una **ventaja competitiva**. El segundo aspecto se refiere al análisis de las **vulnerabilidades** de nuestros competidores directos, que servirán para descubrir los nichos donde podemos erosionar su posición dominante. Este análisis de oportunidades debería realizarse de **forma continuada**, ya que los mercados y las tecnologías online evolucionan casi cada día y siempre pueden surgir nuevas oportunidades para comercios en línea.

Sin embargo, en la mayoría de los casos es un tanto complejo identificar una oportunidad para un comercio electrónico, ya que, en la mayoría de los casos, la propia venta online es una oportunidad en sí.

Debilidades:

La principal debilidad de una tienda electrónica, sobre todo comparada con una tienda tradicional, es la falta de tangibilidad en productos. A los clientes

les gusta tocar las cosas, probarlas, probárselas si es preciso... Esto en una ecommerce no se puede hacer. Por lo tanto, buscamos ofrecer el máximo de información posible para evitar sorpresas a nuestros clientes. También es una debilidad los plazos de entrega, sin bien es cierto buscamos posicionarnos como la plataforma clave en entregas rápidas, sin embargo, este tiempo lo consideramos entre 24 y 48h, algunos clientes buscarán que entreguemos el mismo día que realizan el pedido, sin embargo buscamos innovarnos en todo momento para cumplir con el menor tiempo de entrega.

También, se debe tener en cuenta, aunque cada vez menos, la falta de confianza por parte del cliente a ofrecer los datos de su tarjeta de crédito. Por eso buscamos ofrecer la mayor transparencia en cuanto al precio, incluir el IVA siempre en los precios, dejar bien claro el coste de los gastos de envío. No hay nada peor para un cliente de una tienda online que llenar la cesta con productos que sumen una cantidad y, una vez completado el proceso de compra, comprobar que faltaban por sumar el IVA, los costes de gestión, transporte, o incluso coste por embalado (me lo invento). Esto genera una gran frustración, pero también falta de transparencia, desconfianza y la posibilidad de una compra fallida.

Amenazas:

La principal amenaza es que nuestro negocio depende de múltiples proveedores que también buscamos que se encuentren capacitados para proveer el mejor servicio, sin embargo, sabemos que al depender de un tercero no nos encontramos exentos de algún inconveniente a nuestro cliente.

Como por ejemplo: Si nosotros vendemos más, nuestro proveedor va a estar contento y además podrá hacer que su empresa continúe creciendo, en cambio si dentro de la plataforma no logra la cantidad de ventas deseadas, muy probablemente le podemos perder y dejar de tener su producto en línea.

Si tenemos un problema con un producto de un proveedor, el proveedor tendrá el problema con nosotros y el cliente (y viceversa).

El proveedor es el primer eslabón de la cadena de comercio. Malo es que falle cualquier eslabón, pero si nos quedamos sin el comienzo de la cadena, su solución se torna compleja.

En definitiva, que son muchas las razones existentes por lo que es importante tratarlos como una llave maestra de nuestro negocio. De hecho, para aclararlo aún más, pensemos en nuestra empresa de transporte. Es nuestro proveedor de transporte. Si no tenemos una buena relación con estos, le echamos siempre la culpa de nuestros retrasos a la agencia de transporte, intentamos que ellos solucionen nuestros problemas de falta de compromiso con los plazos de entrega. Al final, esta relación generará cada vez más tensiones entre las parte y acabará por romperse. Por lo tanto, debemos cuidar a los proveedores como lo haríamos con un cliente más.

Propuesta de Valor y Ventaja Competitiva

Easy Shop CR ha sido creado con el objetivo de que varios negocios puedan estar presentes en la red de una forma más práctica e inteligente, ya que por este medio se ahorrarán una cantidad importante de dinero de lo que hubiera sido su presencia en un local físico en un mall.

Esta iniciativa permite que cada uno de los usuarios que ingresen a la plataforma puedan encontrar una gran variedad de tiendas y emprendedores, ya sean empresas pequeñas, medianas y grandes, con el fin de que cada cliente al ingresar a la plataforma encuentre lo que busca y así apoye cada uno de los establecimientos que se encuentran en línea.

Easy Shop CR permitirá que cada comercio obtenga un beneficio potencial estando presentes en dicha plataforma que no hubiesen obtenido promocionándose en otra red, ya que esta iniciativa busca mantener una mayor cercanía con los clientes por medio de promociones, regalías, sorteos y actividades de acercamiento a los mismos, haciéndoles sentir seguros en cada una de sus compras en las tiendas afiliadas.

Nuestro principal objetivo es que los empresarios de toda índole comiencen a generar mayores ingresos desde nuestra plataforma sin tener que gastar en grandes cuotas mensualmente por colocar y promocionar sus productos y además permitir que sus colaboradores puedan tener un horario más flexible, trabajando desde sus hogares atendiendo las consultas de cada cliente y ofreciendo el seguimiento que les sea necesario. Esto les permite reinventarse y ahorrar dinero para invertirlo en su mercadería o publicidad.

¿Valor diferenciador proporcionado a los empresarios y clientes?

Los empresarios tendrán la oportunidad de seleccionar si desean que los encargados de transporte de Easy Shop CR realice las entregas de su mercadería en tiempos altamente competitivos rango de 1 a 2 días por tan solo 1,000 por cada venta realizada por la tienda. Además; los empresarios tendrán la oportunidad de crear publicidad en la página sin costo alguno, con el fin de promocionar sus ofertas y artículos nuevos.

Tanto empresarios como clientes tendrán asesores personalizados para su proceso de compra en caso de los clientes y proceso de venta en el caso de nuestros empresarios, los empresarios serán capacitados por profesionales altamente calificados de la Universidad Latina con el fin de obtener éxito en sus ventas y mantener los clientes, buscamos que nuestros socios puedan aumentar sus ventas de una manera significativa como nunca antes se había experimentado, por eso estos profesionales capacitados en el área de Administración de Negocios, Relaciones Públicas, Publicidad e Ingeniería en Sistemas brindará herramientas y recomendaciones del más alto nivel para el éxito de cada emprendedor afectado por la pandemia.

Por otra parte, los clientes también tendrán un correo de bienvenida en el momento que se registren como clientes, con una explicación visual donde podrán ver paso a paso el cómo utilizar la plataforma y aprovechar todos los

beneficios que les ofrecemos. No será necesario que los clientes cancelen alguna suscripción o plan, con solo el hecho de registrarse con su correo electrónico estarán listos para disfrutar de la gran experiencia como lo es, comprar en línea. Por otra parte, les brindaremos a nuestros clientes una tarjeta en línea con la cual podrá acumular puntos y después de sus 10 compras, ganar un vale por \$40 para realizar la compra que desee, esto como regalía de su fidelidad y apoyo a nuestros emprendedores.

Cada cliente podrá gozar de un equipo especializado en excelencia a Servicio al Cliente con el fin de evacuar todas sus dudas en línea, ya sea por chat, llamada, o bien correo electrónico, nuestro principal punto diferenciador será esa capacidad de resolver los problemas a los clientes de manera eficiente y hacer que termine sus compras muy satisfechos con el fin de que cuando piensen en comprar en línea piensen en Easy Shop CR.

Objetivos Empresariales:

Objetivos de Gestión

Generales

Analizar el mercado local y crear una mejor opción a la hora de realizar compras.

Particulares

Crear alianzas con proveedores, tiendas, etc. para así brindar un mejor servicio con una mejor calidad a nuestros clientes.

Específicos

Identificar cuales son los puntos de venta más rentables y con mayor demanda.

Objetivos de Producto.

General

Dar a conocer nuestra plataforma virtual para facilitarle la vida a muchas personas, una plataforma ágil, práctica y de un uso fácil, dando a conocer nuestra plataforma brindar inscripciones o envíos gratuitos la primer semana para lograr su desarrollo.

Específico

Lograr que los clientes se atrevan a utilizar la plataforma para que estén al tanto de lo útil que es para el diario vivir.

Obtener bastantes ganancias para conseguir un buen desarrollo del contenido, locales, productos, etc.

c. Cuadro de variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador
Internas	Son los factores y las cualidades propias de las personas involucradas en el emprendimiento del negocio	Son las ideas que hemos brindado cada uno de los integrantes de la firma, creación y mercadeo de la misma.	Calidad de servicio al cliente Estructura interna de la plataforma.	Ideas de negocio Capacidad emprendedora. Conocimientos técnicos y profesionales. Autoempleo. Acceso a recursos materiales y financieros.
Externas	Son aquellas que se originan en el entorno y que proporcionan un estímulo complementario de las variables internas.	Son aquellas que nos han ayudado a guiarnos para crear la plataforma lo más completa posible	Creación de alianzas con tiendas e instituciones Estudio del mercado.	Localización Coyuntiva económica Ayudas institucionales. Clientes y Proveedores. Competencia

Diseño del Producto

Descripción del proceso de producción

El proceso es el siguiente:

- Decidir qué productos se desean vender en la página web.
- Buscar o contactar a los proveedores que deseen promocionarse en la web.
- Decidir si el artículo de los proveedores está dentro de los términos que se habían decidido anteriormente
- Negociar el costo.
- Coordinar fecha, hora y cantidad de la entrega con los proveedores.
- Recepción y comprobación de la mercancía.
- Almacenamiento físico y digital.
- Mostrar el producto en la página web.
- Cuando se realice una compra en EasyShopCR la misma organización o empresas de encomienda se encargan del envío hasta el sitio deseado del comprador.

Cadenas de suministros almacenamiento

De acuerdo con (Almacenaje: qué es, actividades, lineamientos y tipos, 2018) las cadenas de suministros deben contar con estas características para que el almacenaje sea óptimo.

1. Recepción de productos. Se comprueba y registra el estado de los productos entrantes, así como la cantidad, calidad y otras características, de acuerdo con los requerimientos del cliente.
2. Almacenamiento. Consiste en guardar los productos de tal manera que su acceso sea fácil.
3. Conservación y mantenimiento. Los productos deberán conservarse en perfecto estado durante su almacenaje, aplicando las normas de seguridad, salud y otros requerimientos vigentes.
4. Administración de inventarios. Consiste en llevar un registro de las mercancías para mantener informado al cliente acerca de sus productos y la cantidad que mantiene en el almacén.

Para garantizar una buena gestión de las mercancías, es necesario cumplir con los siguientes lineamientos básicos:

1. Flexibilidad. Deberá adaptarse a la etapa de producción, las circunstancias físicas de los productos y las necesidades del cliente.
2. Coordinación. El almacenaje es una actividad fundamental que debe gestionarse como parte de la logística global de la empresa.
3. Calidad. El servicio y el inventario deberán realizarse al mismo nivel sin descuidar ningún parámetro.
4. Optimización. El manejo y recorrido de los productos deberán ser planeados de tal manera que se reduzcan costos y personal, además de aprovechar el espacio al máximo.
5. Seguridad. Tanto el personal como los productos e instalaciones deben contar con estándares que prevean los riesgos y garanticen su protección, así como sistemas internos de control que, además de garantizar la ubicación dentro del almacén, le permitan al cliente tener el control de su mercancía.

Prácticas de manipulación normalización

Según (Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), s. f.) las Buenas Prácticas de Manufactura son una herramienta básica para la obtención de productos seguros para el consumo humano, que se centralizan en la higiene y la forma de manipulación.

- Son útiles para el diseño y funcionamiento de los establecimientos, y para el desarrollo de procesos y productos relacionados con la alimentación.
- Contribuyen al aseguramiento de una producción de alimentos seguros, saludables e inocuos para el consumo humano.
- Son indispensables para la aplicación del Sistema HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control), de un programa de Gestión de Calidad Total (TQM) o de un Sistema de Calidad como ISO 9001.
- Se asocian con el Control a través de inspecciones del establecimiento.

Con buenas prácticas de manufactura se lograrán obtener ventajas para la organización.

- Ubicación de las Instalaciones.
- Estructura física e Instalaciones.

- Distribución de ambientes y ubicación de equipos.
- Abastecimiento de agua, desagüe y eliminación de desechos.
- Higiene del personal, limpieza y desinfección de las instalaciones.
- Aspectos operativos.
- Materias primas, aditivos alimentarios y envases.
- Almacenamiento.
- Retiro de Producto.
- Transporte.

No solo se podrán obtener beneficios en la organización sino también beneficia los clientes.

- Mejora las condiciones de higiene en los procesos.
- Mantiene una imagen de los productos y de la empresa.
- Estandariza la inocuidad en las operaciones.
- Garantiza una infraestructura apegada a las exigencias legales.
- Posibilidad de acceso a nuevos mercados.
- Apego del personal.

Estructura Organizacional

Esta estructura formal de nuestra empresa, surge para cumplir la necesidad de realizar una division dentro de nuestras actividades, que nos permita alcanzar nuestros objetivos mediante Organigramas, Manuales y la interaccion de los principios de la organización como la división de trabajo, autoridad y responsabilidad, delegación, unidad de mando, Jerarquías, tramos de control y equidad en la carga de trabajo, entre otras.

Ejemplo:



Proceso y estilos de decisión

En el ámbito organizacional, la mayoría de las decisiones significativas se realizan mediante el juicio, más que por un modelo prescriptivo definido.

Dado lo anterior, a continuación se establece una visión de cómo se toman realmente la mayoría de las decisiones en las organizaciones, a través de la caracterización de tres modelos de toma de decisión de acuerdo con los criterios establecidos McLeod (2000): el racional, el de racionalidad limitada y el político. La utilidad de estos modelos reside en que ayudan a identificar la complejidad y variedad de las situaciones para la toma de decisiones en una organización.

En las organizaciones en general y en las empresas en particular suele existir una jerarquía que determina el tipo de acciones que se realizan dentro de ella y, en consecuencia, el tipo de decisiones que se deben tomar, la ciencia administrativa divide a la empresa en 3 niveles jerárquicos:

1. Nivel estratégico: Alta dirección; planificación global de toda la empresa.
2. Nivel Táctico: Planificación de los subsistemas empresariales.
3. Nivel Operativo: Desarrollo de operaciones cotidianas(diarias/rutinarias).

A medida que se baja en esta jerarquía, las tareas que se desempeñan son cada vez más rutinarias, por lo que las decisiones en estos niveles serán más estructuradas (programadas).

Adicionalmente, una organización también estará dividida en varias secciones funcionales, son varias las propuestas de división que se han planteado para una empresa de forma genérica, aunque la más aceptada es la que considera los siguientes departamentos o unidades funcionales:

1. Dirección.
2. Marketing.
3. Producción.
4. Finanzas.
5. Recursos Humanos

Las decisiones también serán diferentes, en función de en qué unidad funcional o departamento tengan lugar.

Naturaleza y distribución de Funciones

Naturaleza de la distribución:

La distribución se encuadra dentro de las variables de la acción comercial de una empresa, es una de las variables que compone lo que se denomina 'Marketing Mix' o Mezcla de Mercadotecnia.

Se debe de indicar que presenta las siguientes características:

- Es una variable estratégica, es decir modificable a largo plazo.
- Repercute decisivamente en el precio de venta final del producto o servicio al consumidor.
- Es una variable que hace difícil el control de los productos o servicio al consumidor.
- Es una variable que hace difícil el control de los productos por la empresa que los fabrica, los intermediarios que forman los canales de distribución se rigen por costumbres que difícilmente el productor puede cambiar.

Normas y controles

EasyShopCR, trabaja reescribiendo normas y controles, por lo cual, se rige con las siguientes normas ISO:

ISO 27001: Planeamos y desarrollamos el plan estratégico, táctico y operacional de la organización, teniendo en cuenta los dominios de la norma ISO 27001: seguridad organizativa, lógica, física y legal; para la adecuada gestión de la seguridad de la información.

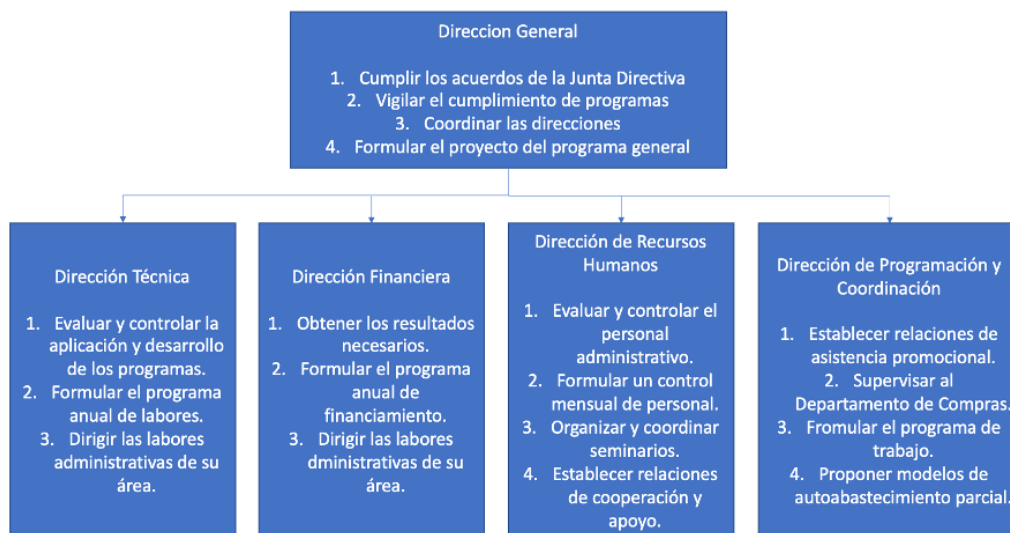
ISO 20000: Apoyamos a las organizaciones interesadas en implementar la norma internacional de gestión de servicios de TI.

Gobierno Digital: Apoyamos a las entidades públicas a garantizar el cumplimiento de normativas y el uso eficiente de las TIC para contribuir de esta

manera con la información digital, disponible y segura. Nuestro modelo se basa en la fusión de los pilares: estrategia, Entidad y TI.

Organigrama

Para crear nuestros Organigramas en EasyShop tomamos en cuenta que son las representaciones graficas, estas son Lineofuncionales, debido a que la division de trabajo, las lineas de autoridad y comunicación se representan de esta forma grafica. Para la realización de un organigrama existen significado y reglas en los gráficos, se mencionan algunas, en el caso del staff estas se deben resaltar con unas líneas punteada, líneas como de autoridad deben salir de la parte inferior del rectángulo, deben encerrarse en un rectángulo el titulo del cargo, de deben incluir los nombres de quien esta a cargo del puesto. (Getiopolis. 2019).



Gestión de Personas

Política específica: Reclutamiento, selección y contratación

Atracción de personal calificado e idóneo, según las necesidades organizacionales que se tengan programadas; procurando que el mismo se caracterice por el trabajo con compromiso, calidad, calidez y actitud de servicio y se oriente a un alto rendimiento y productividad individual y colectiva.

Objetivo estratégico:

Establecer los lineamientos en materia de reclutamiento y selección del personal, ya sea de primer ingreso o de quienes estén en proceso de ascenso interno, los cuales permitan contar con personal calificado y que, a su vez, sirvan de guía general sobre los principios y valores fundamentales que se demanda al personal institucional.

Acciones estratégicas:

- Fomentar y fortalecer los procesos usados a nivel organizacional en el reclutamiento de personal, con especial énfasis en actividades sustentadas en la plataforma tecnológica que provee el Portal de Recursos Humanos.
- Integrar de forma sistemática y coherente la normativa sobre reclutamiento y selección, con el objetivo de actualizar los lineamientos en esta materia y regular aspectos que así lo requieran y que en la actualidad no cuentan con normas
- Intensificar la asesoría, capacitación y supervisión de las Oficinas de Recursos Humanos en cuanto a los procesos de reclutamiento y selección, a fin de alinear los procedimientos y acciones a un estándar organizacional, mejorar la oportunidad y capacidad de respuesta ante las necesidades de personal de las diferentes áreas y procurar la idoneidad del personal contratado.

Política de retención

Promoción de la estabilidad laboral de trabajadores de Easy Shop CR mediante la implementación de un proceso de concursos eficiente, eficaz y oportuno, que favorezca en todo momento, la libre participación e igualdad de oportunidades, considerando como eje transversal de su funcionamiento, la escogencia de personal idóneo y calificado para el desempeño de los puestos vacantes.

Objetivo estratégico:

Garantizar la estabilidad laboral de los trabajadores de la organización, a través de mecanismos que permitan agilizar los ascensos, bajo criterios que procuren la idoneidad del trabajador y la reducción de puestos temporales dentro de la compañía.

Acciones estratégicas:

- Fortalecer la asesoría y supervisión de los departamentos en materia de concursos para nombramiento de futuros puestos, procurando procedimientos y acciones apegadas a un estándar organizacional, que asegure la idoneidad del personal contratado.
- Ejecutar a nivel nacional, auditorías de calidad, dirigidas a verificar el grado de cumplimiento de la normativa y procedimiento del sistema de concursos, así como, su impacto en la reducción de nombramientos temporales prolongados y la pertinencia del sistema de puntaje adoptado.

Política Salarial

Los lineamientos y acciones que se adopten en materia salarial, deberán en todo momento, mantener coherencia con el entorno económico y financiero de los bienes administrados, a fin de salvaguardar la sostenibilidad financiera de éstos y el equilibrio en la distribución de los recursos.

Objetivo Estratégico:

Mantener el nivel real de retribución salarial del personal con base en los principios de equilibrio interno y competitividad externa, procurando preservar el bienestar y poder adquisitivo de los trabajadores, de conformidad con las posibilidades económicas y financieras de la organización.

Acciones Estratégicas:

- Elaborar estudios técnicos de ajustes salariales, considerando entre otros elementos los aumentos decretados semestralmente a los empleados, con el fin de tener el equilibrio interno entre los distintos grupos ocupacionales y clases de puestos; las condiciones de mercado que incidan sobre la competitividad salarial de la institución y otros factores técnicamente sustentados. Dichos estudios servirán de insumos para la toma de decisiones por parte del Consejo Financiero y de Control Presupuestario y la Junta Directiva.
- Realizar en situaciones excepcionales y debidamente justificadas, análisis y propuestas técnicas

de beneficios, incentivos y ajustes en los salarios bases de los puestos, los cuales responden a situaciones tales como, factores de redondeo del índice salarial o variaciones en función de reestablecer relaciones de equilibrio previamente existentes entre distintas clases de puestos o mejorar su competitividad externa, en relación con puestos homólogos en el mercado laboral.

Política de Evaluación de desempeño

La evaluación del desempeño como herramienta de mejora continua.

Objetivo Estratégico

Promover la excelencia en el desempeño de los colaboradores de Easy Shop CR a través del desarrollo de prácticas de evaluación, que permitan identificar áreas de mejora asociadas al logro de objetivos individuales y grupales; con el fin último de impactar la calidad de la prestación de los servicios organizacionales.

Acciones estratégicas

- Fortalecer el posicionamiento del proceso de evaluación del desempeño dentro de la cultura organizacional, a través del uso de la tecnología y de mecanismos e incentivos asociados a su realización.
- Actualizar y consolidar el marco normativo institucional en materia de evaluación del desempeño, a fin de generar lineamientos articulados que faciliten su aplicación.
- Proponer un modelo integrado de evaluación del desempeño, que, entre otros factores, incorpore la orientación a resultados, y sea acorde a las iniciativas institucionales de mejora continua y promoción del trabajo en equipo.

La disciplina, la separación laboral y marco jurídico

De conformidad con lo expuesto y dada la ubicación de la Easy Shop CR como uno de los mayores empleadores del sector privado, así como la cantidad y diversidad de departamentos que la componen, se perciben retos importantes en materia de direccionamiento y coordinación de las acciones relativas a la gestión del talento humano.

En este contexto, la presente política materializa esfuerzos integradores de aspectos estratégicos asociados con el empleo, salarios y gestión de personal, y se proyecta como una guía para la operacionalización de los lineamientos propuestos a través de la identificación de metas específicas que formarán parte de los planes de acción de los departamentos involucrados.

La aplicación adecuada de esta política, depende de diversos factores que podrían favorecer una gestión exitosa de recursos humanos, entre los cuales se han identificado los siguientes:

- Proceso amplio de divulgación y socialización de la presente política de recursos humanos a fin lograr una interiorización de la misma por parte de los distintos departamentos que componen la Red de Gestión de Recursos Humanos.
- Mantener una comunicación permanente y efectiva entre todos los niveles central a fin de facilitar la transmisión de conocimientos sobre la normativa y los procesos de gestión de recursos humanos.
- Contar con herramientas tecnológicas que apoyen la realización y estandarización de los procesos en esta materia y permitan generar estadísticas e insumos básicos para fundamentar estudios, establecer controles y realizar proyecciones, de utilidad para la toma de decisiones.
- Disponer de lineamientos actualizados en los diferentes ámbitos de la gestión de recursos humanos, que permitan el fortalecimiento de la dirección, faciliten y orienten las labores desarrolladas por las oficinas de recursos humanos ubicada en Costa Rica.
- Empoderamiento del área de recursos humanos a fin de fortalecer el trabajo en equipo, la ejecución de los procesos de recursos humanos, de manera que contribuyan en la consecución de los objetivos y garanticen una gestión con calidad y oportunidad, así como la eficiencia de la gestión.

Marco Teórico: Visión Institucional

Este conjunto de políticas y lineamientos estratégicos al 2025, brindan orientación específica sobre las cinco áreas prioritarias en que se deben centrar los esfuerzos organizacionales, a saber: usuarios, recursos humanos, financiera, desarrollo tecnológico y perspectiva organizacional.

De acuerdo con esta visión, la situación del recurso humano al 2025 deberá caracterizarse por lo siguiente:

Los trabajadores de la Easy Shop CR están bien informados y altamente capacitados para brindar servicios de calidad; son personas dinámicas, creativas y dispuestas a trabajar en equipos multidisciplinarios, comprometidas con la mejora

continua y la excelencia de los procesos en que participan y que atienden a los usuarios de los servicios con cortesía, calidez y diligencia y profesionalismo.

Además de un salario justo y competitivo, de acuerdo con su formación, destrezas, responsabilidades y experiencia, valoran el acceso a nuevas formas de incentivos no monetarios. Igualmente, tienen gran interés en mantener un balance entre su vida laboral, personal y familiar, y aspiran a que la organización se preocupe y colabore con ello. (Bizneo, Recursos Humanos 2019)

Otros aspectos relativos al recurso humano de EasyShopCR, considerados en la imagen institucional objetivo al 2025, son los siguientes:

- El personal de EasyShopCR se conoce y se identifica plenamente con su misión, visión, principios y valores institucionales.
- El clima laboral es altamente satisfactorio y existen mecanismos efectivos para prevenir y resolver los conflictos que se presenten.
- El personal labora para una organización que promueve la transparencia y la rendición de cuentas en todos los ámbitos de la gestión; y en la cual el desempeño laboral y las relaciones con los usuarios y compañeros de trabajo, están basados en la solidaridad, la honestidad y la ética profesional.
- La organización cuenta con sistemas eficaces para evaluar, reconocer públicamente e incentivar el buen desempeño laboral.
- La Institución es altamente efectiva en materia de planificación, selección, contratación, inducción y capacitación del personal requerido para desarrollar sus operaciones.
- Todos los profesionales y técnicos provienen de carreras debidamente acreditadas.
- Existe una brecha reducida entre la formación recibida por el personal contratado y los requerimientos contemplados en los respectivos perfiles laborales.

Fuente: <https://www.emprendepyme.net/politicas-de-recursos-humanos.html>
<https://www.bizneo.com/blog/politicas-de-recursos-humanos/>

Fuentes de financiamiento: tipos y características

Las fuentes de financiamiento del proyecto pueden ser capital, deuda, obligaciones, ganancias retenidas, préstamos a plazo, préstamos de capital de trabajo, carta de crédito, emisión en colones o fondos de riesgo, entre otras. Estas fuentes de fondos se utilizan en diferentes situaciones y se clasifican según la propiedad, el control, el plazo de tiempo asociado al financiamiento o su fuente de generación.

Antes de optar por una u otra fuente de financiamiento del proyecto es importante evaluar cada fuente de capital. Elegir la fuente correcta y la combinación correcta de finanzas es un desafío clave para todos los gerentes de finanzas, puesto que implica un análisis en profundidad de todas y cada una de las fuentes de fondos.

Tipos de opciones de financiamiento

Todas las fuentes de capital tienen diferentes características para adaptarse a diferentes tipos de requisitos. Entre ellos, podemos destacar dos:

1. Según la propiedad y el control. Teniendo en cuenta este criterio, las fuentes de financiamiento del proyecto pueden diferenciarse en dos grupos:
 1. Capital propio.
 2. Capital prestado.
2. En función del origen de la fuente. En este caso, existen dos opciones:
 1. Fuentes internas de financiamiento.
 2. Fuentes externas de generación de capital.

Cómo elegir las fuentes de financiamiento

Para analizar y comparar las fuentes, es necesario comprender todas las características de las posibles fuentes de financiamiento. Existen muchas características en base a las cuales se clasifican las fuentes de financiamiento, aunque la base temporal que define las condiciones de la financiación es una de las más importantes a tener en cuenta. En función de este criterio, distinguimos entre tres alternativas:

1. Fuentes de financiamiento a largo plazo. Esto significa que se imponen requisitos de capital por un período de más de 5 años a 10, 15, 20 años o quizás más, dependiendo de otros factores. Los gastos de capital en activos fijos como plantas y maquinaria, terrenos y edificios, etc. de una empresa se financian utilizando fuentes de financiamiento a largo plazo.

Parte del capital de trabajo que permanece permanentemente en el negocio también se financia con fuentes de fondos a largo plazo. Las fuentes de financiamiento a largo plazo pueden ser acciones, acciones preferentes o bonos y obligaciones.

2. Fuentes de financiamiento del proyecto de medio plazo. En este caso, el financiamiento del proyecto se extendería a un período de entre 3 y 5 años. Es una opción a la que se recurre cuando el capital a largo plazo no está disponible por el momento o cuando se realizan gastos de ingresos diferidos que deben amortizarse en este tiempo. Los préstamos bancarios son un ejemplo de esta forma de financiación.
3. Fuentes de financiamiento del proyecto de corto plazo. La necesidad de financiamiento a corto plazo surge para financiar los activos actuales de una empresa, como el inventario de materia prima y productos terminados, deudores, efectivo mínimo y saldo bancario. El financiamiento a corto plazo también se denomina financiamiento de capital de trabajo y puede proceder de créditos o adelantos del pago de algunos clientes, entre otros.

Fuente: <https://capitalismoconsciente.es/blog/fuentes-de-financiamiento-tipos-y-caracteristicas/>

Naturaleza del Presupuesto.

En la actualidad los presupuestos constituyen una herramienta indispensable para la administración de las empresas, las decisiones de tipo gerencial no se toman únicamente sobre una base de resultados históricos, al contrario se debe realizar sobre proyecciones efectivas que nos permita anticiparnos a corregir hechos negativos que perjudique la economía de una empresa

El ejercicio de la actividad presupuestaria esta integrada en el proceso información-decisión-acción, y se desarrolla a través de las fases de previsión, presupuesto y control.

Los costos estándares son los costos por unidad que se espera lograr en determinado proceso de producción, mientras que los costos presupuestados son los costos totales que se espera incurrir. Un costo estándar por unidad puede ser similar a un ladrillo en tanto que un presupuesto representa toda una casa.

“Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que se expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un período determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia”.

En otras palabras, el presupuesto es una expresión cuantitativa de los objetivos gerenciales y un medio para controlar el progreso hacia el logro de tales objetivos. Para que sea efectivo debe estar bien coordinado con la gerencia y los

sistemas de contabilidad. Otro requisito importante de un buen presupuesto es un sistema de costos estándares.

Los presupuestos pueden cubrir diferentes periodos, dependiendo del tipo de presupuesto. Por ejemplo, los presupuestos operativos cubren normalmente el periodo de un año o menos (corto plazo). Los presupuestos para cambios de planta o productos pueden cubrir un periodo de 2 a 10 años (largo plazo).

Los principales objetivos de un presupuesto son:

- Ser una guía de acción
- Permite comparar lo real con lo planificado
- Evaluar la actuación de la compañía
- Optimizar el empleo económico de los recursos
- Trabajar en forma anticipada y previniendo los hechos.

Presupuesto Maestro

Es un Presupuesto que proporciona un plan global para un ejercicio económico próximo. Generalmente se fija a un año, debiendo incluir el objetivo de utilidad y el programa coordinado para lograrlo. Consiste además en pronosticar sobre un futuro incierto porque cuando más exacto sea el presupuesto o pronóstico, mejor se presentará el proceso de planeación, fijado por la alta dirección de la Empresa.

2.1 Beneficios:

- a. Define objetivos básicos de la empresa.
- b. Determina la autoridad y responsabilidad para cada una de las áreas de la empresa.
- c. Es oportuno para la coordinación de las actividades de cada unidad de la empresa.
- d. Facilita el control de las actividades.
- e. Permite realizar un auto análisis de cada periodo.
- f. Los recursos de la empresa deben manejarse con efectividad y eficiencia.
- g. Facilita el control administrativo.

2.2 Limitaciones:

- a. El Presupuesto solo es un estimado no pudiendo establecer con exactitud lo que sucederá en el futuro.
- b. El presupuesto no debe sustituir a la administración si no todo lo contrario es una herramienta dinámica que debe adaptarse a los cambios de la empresa.
- c. Su éxito depende del esfuerzo que se aplique a cada hecho o actividad.
- d. Es poner demasiado énfasis a los datos provenientes del presupuesto. Esto puede ocasionar que la administración trate de ajustarlo o forzarlos a hechos falsos.

La preparación paso a paso de los diversos segmentos del presupuesto maestro exige consideraciones cuidadosas por parte de la gerencia, con muchas decisiones claves relacionadas con la fijación de precios, líneas de producto, programación de la producción, gastos de capital, investigación y desarrollo, y otros aspectos. El borrador inicial de un presupuesto y su revisión crítica originan siempre muchos interrogantes y decisiones gerenciales que conducen a borradores adicionales antes de la aprobación del presupuesto final.

Presupuesto de Producción

El presupuesto de producción determina el número de unidades a fabricarse por cada producto, para satisfacer las ventas planeadas a través de niveles de inventarios apropiados y a los costos que permitan obtener beneficios esperados. Debe existir un equilibrio entre ventas, inventarios y producción para que el presupuesto cumpla con el objetivo de proveer los bienes o servicios en condiciones óptimas de cantidades y costos.

El responsable de producción es el director o Gerente de planta, quien debe conocer y manejar:

- Capacidad de la fábrica
- Capacidad del personal
- Disponibilidad de materiales
- Limitaciones técnicas
- Limitaciones de inversión
- Costos de elementos productivos.

Este apartado implica elaborar:

- *Presupuesto de materia prima:* (Compra y Consumo de Materiales tanto en unidades físicas y como monetarias). El presupuesto de compras de materia prima es uno de los primeros presupuestos de costos que debe prepararse, ya que las cantidades por compras y los planes de entrega deben establecerse rápidamente, para que los materiales estén disponibles cuando se necesiten. Por lo general se dispone de una hoja de especificaciones o formulación para cada producto que muestre el tipo y la cantidad de cada material directo por unidad de producción.
- *Presupuesto de mano de obra:* El presupuesto de mano de obra debe estar en armonía con la planificación realizada para la producción de unidades a fabricarse, razón por la cual es necesario que este presupuesto se realice especificando horas y costo de mano de obra por tiempo y por producto.
- *Presupuesto de costos Indirectos de Fabricación:* Para la elaboración del presupuesto de costos indirectos de fabricación es necesario determinar la tasa

de aplicación de costos indirectos en función de las diferentes bases de aplicación (horas mano de obra directa, horas máquina, costo materia prima, costo mano de obra, unidades a producir); y su cálculo puede definirse en lo siguiente:

Con la información anterior se puede ya definir el *Costo de Artículos vendidos*.

Presupuesto de Gastos Administrativos

El presupuesto administrativo incluye la función de la alta gerencia, así como ciertas actividades de servicio tales como financieras, legales y de contabilidad. Las funciones que incluyen en el presupuesto administrativo varían según el tamaño de las compañías y sus estructuras de organización. Una gran porción de los costos administrativos tiende a ser fijos. Se debe considerar todos los gastos que con carácter principal o accesorio realicen los estos departamentos. Son imputables gastos tales como sueldos, material de oficina, así como los gastos generales comunes como energía eléctrica, teléfono, etc.

Información necesaria:

Gastos fijos

Formula:

Presupuesto de Gasto de Administración = Suma de los gastos fijos

Presupuesto de Gastos de Comercialización o Ventas

Este presupuesto englobará todos los gastos que por promoción, administración comercial, venta directa o costos de la sección de expediciones se produzcan en la distribución de los productos. Será imprescindible realizar una separación de los gastos por naturalezas y con carácter departamental.

- *Promoción*: publicidad y material de promoción.
- *Red de ventas*: sueldos y comisiones de la red de venta, y demás gastos varios que los vendedores produzcan.
- *Administración comercial*: sueldos, gastos de oficina, suscripciones, etc., es decir todos los gastos comerciales de carácter administrativo y de apoyo a la venta directa.
- *Expediciones*: sueldos, transporte sobre ventas, embalajes y demás material auxiliar

Presupuestos de Caja:

Se podría definir el presupuesto de efectivo como un pronóstico de entradas y salidas de efectivo que diagnostica los faltantes o sobrantes futuros y, en

consecuencia, obliga a planear la inversión de los sobrantes y la recuperación-obtención de los faltantes. Para una empresa es vital tener información oportuna acerca del comportamiento de sus flujos de efectivo ya que le permite una administración óptima de su liquidez y evitar problemas serios por falta de ella, que pueden ocasionar hasta la quiebra y la intervención por parte de los acreedores sobre todo en una época en la cual el recurso más escaso y caro es el efectivo. Es más fácil que una empresa quiebre por falta de liquidez que por falta de rentabilidad, lo que demuestra la importancia de una buena administración de la liquidez, es necesario, por ende, conocer el comportamiento de los flujos de efectivo, lo que se lo hace por medio del presupuesto de efectivo.

2.4 Diferentes Tipos de Presupuesto Maestro.

Sistema Convencional de Presupuesto Maestro.

Es esencialmente un sistema de presupuesto incremental. Se basa en gran parte en el presupuesto maestro del período anterior. Los resultados que se lograron en el periodo anterior más las expectativas del periodo próximo determinan si se incrementará o disminuirá cada ítem o rubro del presupuesto maestro.

Presupuesto Base Cero.

En este sistema el gerente de un centro de responsabilidad debe justificar cada actividad planeada y su costo total estimado como si fuera la primera vez que va a realizarse. El PBC comienza con una enumeración de las diferentes actividades o programas denominados paquetes de decisión de un centro de responsabilidad. A cada paquete de decisión se le asigna una clasificación con base en la importancia, de acuerdo a las metas y objetivos de la organización. Toda solicitud de un centro de responsabilidad se somete a un comité de presupuesto para su análisis, revisiones o eliminaciones y su posterior aprobación.

Planeación del Programa de Presupuesto y Sistema Presupuestario (PPSP)

Se centra en el resultado (programas o actividades) de la organización. Bajo este programa se asignan los recursos a los programas que prometen el mayor rendimiento.

Fuente: <https://www.gestion.org/que-es-un-presupuesto>

Descripción y responsables del sistema contable.

Concepto De Contabilidad

La contabilidad, es una herramienta empresarial que permite el registro y control sistemático de todas las operaciones que se realizan en la empresa, por ende no

existe una definición concreta de la contabilidad aunque todas estas definiciones tienen algo en común. A continuación se presentan varias acepciones de la contabilidad que han sido definidas por diferentes autores y cuerpos colegiados de la profesión contable: "La contabilidad es el arte de registrar, clasificar y resumir en forma significativa y en

términos de dinero, las operaciones y los hechos que son cuando menos de carácter financiero, así como el de interpretar sus resultados" (Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados)
"La contabilidad es el sistema que mide las actividades del negocio, procesa esa información convirtiéndola en informes y comunica estos hallazgos a los encargados de tomar las decisiones" (Horngren & Harrison. 1991)
"La contabilidad es el arte de interpretar, medir y describir la actividad económica" (Meigs, Robert., 1992)
"La contabilidad es el lenguaje que utilizan los empresarios para poder medir y presentar los resultados obtenidos en el ejercicio económico, la situación financiera de las empresas, los cambios en la posición financiera y/o en el flujo de efectivo" (Catacora, Fernando, 1998)
"La contabilidad tiene diversas funciones, pero su principal objetivo es suministrar, cuando sea requerida o en fechas determinadas, información razonada, en base a registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente público o privado" (Redondo, A., 2001)
La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados, para que los gerentes a través de ella puedan orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables; permitiendo así conocer la estabilidad, la solvencia de la compañía y la capacidad financiera de la empresa.

Estructura de un sistema contable

Un sistema de información contable sigue un modelo básico y un sistema de información bien diseñado, ofreciendo así control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio. El sistema contable de cualquier empresa independientemente del sistema contable que utilicé, se deben ejecutar tres pasos básicos utilizando relacionada con las actividades financieras; los datos se deben registrar, clasificar y resumir, sin embargo el proceso contable involucra la comunicación a quienes estén interesados y la interpretación de la información contable para ayudar en la toma de decisiones comerciales.

1. Registro de la actividad financiera: en un sistema contable se debe llevar un registro sistemático de la actividad comercial diaria en términos económicos. En una empresa se llevan a cabo todo tipo de transacciones que se pueden expresar en términos monetarios y que se deben registrar en los libros de contabilidad. Una transacción se refiere a una acción terminada mas que a una posible acción

a futuro. Ciertamente, no todos los eventos comerciales se pueden medir y describir objetivamente en términos monetarios.

2. *Clasificación de la información:* un registro completo de todas las actividades comerciales implica comúnmente un gran volumen de datos, demasiado grande y diverso para que pueda ser útil para las personas encargadas de tomar decisiones. Por tanto, la información debe clasificarse en grupos o categorías. Se deben agrupar aquellas transacciones a través de las cuales se recibe o paga dinero.

3. *Resumen de la información:* para que la información contable utilizada por quienes toman decisiones, esta debe ser resumida. Por ejemplo, una relación completa de las transacciones de venta de una empresa como Mars sería demasiado larga para que cualquier persona se dedicara a leerla. Los empleados responsables de comprar mercancías necesitan la información de las ventas resumidas por producto. Los gerentes de almacén necesitarán la información de ventas resumida por departamento, mientras que la alta gerencia de Mars necesitará la información de ventas resumida por almacén.

Estos tres pasos que se han descrito: registro, clasificación y resumen constituyen los medios que se utilizan para crear la información contable. Sin embargo, el proceso contable incluye algo más que la creación de información, también involucra la comunicación de esta información a quienes estén interesados y la interpretación de la información contable para ayudar en la toma de decisiones comerciales. Un sistema contable debe proporcionar información a los gerentes y también a varios usuarios externos que tienen interés en las actividades financieras de la empresa.

Utilización De La Información Contable

La contabilidad va más allá del proceso de creación de registros e informes. El objetivo final de la contabilidad es la utilización de esta información, su análisis e interpretación. Los contadores se preocupan de comprender el significado de las cantidades que obtienen. Buscan la relación que existe entre los eventos comerciales y los resultados financieros; estudian el efecto de diferentes alternativas, por ejemplo la compra o el arriendo de un nuevo edificio; y buscan las tendencias significativas que sugieren lo que puede ocurrir en el futuro. Si los gerentes, inversionistas, acreedores o empleados gubernamentales van a darle un uso eficaz a la información contable, también deben tener un conocimiento acerca de cómo obtuvieron esas cifras y lo que ellas significan. Una parte importante de esta comprensión es el reconocimiento claro de las limitaciones de los informes de contabilidad. Un gerente comercial u otra persona que esté en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta qué punto la información contable se basa en estimativos más que en mediciones precisas y exactas.

Características de un sistema de información contable efectivo.

Un sistema de información bien diseñado ofrece control, compatibilidad, flexibilidad y una relación aceptable de costo / beneficio.
Control : un buen sistema de contabilidad le da a la administración control sobre las operaciones de la empresa. Los controles internos son los métodos y procedimientos que usa un negocio para autorizar las operaciones, proteger sus activos y asegurar la exactitud de sus registros contables.
Compatibilidad: un sistema de información cumple con la pauta de compatibilidad cuando

opera sin problemas con la estructura, el personal, y las características especiales de un negocio en particular.

Objetivos de la información contable.

La información contable debe servir fundamentalmente para:
Conocer y demostrar los recursos controlados por un ente económico, las obligaciones que tenga de transferir recursos a otros entes, los cambios que hubieren experimentado tales recursos y el resultado obtenido en el periodo.

Predecir flujos de efectivo.
Apoyar a los administradores en la planeación, organización y dirección de los negocios.

Tomar decisiones en materia de inversiones y crédito.
Evaluar la gestión de los administradores del ente económico.
Ejercer control sobre las operaciones del ente económico.
Fundamentar la determinación de cargas tributarias, precios y tarifas.
Ayudar a la conformación de la información estadística nacional.
Contribuir a la evaluación del beneficio o impacto social que la actividad económica representa para la comunidad.

Cualidades De La Información Contable

Para poder satisfacer adecuadamente sus objetivos, la información contable debe ser comprensible, útil y en ciertos casos se requiere que además la información sea comparable.

La información es comprensible cuando es clara y fácil de comprender.
La información es útil cuando es pertinente y confiable.
La información es pertinente cuando posee el valor de realimentación, valor de predicción y es oportuna.
La información es confiable cuando es neutral, verificable y en la medida en la cual represente fielmente los hechos económicos.

Importancia de la contabilidad en función de los usuarios de la información.
La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras.

Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal. La gente que participa en el mundo de los negocios: propietarios, gerentes, banqueros, corredores de bolsa, inversionistas utilizan los términos y los conceptos contables para describir los recursos y las actividades de todo negocio, sea grande o pequeño. Aunque la

contabilidad ha logrado su progreso más notable en el campo de los negocios, la función contable es vital en todas las unidades de nuestra sociedad. Una persona debe explicar sus ingresos y presentar una declaración de renta. A menudo, una persona debe proporcionar información contable personal para poder comprar un automóvil o una casa, recibir una beca, obtener una tarjeta de crédito o conseguir un préstamo bancario. Las grandes compañías por acciones son responsables ante sus accionistas, ante las agencias gubernamentales y ante el público. El gobierno, los estados, las ciudades y los centros educativos, deben utilizar la contabilidad como base para controlar sus recursos y medir sus logros. La contabilidad es igualmente esencial para la operación exitosa de un negocio, una universidad, una comunidad, un programa social o una ciudad. Todos los ciudadanos necesitan cierto conocimiento de contabilidad si desean actuar en forma inteligente y aceptar retos que les impone la sociedad.

Las personas que reciben los informes contables se denominan usuarios de la información contable. Un gerente comercial u otra persona que este en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta que punto la información contable se basa en estimativos mas que en mediciones precisas y exactas.

Requerimientos de información y su entorno

Uno de los aspectos que es preciso considerar cuando se estudia la empresa mediante el enfoque de sistemas, es el ambiente, el medio en que ella esta inserta y al cual pertenece con un sentido de dependencia. Esta dependencia y subordinación de la empresa a su entorno, le plantea determinadas exigencias a las cuales debe ceñirse y/o dar respuestas.

La finalidad de toda empresa puede plantearse en tres planos diferentes:

1. Producir bienes y /o servicios en forma eficiente de manera de satisfacer mejor las necesidades de la población.
2. Lograr resultados positivos en el desarrollo de sus actividades.
3. Permitir la realización del hombre en su trabajo y contribuir a su desarrollo integral, por una parte, y por otra cumplir con las obligaciones sociales y publicas a las que se encuentra obligada por el hecho de ser miembro de una comunidad.

Lo anterior, es sin considerar el fin ultimo de la empresa que es lograr la supervivencia y desarrollo para alcanzar sus objetivos.

El entorno necesita información de los tres aspectos. Esta información se materializa en estados a informes que provienen del sistema de información de la empresa.

Los centros que requieren información se identifican como organismos e instituciones de carácter sectorial y nacional, tales como ministerios, superintendencia de: Sociedades Anónimas, Bancos e Instituciones Financieras, Odeplan y el Banco Central. La información que necesita el entorno, tradicionalmente en su mayor parte, se satisface mediante los estados financieros que proporciona el subsistema de información contable. Dicha información se caracteriza por ser agregada.

En cambio, los requerimientos de información interna son relativamente mayores y mas complejos, debido a que la información es la base en que se sustenta la permanente toma de decisiones que se produce en todos los niveles y en todas las áreas de la empresa. Si consideramos además, que las funciones principales el proceso administrativo (identificadas como investigación y diagnostico, planificación y control) determinan necesidades de información diferenciada con características diametralmente opuestas, resultan evidentes las dificultades que enfrenta el sistema de información para "producir" lo que de él se espera. Así, por ejemplo, en la investigación y diagnostico interesa la información de hechos pasados y presentes y es, por lo tanto, objetiva y posible de verificar. En cambio, la planificación requiere de información proyectada que muestre consecuencias de diversas alternativas; esta información es subjetiva, aun cuando se basa en hechos conocidos y tienda a no ser verificable.

El control, por su parte, necesita de estándares que le permitan medir y evaluar, en consecuencia, la información debe permitir vigilar los resultados oportunamente con el objeto de efectuar correcciones. Para ello debe ser fácilmente accesible y lo mas cercanamente posible al lugar donde se realizan los hechos.

En muchas oportunidades el verdadero problema no es encuentra en no disponer de la información necesaria, sino que esta dado por la situación contraria, es decir, tener demasiada información. Esta situación proviene principalmente de las siguientes causas:

1. No existe un estudio tendiente a determinar las reales necesidades de información.
2. No se revisan en forma periódica las necesidades de información para:
 - * Detectar aquella que ya no sea útil y eliminarla del sistema.
 - * Recoger los nuevos requerimientos y agregarlos al sistema.

3. Cuando se realiza lo señalado en a y en b, generalmente resulta un trabajo largo y arduo determinar las necesidades de los usuarios, dado que estos no tienen claridad suficiente respecto de sus funciones y de sus atribuciones

Limitaciones De La Información Contable

Primero que nada las limitaciones de la información contable van a depender del tipo de información que se esta utilizando, ya que la información depende del giro que tenga la empresa. Por esto vamos a nombrar algunas de las limitaciones que tienen estos sistemas, ya que abarcarlos todos seria muy difícil. Nos centraremos principalmente en la información que afecta al control, relación con los costos de la empresa y con la toma de decisión de la empresa.

Costos Unitarios

Es importante conocer los costos unitarios del producto si es que se desea hacer un coste del inventario, o medir las utilidades. Estos datos son útiles para el control de los costos y la toma de decisiones. Esta información puede conducir a que se tomen medidas en cuanto a los precios, esto es útil cuando la empresa fija los precios de sus productos.

Las limitaciones que tiene esta información en lo que se refiere al control de los costos y la toma de decisiones son las siguientes:

1.- *Los costos unitarios del producto* son costos promedios, generalmente en la toma de decisiones se toman en cuenta los costos incrementales y no los promedio. Muchas empresas con el fin de ofrecer esta información ocupa los costos variables ya que pueden considerarse incrementales.

2.- *Los costos unitarios totales* incluyen los costos directos e indirectos. Desde el punto de vista del control y la toma de decisiones los costos asignados no son pertinentes.

3.- *Los costos indirectos de fabricación* incluidos en los costos unitarios generalmente son una aplicación de tasas predeterminadas a los costos indirectos.

Costos Estándares

Los costos estándares son costos científicamente predeterminados que sirven de base para medir la actuación real. Los costos estándares contables no necesitan incorporarse al sistema de contabilidad. Los estándares de costos de fabricación generalmente están integrados de manera formal dentro de las cuentas de costos. Cuando ocurre esto los sistemas se conocen como sistemas de contabilidad de costos estándar. En si estos costos son lo contrarios a los costos reales; los costos estándar se determinan con anticipación a la producción.

Las limitaciones de estos costos serian:

- 1.- En la practica es muy dificil adaptarse a una estructura conceptual especifica.
- 2.- La rigidez o flexibilidad de los estándares no puede calcularse con precisión.
- 3.- No se tiene la certeza de que las normas se han establecidos en toda la empresa con la misma rigidez o flexibilidad. (Irma Yurley Ascencio, 2010)

Responsables del sistema contable

La labor diaria del contable se traduce en la llevanza de los libros diario y mayor para reflejar todos los hechos económicos de la Sociedad que luego tendrán como resultado la elaboración de las Cuentas Anuales y su depósito en el Registro Mercantil. Son estas, precisamente, las que deben cumplir los requisitos legales que exige la diversa normativa mercantil. Nos preguntamos quien es el responsable de que el contenido de las cuentas anuales depositadas en el Registro se ajusta a la realidad y en caso contrario, contra quien se pueden dirigir los perjudicados.

Por partir del caso más complejo vamos a suponer que estamos ante la contabilidad de una sociedad que debes ser auditada. En este caso, la duda se plantea sobre varios posibles responsables: el contable, el jefe de administración o director financiero, el administrador o administradores, la junta de accionistas y el auditor. Para tratar de despejar esta incertidumbre nos vamos a la Ley de Sociedades de Capital a ver que establece. Sin ánimo de querer despistarnos con su articulado resumimos el procedimiento que en ella se establece.

Los administradores de la sociedad están obligados a formular, en el plazo máximo de tres meses contados a partir del cierre del ejercicio social, las cuentas anuales. Estas cuentas deberán ser firmadas por todos los administradores y si faltara la firma de alguno de ellos se señalará en cada uno de los documentos en que falte indicando la causa

En aquellas sociedades en las que lo exija la ley de auditoría de cuentas, las cuentas anuales deberán ser revisadas por **el auditor**, que comprobará si estas ofrecen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la sociedad. Los auditores emitirán un informe detallado sobre el resultado de su actuación.

Contabilidad y cuentas anuales

Las Cuentas Anuales, formuladas y firmadas por todos los administradores se aprobarán por la **Junta General**.

Vemos que son por tanto tres intervinientes los que menciona la ley, siendo ella misma en su artículo 236 la que despeja la duda y nos dice quién es el responsable final

1. Los administradores responderán frente a la sociedad, frente a los socios y frente a los acreedores sociales, del daño que causen por actos u omisiones contrarios a la ley o a los estatutos o por los realizados incumpliendo los deberes inherentes al desempeño del cargo, siempre y cuando haya intervenido dolo o culpa.

La culpabilidad se presumirá, salvo prueba en contrario, cuando el acto sea contrario a la ley o a los estatutos sociales.

2. En ningún caso exonerará de responsabilidad la circunstancia de que el acto o acuerdo lesivo haya sido adoptado, autorizado o ratificado por la junta general.

En cuanto a los auditores, serán responsables del informe que emiten y responderán por los daños y perjuicios que se deriven del incumplimiento de sus obligaciones en su actuación profesional

Si en su labor profesional el auditor ha planificado y desarrollado correctamente su trabajo, pero no ha detectado posibles errores o irregularidades, no tendrá responsabilidad civil siempre que haya cumplido adecuadamente con sus obligaciones.

En definitiva y para tranquilidad de las personas que van a dedicarse a la labor contable, su responsabilidad se limita a trabajar con honradez y profesionalidad, ya que si las Cuentas anuales no se han realizado aplicando los criterios y las normas de contabilidad que se establecen en la normativa mercantil es el administrador el que va a responder ante la sociedad, socios y terceros. (Inesem, Revista Digital, Gestión de empresas, 2020)

Mezcla de Mercado

Segmentación-mercado meta

La segmentación del público meta, está situado entre los 16 y 34 años de edad. Ya que la plataforma EasyShopCR requiere una interacción, por medio de la internet. Hay datos que comprueban que es el público con más interacción en internet, así mismo que mayores compras hacen por línea.

Uso prácticamente universal de la red entre los jóvenes hasta los 24 años

El uso de internet y las compras por internet aumentan en todos los grupos de edad respecto a 2018. Este uso de la Red en los tres últimos meses es prácticamente universal (99,1%) en los jóvenes de 16 a 24 años. A partir de ese grupo de edad va descendiendo paulatinamente conforme aumenta la edad. A partir de los 55 años disminuye al 86,5%, hasta llegar al grupo de edad de 65 a 74 años (63,6%).

La misma situación se da en el uso diario de internet. Respecto a las compras por internet, la frecuencia más alta se encuentra en el grupo de edad de 25 a 34 años (el 67,2% de las personas de esa edad han comprado en los tres últimos meses). A partir de 35 años, el indicador va bajando según aumenta la edad, hasta situarse en el 13,5% en las personas de 65 a 74 años (lavanguardia).

LA EDAD SÍ IMPORTA EN LAS COMPRAS ONLINE

La Generación del Milenio (21-34 años) es un grupo demográfico codiciado para los vendedores en casi cualquier industria, y el comercio electrónico no es una excepción. Este segmento de edad se caracteriza por haber crecido en la era digital, por lo que para ellos es muy común usar la tecnología en su vida diaria.

A nivel mundial, los encuestados de la Generación X (35-49 años) comprenden aproximadamente un 28% de quienes están dispuestos a hacer una compra en línea, y los Baby Boomers (50-64 años) representan alrededor del 10%. La Generación Silenciosa (65 años) contribuye más o menos con un 2%. Los más jóvenes, la Generación Z (menores de 20 años), representa aproximadamente el 7% de los que tiene intenciones de compra en línea (FMCG & RETAIL, 2014).

También es importante el sexo del público meta de EasyShopCR, los datos de la investigación demuestran que los hombres tienen un mayor porcentaje a cuanto compras en internet se refiere, sin embargo, las mujeres tienen una posición muy significativa en esta encuesta.

Los hombres compran más online, concretamente un 84,3% frente a un 77% de las mujeres.

No obstante, cuando estudiamos el gasto mensual las diferencias se reducen notablemente. En este caso, el 48,6% de los hombres y el 45% de las mujeres realizan gastos superiores a los 50 euros mensuales a través de Internet.

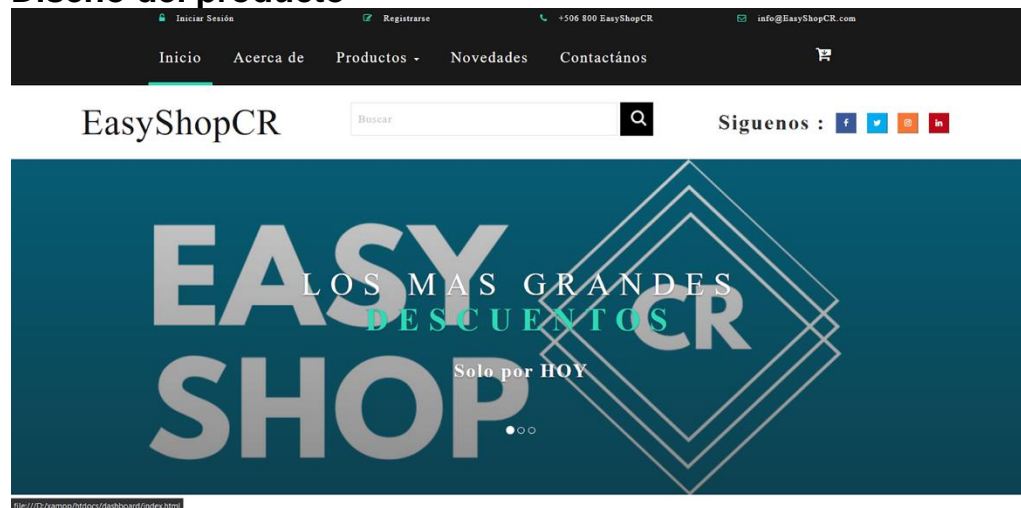
A la hora de buscar información tampoco actúan igual. Por un lado, las mujeres buscan opiniones de otros usuarios antes de tomar una decisión de compra online. Los hombres, sin embargo, investigan más en las redes sociales sobre sus posibles futuras adquisiciones.

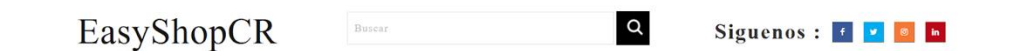
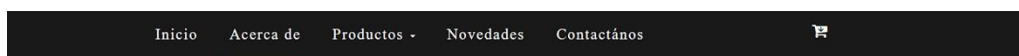
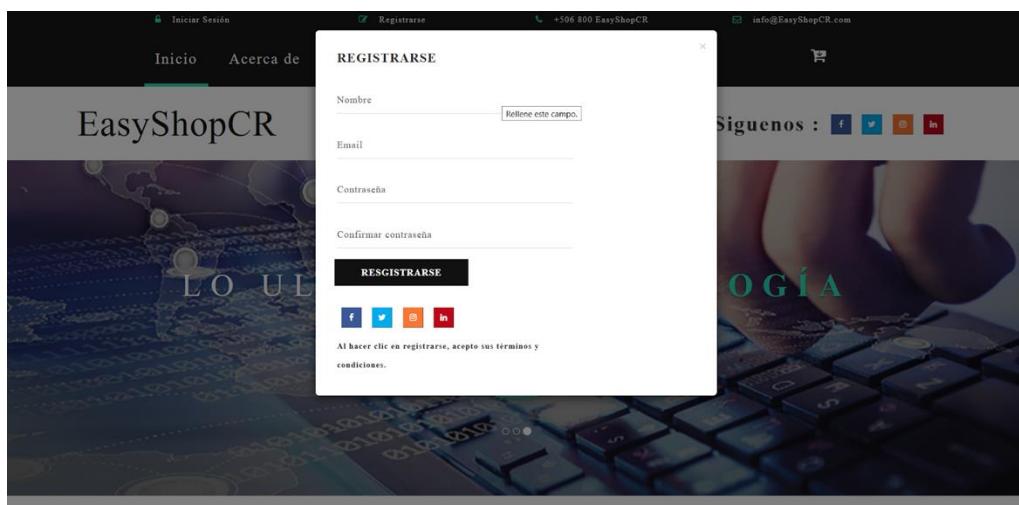
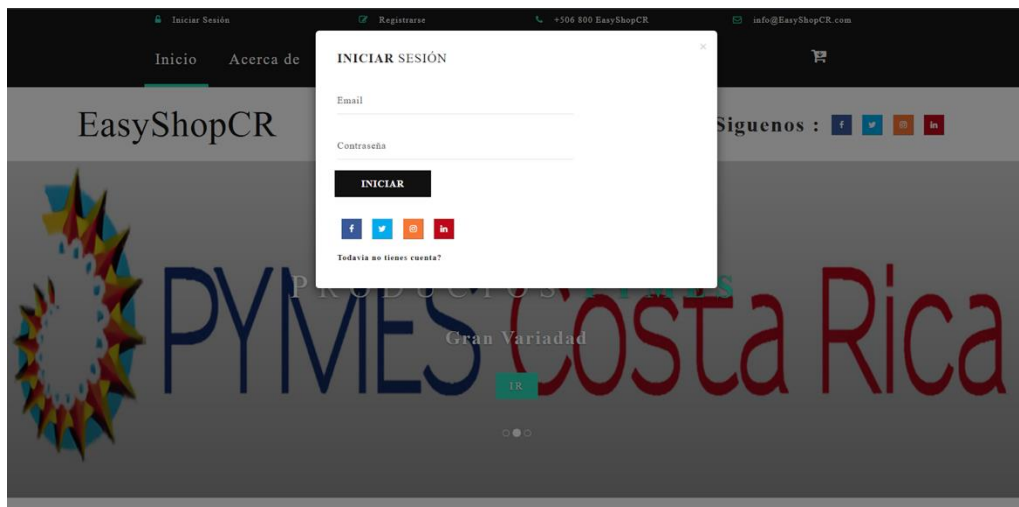
Además, el sexo femenino suele comprar el fin de semana mientras que el masculino lo hace a principio de semana normalmente (alfatecsistemas).

Con esos datos las preferencias de compras por sexo, son más detalladas y se estima con más precisión los productos de la plataforma que se recomienda al público.

Siendo así, más exacto en las recomendaciones de los productos para los clientes. De igual manera la plataforma tendrá un control de preferencias y de estadísticas, sobre qué acciones realizan los usuarios dentro de la plataforma.

Diseño del producto





ACERCA DE

EasyShopCR es una página web con el objetivo de que varios negocios puedan estar presentes en la red de una forma más práctica e inteligente, permite que cada uno de los usuarios que ingresen a la plataforma puedan encontrar una gran variedad de tiendas y emprendedores.

PREGUNTAS FRECUENTES

1. ¿Cuáles formas de pago aceptamos?
2. ¿Puedo pagar a cuotas?
3. ¿A que partes del país hacemos envíos?
4. ¿Cuáles son los tipos de envíos?



ENVIO GRATIS

En ordenes mayores a...



AYUDA

Nos puede contactar por nuestros diferentes medios



DIFERENTES METODOS DE PAGO

Nos adaptamos a su necesidades



SUBCRIPCIONES

Diferentes beneficios



[Iniciar Sesión](#) [Registrarse](#) [+506 800 EasyShopCR](#) [info@EasyShopCR.com](#)

[Inicio](#) [Acerca de](#) [Productos](#) [Novedades](#) [Contactános](#)

EasyShopCR

Tecnología
Calzado
Belleza
Pymes
Deportes
Hogar

ACERCA DE

INICIO

ACERCA DE

TECNOLOGÍA

INICIO

TECNOLOGÍA

Nuevo

Laptop HP 15

€489.000

ASADIR

Nuevo

AirPods Pro

€165.000

ASADIR

Sale

DJI Mavic Air

€399.000 €450.000

























ASADIR

















Canon 60D

€456.000

ASADIR



 <p>Nike Jordan 4 €115.000</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Nike Air Max 270 €85.500</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Nike Air Force 1 €62.700 €80.000</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Nike Jordan 1 €90.500</p> <p>AÑADIR</p>	
 <p>Adidas NMD €74.000</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Adidas Running €53.900</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Nike Renew Run €65.000</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Adidas Running €46.000</p> <p>AÑADIR</p>	↑
 <p>Crema Nivea €2200</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Jabon Dove €2000</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Cepillo de Bambu €1900</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Desodorante Old Spice €2500</p> <p>AÑADIR</p>	
<p>Pyme</p>  <p>Desodorante Ecologico €5750</p>	 <p>Pasta Dental Colgate €1900</p>	<p>Pyme</p>  <p>Hilo Dental Ecologico €3000</p>	<p>Pyme</p>  <p>Toallas Biodegradables €3250</p>	↑
 <p>Cereal Goji berry & Coconut €2390</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Alcohol en Gel Menta €3300</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Chile Picante Congo €1500</p> <p>AÑADIR</p>	 <p>Granola €4930</p> <p>AÑADIR</p>	
 <p>Palomitas €1350</p>	 <p>Galletas Menta €1390</p>	 <p>Sazonador Pescado €1450</p>	 <p>Linaza Molida €1300</p>	↑

 <p>Set de Ligas €13.000</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Cuerda Para Saltar €3600</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Botella €12.500 @16.500</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Balón Adidas €16.500</p> <p>ASADIR</p>
 <p>Soft Ball €10.900</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Mancuerna €10.500</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Colchoneta para Yoga €10.600</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Pesa Rusá €29.990</p> <p>ASADIR</p>
 <p>Olla Arrocera €45.999</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Jabón Antibacterial €2600</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Aspiradora Humedo y Seco €99.900</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Set de Cubiertos de Bambú €2250 @4500</p> <p>ASADIR</p>
 <p>Bowl y Cuchara €6250</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Licuadora €22.000</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Hidrolavadora €94.500</p> <p>ASADIR</p>	 <p>Toallas Multusos €4400</p> <p>ASADIR</p>

NOVEDADES

INICIO | NOVEDADES



PYME INNOVA CON FRUTA PERUANA PRODUCIDA EN COSTA RICA

Cultivar una fruta diferente, con características especiales y poco conocida en el país parece una tarea difícil para una pyme, sin embargo, Golden Natura comercializa la uchuva, una fruta originaria de Perú. La idea nació hace dos años en un viaje de trabajo que realizó la fundadora a Colombia, donde observó los beneficios y la facilidad de cultivar la planta en una finca en La Luchita de El Guarco, en Cartago.

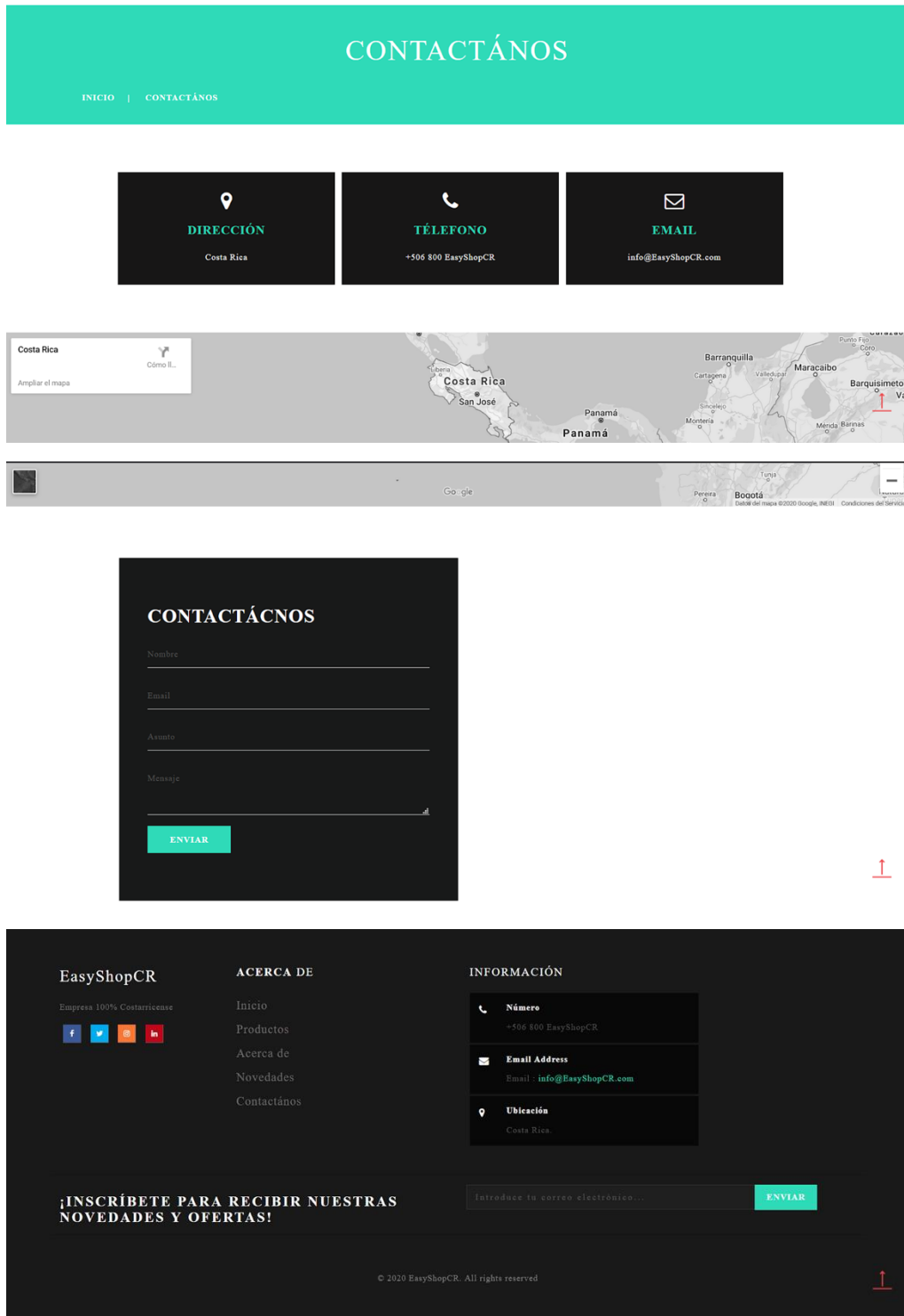
La empresa vende la uchuva sin preparar tanto para algunos proveedores de la industria como para personas que deseen consumirla en su estado natural. Desde hace un año produce la fruta para mermelada con sabor natural, acompañada de mermeladas con fresas y moras. Además, de forma deshidratada se vende por sí sola, con nueces [...]



COMÉ DE FORMA INTELIGENTE

En Jinca Foods nos dedicamos a la fabricación de alimentos nutritivos, saludables y libres de gluten. Fue fundada en el año 2012 cuando miembros de la familia fueron diagnosticados con celiaquía, en ese momento en el país había una limitada oferta de productos libres de gluten en el país por lo que se vieron motivados a crear la empresa.

Se inició comercializando harinas y pre-mezclas para panificación, y de ahí se empezaron a desarrollar y comercializar otros productos que hacían falta en el mercado tales como sazonadores, empanizadores, galletas, granolas, aceites, superfoods, cereales, snacks; el último que la compañía lanzó fue el pan cuadrado libre de gluten [...]



El precio

Este es un factor que varía, respecto al producto escogido para la compra. Ya que al ser una plataforma online de venta de distintos productos, el precio tiende a ser diferente por distintas características del producto y el mercado.

También, el porcentaje por comisión de la plataforma puede variar el precio del producto. Además, el porcentaje de devaluación del producto en el mercado.

Promoción

Dentro de la plataforma, se muestra las distintas promociones que tienen los productos. Con una evaluación siempre, que la promoción no sea un desbalance en las ganancias, y la plataforma tendrá comunicación constante con los proveedores, para alguna negociación en el precio de venta del producto.

Plaza

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Es la manera física en que llevamos el producto al consumidor final, en la cantidad, tiempo y lugar en que lo requiere. (Mezcla de Mercadotecnia, 2018)

Sus variables son las siguientes:

- Canales
- Cobertura
- Surtido
- Ubicaciones
- Inventario
- Transporte
- Logística

Bibliografía

- Alexander Cubero. (2019). Plataforma Tica Similar a Amazon. 2020, junio 13, de La Republica Recuperado de <https://www.larepublica.net/noticia/plataforma-tica-similar-a-amazon-le-permitira-comprar-a-pymes-nacionales>
- Alegebasa. (2018). Almacenaje: que es, actividades, lineamientos y tipos. 2018, noviembre 29, de Alegebasa. Recuperado de <http://www.algebasa.com/almacenaje-que-es/#:~:text=El%20almacenaje%20es%20uno%20de,los%20puntos%20de%20consumo%20o>
- alfatecsistemas. (s.f.). Quienes compran mas por internet, hombres o mujeres. Recuperado el 15 de 08 de 2020, de <https://alfatecsistemas.es/quienes-compran-mas-por-internet-hombres-o-mujeres/#:~:text=Los%20hombres%20compran%20m%C3%A1s%20online,mensuales%20a%20trav%C3%A9s%20de%20Internet>
- Bizneo. (2019). Políticas de Recursos Humanos. 2019. Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/politicas-de-recursos-humanos.html>
<https://www.bizneo.com/blog/politicas-de-recursos-humanos/>
- Carlos Cordero. (2019). Re lanzamiento de Unimart. 2020, junio 13, de El Financiero Recuperado de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/historias/cambian-la-tienda-web-usan-inteligencia/EIAISOJYBBGD5PXTALQRAFSGTQ/story/>
- Correos de Costa Rica. (2020) Productos restringidos, (s. f.). Recuperado de <https://www.boxcorreos.com/es-ES/restringidos>

Donde Compro Eso. (2020). Donde Compro Eso. 2020, junio 13, de Donde Compro Eso Recuperado de <https://dondecomproeso.com/>

FMCG & RETAIL. (21 de 11 de 2014). nielsen. Obtenido de LA EDAD SÍ IMPORTA EN LAS COMPRAS ONLINE: <https://www.nielsen.com/ec/es/insights/report/2014/edad-compras-digitales/>

Florida ICE and Fram Company. (2020). La pulpe digital. 2020, junio 13, de La Pulpe Digital Recuperado de <https://www.lapulpedigital.cr/Age>

Getiopolis. (2019). Estructura Organizacional, 2019. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>

Intedya. (2020). Buenas Prácticas de Manufactura (bpm). Recuperado de <https://www.intedya.com/internacional/103/consultoria-buenas-practicas-de-manufactura-bpm.html>

Ineserm (2020). Revista Digital, Finanzas y Contabilidad. 2020, Recuperado de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/quien-es-el-responsable-de-la-contabilidad-de-una-sociedad/>

Irma Yurley Ascensio (2010). Contabilidad y Finanzas. 2010. Recuperado de <https://yurley29142.blogspot.com/2010/10/descripcion-del-desarrollo-de-un.html>

La Mezcla de Mercadotecnia. (2018). Elementos de la mezcla de mercadotecnia, Plaza. 2018. Recuperado de <https://sites.google.com/site/mercamexgl/elementos-de-la-mezcla-de-mercadotecnia/plaza>

lavanguardia. (s.f.). lavanguardia. Recuperado el 15 de 08 de 2020, de Uso prácticamente universal de la red entre los jóvenes hasta los 24 años: <https://www.lavanguardia.com/seguros/hogar/20191115/471611115064/ecommerce-comercio-electronico-compras-por-internet-tienda-on-line.html>

Ministerio de Hacienda - República de Costa Rica. (2020). Recuperado de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/15035-generalidades-del-impuesto-sobre-el-valor-agregado>

MOPT. (2020). Restriccion Sanitaria, Junio 03, de Restricción Sanitaria. Recuperado de <https://www.mopt.go.cr/wps/portal/Home/informacionrelevante/restriccion/>