

Introducción

Nuestro grupo de trabajo, ofrece a sus lectores este manual que a la vez es un trabajo , que ha tenido como principal intención dar a conocer a vuestros lectores un panorama o visión completa de la empresa (entidad comercial) . Para respetar las características de este trabajo y/o manual de aprendizaje , se ha preocupado que esta visión sea sucinta , pero , al mismo tiempo , respetándose toda la información mas importante que conforman este dinámico trabajo o manual.

Para que nuestro lector tenga una mejor comprensión de todo el acontecer que conforma el emocionante y entretenido mundo empresarial , el manual de aprendizaje se inicia con una visión muy completa de qué, entendemos como empresa , deteniéndose en especial en cada una de las definiciones de aquella insertando un pequeño esquema que señala en si lo que es una empresa (entidad comercial). Se procura que la información sobre la empresa sea de entendimiento para nuestros lectores.

Este manual que ofrecemos a nuestros lectores contiene mucha y espaciosa información para que el lector se alimente de ella , este manual señala diversas etapas relacionadas todas con el fin de conocer a la empresa , se señalan los recursos y materias que necesita toda empresa para producir un producto o servicio ,se manifiestan las diferentes empresas que existen hoy en día en todo el mundo separándose y clasificándose como empresa privadas , empresa pública , empresa mixta , como , microempresa , pequeña empresa, mediana empresa , grandes empresa, etc.

Se hace especial referencia que nuestro lector va a poder aprender a reconocer cada empresa y clasificarla., podrá conocer los organismos que regulan y supervisan a la empresa , cuales son los documentos que necesita la empresa para que nazca como entidad, podrá deducir sigilosamente la relación vital que tiene la empresa en relación a nuestras ilimitadas necesidades , podrá deducir y dominar las estrategias que debe realizar un vendedor para poder manejar las objeciones y/o reclamos que realiza un cliente cuando algo salió mal, podrá calar las cualidades y aptitudes de un empresario en relación a su empresa , podrá enterarse de por que la empresa realiza un proceso productivo , con que finalidad o fin lo realiza , podrá percibir las fases del proceso administrativo, es decir , en generalidad va a poder distinguir, conocer, dominar, enterarse de la producción, la creación, los problemas ,la estructura , la función de toda empresa .

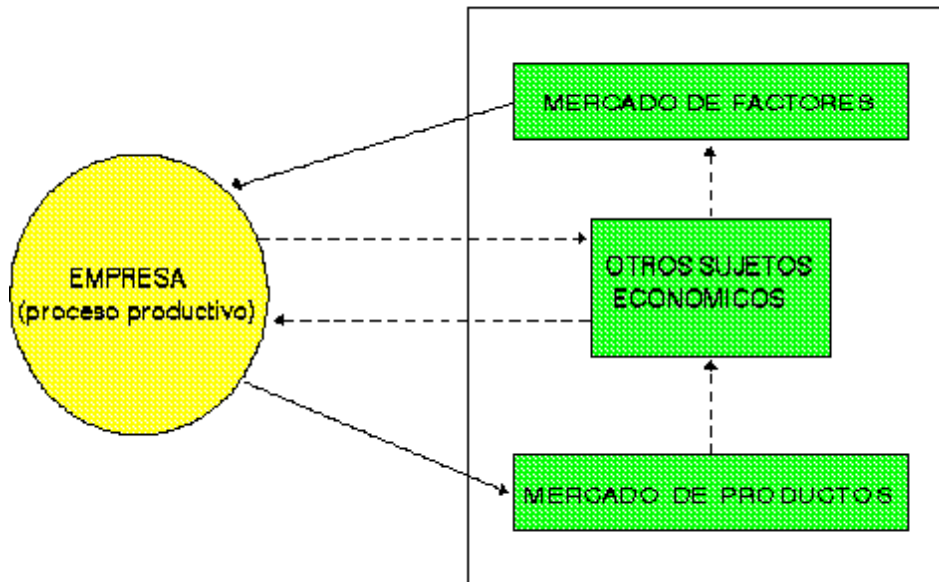
Por lo cual mi estimado lector a través de toda esta información entregada en este manual podrá enriquecer culturalmente su vocabulario. En este instante damos comienzo a descubrir este rincón del saber.

1.- ¿Qué es una empresa?

Las empresas son las unidades de producción y comercialización de bienes y servicios. En la empresa se reúnen y organizan los diversos factores económicos con la perspectiva de alcanzar determinados objetivos. Esta es a la vez una acción encaminada a un fin, que importa poner en juego, actividad, valor, energía u otras cualidades parecidas. Esta definición de empresa corresponde a una interpretación que apunta a describir las acciones o sanciones que realizan estas instituciones pero que la práctica puede ser aplicada a cualquier intimidad o institución emprendida por el ser humano. Para efectos utilizaremos una definición de empresa señalando que empresa es la unidad económica básica, destinada a transformar recursos en bienes y/o servicios para la satisfacción de una necesidad.

El gráfico trata de esquematizar las circunstancias que rodean a la empresa en el mundo actual.

ESQUEMA DE LAS RELACIONES EXTERNAS DE LA EMPRESA



2.- ¿Qué necesitan las empresas para producir?

Se clasifican según el tipo de empresa por ejemplo:

- **Materia bruta:** son las que derivan del trabajo extractivo, como el caso del cobre que llega hasta la ENAMI donde se realiza el proceso de transformación, en estas se destacan las empresas primarias.
- **Materia primas:** son las que derivan de un proceso de extracción, pero también tiene un proceso de purificación, es decir, un proceso fabril aplicado, en estas se destacan las empresas secundarias.
- **Componentes:** son los semi-productos que uniéndolos crean un producto final, es un proceso más completo y eficaz. En estas destacan las empresas terciarias.

Las empresas a la vez necesitan de recursos como:

- **Recurso humano:** se trata del personal de la empresa, puede ser interior o exterior a ella.
- **Recurso técnico:** se refiere a la máquina o a la herramienta de producción.
- **Recurso tecnológico:** conocimiento de la herramienta.
- **Recursos materiales:** facilitan el trabajo del técnico y del tecnológico.
- **Recursos institucionales:** son las instituciones que apoyan o controlan la empresa.
- **Recursos legales:** son las normas, leyes que deben cumplir una empresa.
- **Recurso tiempo:** tiempo exacto para lograr la producción.
- **Recurso económico:** dinero o capital.
- **Recurso mercadotecnia:** viene siendo un recurso tecnológico.

3.- ¿Qué tipos de recursos existen?

- **Recursos humanos:** se trata si tenemos el alcance del personal o personas que constituyen la empresa en orden o producción.
- **Recurso técnico:** se refiere si tenemos la máquina o la herramienta necesaria para producir.
- **Recurso tecnológico:** se trata del conocimiento de la herramienta, es decir, para qué sirve y como se usa el elemento técnico.

- **Recurso material:** son los que ayudan y facilitan la actividad productiva, facilitando los recursos técnicos y tecnológicos, ejemplo:

Empresa de chaleco: técnica: máquina que teje

tecnología: conocimiento de coser

material: silla, mesa, la electricidad, etc.

- **recursos institucionales:** corresponde a todas aquellas instituciones (empresas, organismos, etc.) que están realizando otro proceso productivo y que son imprescindibles como apoyo y control para la empresa.
- **Recursos legales:** son las normas, leyes, reglamentos, decretos, que debe cumplir una empresa para que el consumidor se sienta seguro de lo que consume, también esto influye en la calidad del producto.
- **Recurso tiempo:** es el tiempo exacto que necesita una empresa o institución según su servicio o producción. Significa tener el tiempo para lograr producir el producto en la etapa y fecha para el consumo.
- **Recurso económico:** es el dinero o el capital para poder costear materias primas, maquinarias, personal, entre otras cosas.
- **Recurso mercadotecnia:** se refiere a un recurso tecnológico.

4.- ¿Cómo se clasifican las empresas?

Las empresas se clasifican en:

Privadas donde el aporte del capital es generado por particulares, entendiéndose a estos últimos como cualquier persona natural o jurídica distinta del estado. Las personas naturales son todas aquellas las que tienen una existencia física, real o material en cambio las jurídicas son una abstracción, una creación del ser humano que tiene por objetivo actuar como uno solo por ejemplo INC, y algunas AFP etc.

Publicas :donde el aporte del capital, y por consecuencia la propiedad es del estado y el estado es una organización social creada por los seres humanos para el logro del bien común.

Mixtas: son aquellas en las cuales el aporte del capital es realizado conjuntamente entre el estado y los particulares, con la salvedad que el estado debe poseer el 51% de la propiedad de ella, de tal forma de controlar su gestión. Hoy en día no existen empresas de esta categoría en Chile.

Microempresa: cuando el numero de trabajadores no supera los 5, o son constituidos por un grupo familiar. un ejemplo de ello lo reflejan los suplementeros un pequeño taller de reparaciones eléctricas o un modesto taller de costura.

Pequeña empresa: cuando el número de trabajadores varia entre seis y cincuenta .En este caso se podría considerar a una imprenta, a un lava-seco, a una distribuidora de periódicos.

Mediana empresa: cuando el número de trabajadores varia entre 51 y 400.El ejemplo de ella seria INACAP, una empresa agrícola o una empresa forestal.

Grandes empresas: cuando el número de trabajadores es superior a 400.En esta situación se podrían clasificar las empresas que utilizan intensivamente mano de obra, como seria una textil o una elaboradora de alimentos como Soprole o carozzi.

5.- ¿Qué características comunes tienen las empresas?

ASPECTOS COMUNES DE TODA EMPRESA

- A. Puede ser estudiado como un sistema.
- B. Posee un conjunto de Recursos.
- C. Son unidades de producción de bienes o prestaciones de servicios.
- D. Satisfacen necesidades humanas.

a. SISTEMA:

Es un conjunto ordenado de partes interrelacionadas y ligadas a un medio ambiente que tiene como finalidad lograr ciertos objetivos.

b. POSEE UN CONJUNTO DE RECURSOS

HUMANOS:

- materiales
- financieros
- tecnológicos

c. UNIDADES DE PRODUCCION DE BIENES Y/O SERVICIOS

Bienes: Son artículos que satisfacen necesidades del hombre y se obtienen gracias a la transformación de recursos naturales o de otros bienes.

Son elementos físicamente tangibles.

Servicios: Son acciones que no se aprecian a simple vista, no tienen apariencia corpórea. Ejemplo: garajes,

d. SATISFACEN NECESIDADES

Necesidad: Es falta o carencia de todo aquello que se requiere para la conservación y desarrollo de la vida (alimentación, adecuada, recreación, etc.).

6.- ¿Cuáles son los objetivos generales de toda empresa?

Como las organizaciones siempre persiguen mas de un objetivo, surge el problema de cual o cuales son los objetivos más importantes y prioritarios. Los objetivos necesitan ser escalonados en un orden gradual de importancia, relevancia o prioridad, en una jerarquía de los objetivos, en función de su contribución relativa a la organización como un todo. Cada organización tiene, implícita o explícita, su jerarquía de objetivos.

Los objetivos más comunes a las empresas privadas, por ejemplo, generalmente son los siguientes:

- Posición competitiva en el mercado. (Participación de mercado).
- Innovación y creatividad en los productos.
- Productividad e índices de eficiencia.
- Aplicación rentable de recursos físicos y financieros.

- Tasa de dividendos o índices de retorno del capital invertido (lucro).
- Calidad de la administración y desarrollo de los ejecutivos.
- Responsabilidad pública y social de la empresa.

La jerarquía de objetivos de una organización puede sufrir innumerables cambios, ya sea en la ubicación relativa de los objetivos, o en la sustitución de ciertos objetivos por otros objetivos diferentes.

7.– ¿Quiénes pueden instalar una empresa?

Cualquier persona natural mayor de 18 años. No se necesita mayor formalidad que realizar la iniciación de actividades ante el servicio de impuestos internos, y tener la idea clara del rubro y capital con el que se cuenta.

8.– ¿Qué organismos supervisan la instalación de una empresa?

Los organismos que fiscalizan las instalaciones de una empresa son:

- Servicio nacional de salud (SNS)
- Servicio de impuestos internos (SII)
- Servicio agrícola–ganadero (SAG)
- Municipalidad
- SEREMI de Transportes (en caso de transportes)

A continuación una pequeña descripción de cada uno de estos organismos fiscalizadores:

- Servicio nacional de salud: fiscaliza la instalación de alimentos (manipularidad), fiscaliza la instalación sanitaria (manipulación), fiscaliza la instalación de baños, etc.
- Servicio de impuestos internos: inicio de actividades.
- Servicio agrícola–ganadero: control de calidad de los productos.
- Municipalidad: da permiso para abrir un negocio.
- SEREMI de transporte: Ej.: autorización de salida de recorridos de buses, colectivos, etc.

9.– ¿Cuáles son las exigencias de cada institución?

Fines de la Institución

- Formar seres humanos que respondan, adecuadamente, a las exigencias de su campo laboral y la realidad regional de cada sede.
- Apoyar la formación personal y valórica de cada alumno por medio de actividades extra programáticas.
- Aportar al mejoramiento y amplitud de la oferta de educación superior en cada región.
- Contribuir al desarrollo regional por medio de actividades culturales y de extensión.

Objetivos

La misión corporativa se concreta en la formación de personas y profesionales integrales de acuerdo a un equilibrio conjunto de cualidades humanas, entre las que podemos mencionar:

1) Cualidades intelectuales:

- Dominio teórico y/o práctico de su área.
- Habilidad intelectual.
- Cultura general, sabiduría.

- Amor a la verdad.

2) Cualidades Morales:

- Rectitud ética.
- Fortaleza, reciedumbre, espíritu emprendedor.
- Generosidad, solidaridad.
- Sobriedad, autodomínio.

10.- ¿Qué formas jurídicas puede adoptar una empresa?

Tenemos dos tipos de empresas:

1º La empresa individual.

2º La empresa social.

1. – La empresa individual está caracterizada porque sólo existe un propietario, este propietario es sumamente flexible.

La empresa individual puede ser artesana o capitalista.

La empresa individual artesana se caracteriza porque el propietario aporta tanto su trabajo manual como directivo. En este tipo de empresas existe una escasa división del trabajo.

La empresa individual capitalista es aquella en la que el empresario aporta casi la totalidad del capital y se reserva para sí todas las tareas directivas y organizativas de la empresa.

2. – Las empresas sociales, también llamadas mercantiles, están creadas con ánimo de lucro, siendo las principales las siguientes:

a) La sociedad colectiva.

b) La sociedad comanditaria.

c) La sociedad anónima.

d) La sociedad de responsabilidad limitada.

a) La sociedad colectiva es aquella en la que todos sus socios, en nombre colectivo y bajo una razón social, se comprometen a participar, en la proporción que establezcan, de los mismos derechos y obligaciones.

Existen dos tipos de sociedades colectivas: la regular colectiva y la irregular colectiva.

Es el tipo clásico de empresa familiar en su creación.

La sociedad irregular colectiva se caracteriza por estar formada por socios que aportan capital, llamados socios capitalistas y otros que aportan sus conocimientos y su trabajo, llamados socios industriales.

b) La sociedad comanditaria es también de carácter personalista, aunque en grado inferior a la colectiva. Se diferencia de esta en que al lado de los socios colectivos hay otros socios denominados comanditarios, en los que su responsabilidad queda limitada a su aportación. Sobre ella recaen las principales funciones gestoras de

la sociedad.

Existe también la sociedad comanditaria por acciones. Es el mismo tipo de sociedad comanditaria descrita, con la única diferencia de que el capital aportado por los socios comanditarios está representado y dividido en acciones.

c) La sociedad anónima es el prototipo de la sociedad capitalista y es la constitución clásica de las grandes empresas.

Son sociedades capitalistas y no de trabajo. La representación que tiene el socio en la empresa es proporcional al número de acciones que posee.

Las características fundamentales de las sociedades anónimas son:

- Es una sociedad eminentemente capitalista.
- El capital de la sociedad es fácilmente transferible de un socio a otro a través de la Bolsa.
- La responsabilidad de los socios se limita al valor de sus acciones.
- La sociedad funciona democráticamente.
- Es una sociedad abierta a cualquier persona.
- La sociedad anónima debe ser siempre mercantil.
- Toda sociedad mercantil de responsabilidad limitada con capital superior a un determinado número de millones debe ser forzosamente anónima.
- La sociedad de responsabilidad limitada es un forma de sociedad derivada de la anónima, en la que queda limitado el número de socios y el capital no puede rebasar un tope máximo. Dicho capital no se cotiza en Bolsa y se obtiene por las aportaciones entregadas por los socios, denominadas "cuotas de participación".

El título de la razón social de estas sociedades lleva al final las siglas S.L. o S.R.L., para indicar que es una sociedad de responsabilidad limitada.

11.– ¿Qué es una escritura social?

Documento autorizado por notario o funcionario con atribuciones legales para dar fe de acto.

12.– ¿Cómo legalizar una sociedad?

Constitución de la Sociedad

- Escritura pública ante notario salvadoreño
- Dos o más personas naturales o jurídicas
- Capital de fundación. Para sociedades anónimas el mínimo legal es de cien mil colones

Inscripción de la Sociedad

- Escritura pública de constitución
- Recibo de pago de derechos de registro

- Solvencia municipal de accionistas

Extensión de NIT

- Escritura pública de constitución inscrita en el Registro de Comercio
- Recibo de pago de derechos

Extensión de tarjeta de IVA

- Escritura pública de constitución inscrita en el Registro de Comercio
- Cédula de identidad personal del representante legal
- Original del NIT de la sociedad

- Original del NIT del representante legal

Legalización de libros de IVA

1. Libros de IVA

Extensión NIP

- Aviso de inscripción sellado por empresa
- Escritura pública de sociedad inscrita en el Registro de Comercio
- Original y fotocopia de NIT
- Cédula de identidad personal del representante legal

Matrícula personal de comerciante

- Recibo de pago de derechos de registro

Matrícula de empresa y establecimiento

- Balance inicial
- Constancia de inscripción en la Dirección General de Estadísticas y Censos
- Recibo de pago de derechos de registro
- Solvencia municipal del establecimiento

Autorización del Sistema Contable

- Catálogo de cuentas
- Manual de aplicaciones
- Descripción del sistema contable

Legalización de libros / hojas contables

- Libros y hojas contables
- Recibo de pago de derechos de registro

Inscripción de Balance Inicial

- Balance inicial

Recibo de pago de derechos de registro

13.– Concepto de Cliente

se considera cliente a cualquier persona que recibe el producto o proceso o es afectado por él.

La norma ISO define a los clientes como partes con intereses legítimos, abarcando los usuarios o consumidores, los propietarios de la empresa, el personal, los proveedores y la sociedad en general.

14.– Tipos de cliente

Los clientes pueden ser externos o internos. Los clientes externos son afectados por el producto o proceso, pero no son miembros de la empresa que lo produce. Los clientes internos son miembros de la empresa que de alguna manera son afectados por el producto o proceso. Reciben la categoría de clientes a pesar de que no son compradores del producto o servicio.

15.– ¿Qué es una necesidad y que tipos existen?

Las necesidades son cosas indispensables, o sea, estado de carencia o falta de, esto da motivación o impulso para que el usuario adquiera o contrate bienes o servicios.

Existen cinco tipos de necesidades y éstas son:

Fisiológicas: son las necesidades con las que se vive, y sin satisfacer estas uno puede morir. Como por ejemplo comer, dormir, beber agua, etc, o sea necesidades vitales.

Seguridad: esta necesidad es la de sentirnos confortables, es la integridad física y psicológica; física como sentir o estar seguros de que no nos van a asaltar de noche por ejemplo y psicológicas es la de que no te pasen a llevar mentalmente y de que uno se sienta bien.

Integración y afecto: esta es la necesidad de tener un grupo para relacionarnos y ser valorados.

Autoestima: esta es la de tener seguridad en sí mismo y valorar sobre lo que uno es.

Autorrealización: esta tiene que ver con el cumplimiento de objetivos o metas que uno mismo se propone.

16.– ¿Qué es comunicar?

hacer a otro participe de lo que uno tiene. Descubrir manifestar o hacer saber a uno alguna cosa. Conversar, tratar con alumnos por palabras o por escrito: avisos manifestantes, participar, noticiar, proclamar, exponer, oficiar, expandir, esparcir, divulgar, difundir, propagar, requerir, publicar, inocular, revelar, contar lo que uno quiere expresar, lo que uno siente o quiere mostrar.

Nosotros podemos comunicar una situación o cosa de cuatro o mas maneras distintas: oral, escrita, visual, manual, movimientos. Y se relacionan estas formas de comunicación con elementos y medios como: el papel, telégrafo, radio, televisión, la educación, la cultura, el teléfono, etc.

17.– ¿Cuándo se produce una buena comunicación con el cliente?

Se produce una buena comunicación con el cliente cuando el vendedor este enterado del tema, cuando sabe en que contexto esta involucrado. También se establece una buena comunicación cuando el vendedor esta bien instruido, cuando sabe las formas, los gestos, la información que debe plantear en una conversación y obtener

éxito de lo que se esperaba lograr que en este sentido es dar a conocer el producto o servicio a el cliente y que este se interese en el producto. También podemos referirnos a las formas de comunicación con el cliente, es decir, el vendedor debe emplear diferentes formas, ante clientes e instruir (a través de palabras y gestos inteligentes) en la mente del cliente la idea y también podemos decir la aceptación de comprar el producto ofrecido. En esto también influye la forma adecuada de emplear palabras frente al cliente con una forma caballerosa (tratar al cliente como un amigo, como un familiar, como la persona que mas quiere en la vida contar de vender el producto o el servicio).

18.- ¿qué tipos de comunicación existen?

Oral: se refiere a la forma mas común, que en relación a lo empresarial es comunicar vocalmente las situaciones de la empresa u otras situaciones anexas (en relación a nuestros sentimientos personales, familiares, laborales, etc.). En relación al clientes expresarle o dar a conocer el producto.

Escrita: se refiere a expresar lo que sentimos, lo que queremos, lo que deseamos, etc. Transmitiéndolo, es decir, haciéndolo saber en forma escrita (una forma escrita de comunicar en al empresa puede ser el contrato de trabajo, documentos de la empresa, finiquito, etc.).En relación al cliente son afiches, pancartas, etc.

Visual: se refiere a la forma mas criticada de todas las formas de comunicar, se refiere a expresar lo que sentimos, lo que ofrecemos, con los ojos, con nuestra mirada muchos no se dan cuenta pero otros si, por ejemplo se ocupa mucho esta forma cuando queremos expresar nuestra furia y otro sentido es a través de la televisión (forma visual para dar a conocer o comunicar productos)

Manual: esta forma de comunicar es una de las formas que influye en el estilo, se refiere a expresar lo que sentimos, lo que queremos con nuestras manos, lo aplicamos en el saludo, al despedirse, al llamar a alguien, etc. A una persona muda se le enseña esta forma de comunicar para que con relación al cliente pueda ofrecer el producto o servicio lo que no es muy común.

A través de movimientos: aquella forma consiste en dar a conocer lo que queremos, sentimos; es decir, lo que deseamos expresar a través de movimientos de objetos, de nuestro cuerpo, etc.

Estas formas de comunicación se relacionan con otros elementos, por ejemplo:

- Símbolos y alfabetos (escrita)
- Papel
- Servicios postales
- Telégrafo
- Teléfono
- Radio
- Transmisión de imágenes
- Televisión
- Computadoras u ordenadores
- Tecnología láser
- Cultura
- Educación

También estas formas de comunicación se relacionan con:

- Idea
- Emoción
- Síntoma

19.-¿qué tipos de objeciones realizan los clientes?

Los clientes como personas naturales realizan sus primeras objeciones cuando entran en la necesidad , es decir , la primera objeción que nosotros establecemos a toda empresa son nuestras necesidades , que la empresa como entidad comercial se da cuenta inmediatamente de nuestras necesidades , satisfaciéndolas y solucionando nuestra objeción y a la vez para que esta (empresa) subsistiere.

Nosotros como clientes señalamos muchas objeciones como:

En relación al producto: la mayores objeciones que se realizan hoy en día son : 1 por vencimiento del producto

2 por fallas del producto (pueden ser tangibles o intangibles)

3 por mala calidad del producto etc.

Por lo cual la empresa debe entregar una garantía por sus productos , lo que algunos no lo hacen lo que provoca que el cliente realice maniobras jurídicas.

En relación al servicio : en relación al servicio la objeciones mas comunes son: 1 por deficiencias al largo del tiempo

2por mala instalación (si es un servicio eléctrico etc.)

En relación al trato : esto sucede cuando el vendedor del producto o el prestador del servicio, realiza un mal trato con el cliente , cuando pasan a llevar sus derechos y garantías , por lo cual el cliente puede ocurrir a entidades jurídicas lo que a la empresa no le favorece

En relación al contrato o a lo que se ha establecido : es decir, muchas veces lo que esta establecido en el contrato o lo que se ha acordado no se cumple con relación a la empresa productora o prestadora de servicio, esto ocurre cuando la empresa finge una entidad, finge un producto o servicio de calidad y piensa en su subsistencia.

20.- ¿Cómo manejar las objeciones de los clientes?

La empresa como entidad comercial debe inteligentemente solucionar estas objeciones y reclamos de una forma adecuada y comprensible para que el cliente no tome manos de otras entidades jurídicas, es decir, debe cumplir con lo señalado, por ejemplo en el producto debe verificar en una forma ordenada las fechas de vencimientos y la elaboración de este. Debe observar la calidad de su producto y establecer la calidad de esta, para verificar sus imperfectos y poder modificarlos.

En relación al trato debe establecer un grato trato con el cliente para c que este pueda libremente comprar el producto o contrate el servicio que se le ofrece y se sienta a gusto.

En relación al contrato o al acuerdo señalado debemos de realizar o instituir un acuerdo o contrato real , no ficticio, no engañoso, para no contraer problemas u objeciones por aquello.

21.- ¿Cuáles y cuantos servicios dar al cliente?

Las empresas pueden dar miles y miles de servicios al cliente ya que son ilimitadas sus necesidades por lo cual nunca se agotará la necesidad de adquirir algo, pero en relación a que servicios dar al cliente, la s empresas deben reconocer primero de que necesidades estamos habando ya que el ser humano tiene muchas

necesidades pero todas provienen de las siguientes:

Necesidades fisiológicas: que tiene relación con las necesidades físicas, el alimento, el vestir, el orinar, etc.

Necesidades de seguridad: se refiere a la necesidad de sentirse seguro(ra).

Necesidad de autoestima: se refiere a sentirse bien, alegre, a través de otros elementos persuasivos.

Necesidad de autorrealización: se refiere a lograr los objetivos, etc.

En relación al servicio que dan las empresas se puede decir que son miles y miles de servicios y productos que ayudan a satisfacer a aquellas necesidades.

22.– ¿Qué gana la empresa al dar un buen servicio?

La empresa al dar un buen servicio o a otorgar un producto de buena calidad a parte de ganar dinero (por que el cliente o el usuario al ver que el producto o servicio es de buena calidad contrata y compra mas, por lo cual la empresa gana dinero). Gana prestigio a nivel empresarial, es decir, el cliente o usuario se da cuenta de la diferencia entre una empresa y otra, entre un producto de buena calidad y otro de mala calidad, de un buen trato y un mal trato, es decir, el cliente tiene el discernimiento de diferenciar las cualidades de una empresa a diferencia de otra.

La empresa no solamente gana dinero y prestigio sino que también gana auspiciadores por aquel motivo.

Lo mas esencial o lo mas importante para una empresa es ganar clientes, los suficientes para subsistir como una entidad comercial.

Las empresa gana todos estos elementos por su buena calidad, por su buena producción, por sus ventas, por su buena organización y coordinación, por su buena distribución, por su buena promoción, etc.

23.– ¿Qué es organizar?

Organizar es establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando los medios y las personas adecuadas. Preparando alguna cosa disponiendo lo necesario.

Organizar, podemos decir que es una forma de la vida que nos ayuda a ordenar, disponer, coordinar, nuestras situaciones, elementos, actividades, o decisiones en una forma drástica y segura.

Teoría de la organización: en economía, marco de análisis del proceso de toma de decisiones en las grandes organizaciones. El análisis económico tradicional tiende a analizar las actuaciones de la empresa como el resultado de una decisión unitaria, mientras que la teoría de la organización reconoce que en las grandes corporaciones el proceso de toma de decisiones suele estar descentralizado y que estas no dependen solo del objetivo de maximización de beneficios o ganancias, sino también de su estructura organizativa. Por ello, la toma de decisiones en las grandes empresas suele tener en cuenta la necesidad de limitarse a obtener beneficios satisfactorios, sin necesidad de maximizarlos, debido a la obligación de conjugar los diversos objetivos de las distintas partes que componen la organización. Cuando las decisiones se adoptan de forma colectiva sólo se suelen tener en cuenta todos los objetivos de la empresa y no sólo el de maximización de beneficios, pero también suelen ser mas lentas (una característica fundamental de las empresas japonesas). La teoría de la organización está relacionada con la teoría de la empresa.

24.– ¿Cuáles y en que consisten las fases del proceso administrativo?

El proceso administrativo contiene cuatro fases y éstas son: Planificación: esta involucra la selección de objetivos y estrategias políticas, programa los procedimientos para alcanzar los objetivos bien sea para la empresa total o para cualquier parte organizada. La planificación es la toma de decisiones puesto que involucra la selección entre alternativas, es la primera parte del proceso donde es una etapa intelectual y se definen los objetivos y se determina como será posible transformarlas en realidad.

Organización: la organización involucra el establecimiento de una estructura calculada de funciones a través de la determinación y enumeración de las actividades requeridas para alcanzar las metas de una empresa, es de esta fase donde se dispone, se asigna y se ordenan los recursos humanos y materiales de modo de estar en condiciones de enfrentar las actividades.

Dirección: implica guiar y conducir a los subordinados para que adquieran el conocimiento de la estructura de la organización y de las relaciones interpersonales. Una vez que los subordinados están orientados, el superior director tiene la responsabilidad de aclarar sus tareas guiándolo hacia el mejoramiento del desempeño y motivándolos a trabajar con confianza.

Control: medición y corrección de las actividades de los subordinados para asegurar que los eventos se ajustan a los planes por lo tanto mide el desempeño en relación con las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones negativas y pone en movimiento las acciones para corregir, las desviaciones constituyen a asegurar el cumplimiento de los planes.

25.-¿Qué importancia tiene el organismo?

Posteriormente a la creación de una empresa, pero antes de la puesta en marcha, corresponde un proceso de ordenamiento de sus recursos.

- Recurso: humano

Material

Financiamiento

Otra definición de organización, dice que esta es la coordinación de los esfuerzos humanos y material; esto nos lleva al siguiente principio: un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar o, un lugar para cada persona y cada persona en su lugar.

Porque la organización de una empresa no es otra cosa que lograr una perfecta armonía entre las cosas y la participación del hombre.

26.-¿Como detallamos los trabajos?

Es la manera en que se ordenan los trabajos en una empresa, por orden de jerarquía, es decir, organización por categorías o grados de importancia entre diversas personas.

27.-¿En qué consiste y que importancia tiene la división y coordinación del trabajo?

La importancia es que las actividades se dividen de acuerdo a la capacidad, especialidad y gusto de la persona, mejorando considerablemente el rendimiento individual.

28.-¿Qué es un organigrama que función cumple y que tipos existen?

El organigrama es un esquema que sirve para detallar los grados de una empresa desde el puesto más alto al

más bajo.

El organigrama es de gran utilidad en la empresa ya que:

- Nos da una visión instantánea y económica de cómo está estructurada la empresa.
- Todos los órganos conocen a sus subordinados y a sus superiores, así como la función que cada uno de ellos desempeña.
- Permite ver los fallos de la organización.

29.-¿Qué es retro alimentar y como lo hace la empresa?

La retroalimentación de una empresa consiste en retroalimentándose dependiendo de los negocios que realiza una empresa, vale decir cuando tiene una buena gestión económica puede desarrollar nuevos productos sobre la base de las necesidades del mercado y así se van retroalimentándose en base económica la parte tecnológica se tienen que retro alimentar mandando a su personal a cursos especializándolos en la área de tecnología para poder estar con las maquinarias que están de moda en el mercado.

30.-¿Que es un sistema y que tipos existen?

Es un conjunto ordenado de partes interrelacionadas y ligadas a un medio ambiente que tiene como finalidad Lograr ciertos objetivos.

1.1. Características de un Sistema:

- a) Todo sistema, contienen otros sistemas más pequeños llamados subsistemas.
- b) Todo sistema está contenido en un sistema superior llamado suprasistema.
- c) La alteración de una de las partes incide en las demás y en el conjunto.
- d) Todos los componentes de un sistema actúan en función de un objetivo común.

1.2. Componentes de un Sistema:

Entrada: La constituyen todos aquellos componentes que se incorporan a ella.

* Materias primas.

* Maquinarias " Equipos

* Insumos para el Área Administrativa.

(Papel, lápiz, útiles de aseo, etc.)

* Tecnología (Rápidamente se hace obsoleta)

Proceso: Todas aquellas actividades que hacen posible la producción de un bien o la prestación de un Servicio.

- * Proceso de producción
- * Mantenimiento de equipos y maquinaria
- * Capacitación de personal
- * Control de existencias.

Salida: La constituyen los bienes que la empresa produce y/o los servicios que presta a la comunidad.

- * Lavadoras
- * Cable eléctrico
- * Muebles
- * Servicio de crédito " cuentas corrientes
- * Profesionales.

Retroalimentación:

Es un mecanismo de control y comunicación que posee el sistema para verificar el cumplimiento de sus Metas.

31.-¿Es la empresa un sistema, que tipo es y porque?

La empresa es un sistema por que es un conjunto de partes que están relacionadas entre sí para lograr objetivos determinados para el beneficio de la empresa misma.

32.-¿Con qué organismos privados, públicos y mixtos se relacionan las empresas y cual es su importancia?

La empresa esta relacionadas con ciertos organismos públicos privados y mixtos la importancia de estos que sin una relación no existiría una empresa.

33.-¿Qué tipos de obligaciones y deberes existen entre las empresas en relación constante?

Por supuesto que al poseer una empresa se debe tener muy clara la visión acerca de los múltiples deberes. La empresa exitosa sabe que trabajar para la comunidad le aportara buenos resultados económicos, y a su vez, le hará poner en juego su tranquilidad como empresa ya que correrá grandes riesgos en la mayoría de los casos.

Pero también debe tener una clara conciencia de sus obligaciones

Entre las obligaciones y deberes más importantes están:

1.-OBLIGACIONES CON LA LEGISLACION ACTUAL:

Una de la más importante es cumplir con las leyes vigentes sobre lo que concierne al comercio. Entre ellas esta:

1.1-legislación sobre leyes laborales, relacionados a contratos, cumplimientos de sueldos, retención para

salud y AFP, etc.

1.2—Legislación sobre tributación, frente a impuestos internos, en cuanto al pago de impuestos, pero además, la obligación de llevar una completa contabilidad de las operaciones dentro de su negocio. Esto concierne a la entrega de documentos cuando se efectúa la compraventa, como facturas o boletas, el empresario, al respecto de la compraventa, se transforma en una especie de cajero del estado, al retener el IVA del cliente. También debe sus tributos por las ganancias obtenidas con su actividad comercial

1.3—Legislación sobre autorizaciones y patentes: son muchos los

organismos que están controlando a la empresa y al empresario.

Una de ellas es la ilustre municipalidad de cada comuna, pero a su

vez, esta dependiendo también de la documentación que puede emanar otros organismos como los ministerios, bomberos, SNS. etc.

1.4—Legislación sobre empresas. El estado, a través de sus organismos facultados en la ejecución de leyes, está constantemente modificando estableciendo nuevas leyes en la constitución de empresas y en el funcionamiento de ella. Es también un deber del empresario estar al tanto de esas leyes, ya que en nuestro país no es inhabilidad de culpabilidad él desconocerlas. En la actualidad van a tomar gran importancia las nuevas leyes que deben ser promulgadas con la apertura de nuevos comercios con los tratados de Libre Comercio, sobre todo, con los que se relacionan con Europa.

2.—OBLIGACIONES CON EL MERCADO:

Debemos recordar que el término mercado tiene una doble connotación, ya que se refiere a dos factores importantes que son la demanda y la oferta.

Todo empresario debe tener presente que ambos factores son importantes. Cuando hablamos de oferta no nos referimos tan solo a su empresa, sino también al conjunto de instituciones que controlan su que hacer productivo, pero además a aquellas que conforman su competencia. Todo ello no debe perderse jamás de vista, para el buen desarrollo empresarial.

En cuanto a la demanda, el empresario debe tener especial cuidado con mantener criterios de producción en relación con las verdaderas necesidades de consumo. No se debe olvidar que mantener la clientela, el empresario puede continuar siendo competitivo, y seguir vigente como empresa.

3.—OBLIGACIONES CON SU EMPRESA:

Pareciera ser un poco innecesario hacer esta acotación, pero muchas veces, por los objetivos o intereses particulares de las empresas, los empresarios se olvidan que su trabajo es en realidad mantener su empresa vigente.

Así como toda empresa es necesaria a la sociedad que sirve, también esta empresa sirve al empresario, ya que le permite vivir desde el punto de vista económico.

Antiguamente esta observación parecía ser una antigüedad, pero actualmente, algunos empresarios compran y venden empresas, olvidándose que ellas no permiten recibir una utilidad laboral y de consumo, y para ellos, un importante ingreso económico.

4.—OBLIGACIONES CON LOS TRABAJADORES:

Las empresas deben juzgar a cada uno de sus recursos humanos como un verdadero e importante capital. Sin los trabajadores, la empresa pierde en realidad su sentido. Aparte de ser una importante fuente de trabajo, es también una importante fuente de ingreso, que permite al trabajador mantener un poder adquisitivo que le permite comprar lo que las empresas producen. Una sin la otra no tiene sentido.

Por ello, la empresa debe cuidar sus empleados, sobre todo cuando algunos de ellos son verdaderamente importantes en el desarrollo de la empresa, al realizar un eficiente proceso productivo.

Además, la ley obliga al empresario a mantener buenas relaciones con sus empleados, sobre todo en el plano económico (sueldos, horas extras y otras), y por supuesto sociales.

5.-OBLIGACIONES CON SU CAPITAL:

Cuidar el capital es justamente, observar que la empresa tiene una base económica en su capital, y este debe obligadamente crecer, para medir realmente la existencia de la empresa.

Sucede que algunos pequeños empresarios no hacen lo que comúnmente le llamamos caja, o sea, llevar claramente las cuentas de las ventas diarias para que ello permita determinar cual es la ganancia real de la que puede disponer posteriormente. Generalmente a esta practica comercial se le llama "comerse el capital", que significa que lentamente todo el capital inicial desaparece, a causa del desorden y de una mala gestión.

6.-OBLIGACIONES DEL EMPRESARIO CPN EL MEDIO SOCIAL Y NATURAL: La empresa debe, en realidad, cumplir al respecto con dos obligaciones:

6.1- Con el medio social, a producir en primera instancia, aquello importante para la humanidad en general. Se debe priorizar la producción y no producir tan solo lo que se sabe hacer o deja más ganancia, ya que ese es un sentido demasiado economista de la producción. Por ello, es importante tener en cuenta producir lo necesario, primero, posteriormente aquello que va a mejorar nuestra condición de vida, para luego llegar a la producción de necesarios u otros menos necesarios. Es muy fácil llegar al consumismo, y ello es una enfermedad bastante grave del mercado, que hace gastar en cosas realmente innecesarias.

6.2- Con el medio natural, cuidar nuestro planeta parecía ser una frase muy repetida. Pero en realidad, este planeta es el único que tenemos a nuestra disposición. Posiblemente el ser humano puede tardar miles y miles de años en poder quizás, prepara otros planetas para vivir.

Por eso nos sale mucho más económico que dediquemos nuestros esfuerzos en cuidar el único planeta que tenemos para vivir

Hoy en día exciten muchas empresas ecológicas las cuales se procuran de no ensuciar nuestra naturaleza.

34.- ¿Qué efectos produce una mala relación de la empresa con otros organismos?

Los efectos que puede producir una mala relación entre empresas puede ser muy negativo para ellas porque con una mala relación hacen que los otros organismos se vayan alejando logrando que a medida del tiempo la empresa se vaya quebrando hasta llegar hasta la quiebra definitiva.

35.- ¿Quién es un empresario?

Empresario: se distingue con este nombre a la persona que realiza o explota una obra o servicio por cuenta propia; ya sea porque la contrata, la dirige, etc., pero es él quien asume la responsabilidad y los riesgos a cambio de la obtención de beneficios.

El empresario decide que hacer, reúne los medios o recursos para producir, reúne la fuerza de trabajo e inicia un proceso de producción o explotación económica. Si en esas gestiones tiene éxito, recibirá el beneficio económico; si por el contrario, fracasa, entonces asumirá las pérdidas.

Así mismo también se dice que el empresario es un agente innovador capaz de desarrollar nuevos productos y nuevas técnicas de producción para el desarrollo de los mercados.

Obviamente cada empresario posee en su propio estilo de vida la diversa variedad de necesidades que se pueden atender o explotar.

En la actualidad ser empresario, más que una forma de trabajo es un estilo de vida, debido a que se están asumiendo constantemente una serie de condiciones comunes a su naturaleza, como por ejemplo la imaginación, la capacidad de planificar, la toma de decisiones, la solución de conflictos, etc., y que lo hace diferente del trabajador dependiente, no importando su jerarquía.

En realidad, son muchas las definiciones que se utilizan para definir a un empresario.

36.– ¿Cuáles son las características humanas y profesionales de la empresa?

La sociología estudia las relaciones sociales. La empresa recibe las cosas de la sociedad y la sociedad recibe cosas de las empresas. La empresa es importante para el proceso de reproducción social, la empresa ha difundido el conjunto de valores y aptitudes que hoy nos parecen normales; pero no lo son, otro rasgo es el culto a la realización del trabajo, la competitividad.

Existen algunas obligaciones que el empresario debe cumplir y estas se resumen en dos grandes grupos.

La primera se conoce como el rol social: se entiende por cada una de las siguientes acciones:

- Genera fuentes de trabajo.
- Genera riquezas para el país.
- Mejora o desarrolla su entorno.
- En algunos ámbitos colaboran con la función del estado (específicamente la beneficencia y el servicio público)
- Mejora el standard de vida de la población.

Ética del empresario: la ética es el cumplimiento de ciertas normas que nos rigen moral y socialmente y el empresario no está ajeno a estos incumplimientos. Actúa dentro de la ley y lo podemos apreciar en las siguientes observaciones:

- Cumple con el pago de sus impuestos.
- Cumple con las remuneraciones de sus empleados.
- Paga oportunamente a sus proveedores.
- Trata a su personal en forma digna.
- Practica con su ejemplo.

37.– ¿Qué capacidad debe tener y desarrollar un empresario?

Un empresario es una persona que tiene las siguientes capacidades:

a).– capacidad de crear un proceso productivo: Generalmente un empresario se diferencia de la persona común, porque posee la visión de crear cosas y al mismo tiempo de innovar, también son capaces de darle a las nuevas ideas un alto grado de realización.

b).– capacidad de reconocer un mercado: Entendemos por mercado a la interacción entre compradores y vendedores par un producto o servicio determinado.

Grupo de personajes que interactúan entre sí, que tienen disponibilidad de dinero y poder de compra, además existe un tiempo y un lugar.

El tiempo es importante pues en el mercado las oportunidades son temporales es decir que cada producto o servicio que se ofrece tiene su oportunidad en el tiempo o en su ciclo de vida y el empresario posee esa visión de crear o vender en el momento adecuado. También el concepto de lugar ocupa gran interés pues se refiere a donde colocan los productos, ya sea en ciertas áreas físicas (plaza), o en ciertos sectores socio–económicos (segmentos).–

c).– capacidad de organizar recursos: El empresario debe tener la habilidad de ordenar o distribuir equitativamente los recursos que logra reunir con el fin de producir.

Existen muchos recursos productivos; sin embargo cuando hablamos de su capacidad organizadora, básicamente hablamos de dos recursos. (recursos materiales y recursos humanos)

Básicamente el empresario organiza el orden social y el material.

d).– capacidad de aplicar nuevas tecnologías: podemos entender como hecho a la aplicación de nuevas técnicas de producción o bien la aplicación de la técnica y la ciencia de los procesos industriales.

Dada la evolución de los mercados resultaría imposible producir en la actualidad sin cambios de tecnología.

El empresario siempre estará atento a los cambios pues de esa manera se protege de la obsolescencia tecnológica.

5.– habilidad para seleccionar materias primas: se refiere al justo equilibrio entre la capacidad de crear un producto al precio de mercado conveniente con relación a la búsqueda de elementos o materias primas que logren un producto de calidad de acuerdo a las exigencias o posibilidades del mercado.

6.– capacidad de administrar el recurso laboral o fuerza del trabajo: esto se refiere a la habilidad de conducción o dirección del recurso humano que comienza con la captación del personal, la selección, la preparación y la ubicación en un puesto de trabajo. Esta capacidad tiene su máxima expresión en donde mando o es ejercicio de la autoridad.

38.– ¿Cómo medir las aptitudes de un empresario?

Las aptitudes de un empresario se miden a través de lo que refleja el éxito de su empresa, por ejemplo si las ideas que tiene para ella funcionan en el mercado, si son de alta creatividad o son mediocres, si el público queda conforme con su producto o servicio, y tiene la capacidad de elegir bien su personal como su administración y contaduría, o sea, las aptitudes se van midiendo a través del tiempo por que o si no, no hay como comprobar si es buen o mal empresario.

39.– ¿Qué es la ética profesional?

La ética es el cumplimiento de ciertas normas que nos rigen moral y socialmente, y el empresario no está ajeno a estos cumplimientos. Actúa dentro de la ley y lo podemos apreciar en las siguientes observaciones: cumple con el pago de sus impuestos, cumple con las remuneraciones de sus empleados, paga oportunamente a sus proveedores, trata a su personal en forma digna.

40.– ¿Cuál es el rol del empresario en nuestra sociedad?

Por el rol social de la empresa se pueden entender varias cosas tales como genera riquezas para el país: genera fuentes de trabajo mejora o desarrolla su entorno, en algunos ámbitos colaboran con la función del estado; , específicamente la beneficencia y el servicio público, etc mejora el estándar de vida de la población.

41.– ¿Qué es producir?

La producción es un proceso de transformación de materias primas a productos finales, mediante un proceso productivo; esto en términos industriales.

Sin embargo dada la diversidad productiva debemos ampliar el concepto hacia otras dimensiones.

Por ejemplo la producción es la suma de los productos del suelo o de la industria que tiene como consecuencia un producto final y que toman capital, suelo y trabajo para transformarlo en producto final.

Obviamente la habilidad para producir depende de la correcta aplicación de ciertos procesos que comienzan con una correcta planeación de la producción a fin de evitar el máximo de riesgos que pueden llevar al fracaso. Esta planeación nos plantea por ejemplo:

Planeación – qué, cómo, cuándo, para qué.

42.– ¿Qué producir, un bien o un servicio?

Producir un bien o un servicio, es relativo a las necesidades de los usuarios, por que son cosas distintas pero de igual importancia entre ellas, no así para el cliente que por ejemplo quiere poner seguridad a su casa, va a tener que contratar un servicio de seguridad a el no le serviría contratar una empresa de muebles, esto quiere decir que producir un bien o un servicio es según la situación, los usuarios eligen el lugar y el tipo de mercado.

43.– ¿Cuáles son las diferencias entre un bien y un servicio?

La diferencia entre un bien y un servicio, es que el bien es un material tangible, es decir, está al alcance de los sentidos de los clientes, mientras que los servicios son aquellos que de su producción el resultado es intangible, pero que permite mejorar la calidad de vida de la sociedad, porque sus resultados son percibidos por las personas, por ejemplo las compañías de seguridad y en el caso de los bienes un ejemplo sería una fábrica de muebles.

44.– ¿Por qué producir?

El producir se realiza principalmente por que hay que satisfacer las necesidades de las personas. También para darnos una mejor manera de vivir, para obtener beneficios, entre otras.

Las empresas tienen la obligación de efectuar una producción, ya que o si no estas no tendrían razón para poder existir, además de estas producciones se obtienen grandes beneficios que son buenas para las empresas y también para las personas, ya que cuando una empresa produce y rinde, sus bienes o servicios, están creando riquezas para ellos mismos, y esto les sirve para poder seguir produciendo y poder tener una buena vida y a la vez crean empleo de lo cual muchas personas se benefician al tener trabajo y poder llevar así el sustento a su hogar.

45.– ¿Cómo planificar efectivamente la producción?

Documentos que se ocupan para planificar efectivamente una producción:

- Plano de montaje: Muestra una visión del despiece del producto. Suele ser un dibujo tridimensional que se conoce como diseño isométrico. El plano muestra cómo se ensamblan las distintas piezas.
- Diagrama de montaje: Recoge de forma esquemática cómo se monta el producto, los distintos componentes, y los puntos en los que se ensamblan.
- Hoja de ruta: Enumera las operaciones necesarias para obtener el producto a partir de los materiales detallados en la lista de materiales.
- Orden de trabajo: Instrucción para obtener una determinada cantidad de producto.

46.– Defina marketing

Es el conjunto de técnicas utilizadas para la comercialización y distribución de un producto entre los diferentes consumidores. El productor debe intentar diseñar y producir bienes de consumo que satisfagan las necesidades del consumidor con el fin de descubrir cuáles son estas, se utilizan los conocimientos del marketing. Al principio se limitaba a intentar vender un producto que ya estaba fabricado, es decir la actividad del marketing era posterior a la producción del bien y solo pretendía fomentar las ventas de un producto final. Ahora el marketing tiene muchas más funciones que han de cumplirse antes de iniciarse el proceso de producción, entre estas cabe destacar la investigación de mercados en diseño y desarrollo y prueba del producto final.

El marketing o mercadotecnia se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y sus deseos e influir en su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran un determinado producto. La actividad del marketing incluye la planificación, organización, dirección y control de la toma de decisiones sobre las líneas de producto, los precios, la promoción y los servicios post-venta. En estas áreas el marketing resulta imprescindible, en otras, como el desarrollo de las nuevas líneas de producto, desempeña una función de asesoramiento y además es responsable de la distribución física de los productos, establece que los canales de distribución y supervisa el transporte de bienes desde la fábrica hasta la empresa y de ahí al punto de venta.

47.– ¿Qué es mercado?

Mercado es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados. Entre las distintas clases de mercados podemos distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones.

El término mercado también designa el lugar donde se compran y venden bienes, y para referirse a la demanda de consumo potencial o estimada.

48.– ¿Qué significa imagen corporativa de la empresa?

La Imagen Corporativa representa el estado de opinión de determinados grupos acerca de una institución. La imagen no se emite. Está instalada en la mente de la gente. La imagen existente en la gente determina sus actitudes básicas hacia la institución. Determina predisposiciones favorables o desfavorables. Posee inercia propia. Las imágenes tardan en formarse, tardan en cambiar.

49.- ¿Cuáles son los equipos de uso frecuente hoy en materia de comunicación, impresión, procesador de textos en una empresa?

En materia de comunicación se emplean fax, teléfonos celulares, teléfonos fijos, el e-mail, etc.

En materia de impresión se ocupan fotocopiadoras a color, escáner, impresoras a láser, etc.

En materia de procesadores de textos se ocupa Microsoft Office Word, para planillas se ocupa Microsoft Office Excel, para hacer base de datos se ocupa Microsoft Office Access, para hacer vía – positiva se utiliza Microsoft Office Power Point, etc.

CONCLUSIÓN.

Al finalizar la investigación, damos por seguro que entendemos que definitivamente la empresa como entidad comercial satisface las necesidades del ser humano (persona natural o jurídica), gracias al conjunto de factores dentro de la empresa denominados sistema, que se interactúan e interrelacionan entre si con un mismo fin u objetivo que es satisfacer nuestras necesidades.

Cualquier persona natural puede tener su propia empresa y a su vez generar empleo, para aquello debe contener materias primas y recursos y una factibilidad de lo que se pretende realizar.

Para poder iniciar una empresa se debe de seguir ciertos requisitos legales como la inscripción en el servicio de impuestos internos, en la escritura social (si es que es una sociedad de responsabilidad limitada).

Las empresas se clasifican como publicas, mixtas, privadas, como pequeñas empresas, medianas empresas y grandes empresas. Esta clasificación es según el numero de trabajadores, el tamaño de la empresa, su capital, etc.

También hemos concluido que las formas de comunicación en estas épocas han sido muy avanzadas porque ahora todo es más práctico y rápido, como por ejemplo en estos momentos la comunicación de un país a otro llega a través de teléfonos, Internet, satélites, etc. en milésimas de segundos. Las noticias a nivel mundial casi transcurre en el mismo momento en que se esta produciendo la noticia. Se puede informar a la empresa de sus intereses, también las maquinarias son más avanzadas, por efecto de la tecnología, todo se hace en forma mecanizada, o sea en grandes cantidades, por ejemplo impresiones , procesadores de textos, estampados, vehículos por serie, etc.

Los organismos que fiscalizan a la empresa son por ejemplo el servicio de impuestos internos (SII), que es el encargado de fiscalizar que todas las empresas paguen los impuestos cada mes, el servicio nacional de salud en caso de que la empresa tenga que ver con un giro de comida, el SEREMI de transporte en caso que sea una empresa de transporte, etc., esto es muy importante para las empresas ya que las empresas necesitan de estos organismos para tener una mejor función y que todo esté mas ordenado.

También hemos concluido que el mercado para las empresas son muy importante porque sin este las empresas no tendrían conocimiento de la competencia y no tendría plaza donde distribuir sus bienes o servicios.

El marketing es importante también para la empresa para la comercialización de sus productos y conocer nuevas técnicas para mejorar todo lo que tiene que ver con técnicas de comercialización y compraventa.

Otro punto importante para nosotros fue la ética profesional porque para un empresario esto es fundamental sin ello un empresario no sería totalmente completo ya que estas normas son esenciales. Estas normas son : cumplir con el pago de sus impuestos, cumplir con las remuneraciones de sus empleados, pagar oportunamente a sus proveedores, tratar a su personal en forma digna.

A nosotros como grupo nos sirvió para poder saber más sobre el concepto empresa y todo lo que de él deriva, ya que si nosotros vamos a ser contadores generales debemos saber cómo organizar y llevar a cabo la empresa del cliente. Con los conceptos aprendidos durante el trabajo podremos perfectamente llevar a cabo operaciones que nos pidan nuestros clientes, todo en una forma ordenada y responsable