



SENCE

- + Oportunidades
- + Capaz
- + Empleo

Manual de el/la Facilitador/a

Mejorando la administración y finanzas de **mi negocio**

Marco Conceptual



MANUAL DE EL/LA FACILITADOR/A MARCO CONCEPTUAL

Programa de Formación para Emprendedores y Emprendedoras
Mejorando la Administración y Finanzas de mi Negocio

Documento preparado por

Corporación Construyendo Mis Sueños
www.construyendomisueños.cl

Contenidistas

Brigitte Jara
Camila Saavedra
Pablo Urbano

Revisión metodológica

Rodolfo Chiple
Daniela Valdebenito
Gabriela Valenzuela

Edición

María José Gamonal
Constanza Zambrano
Solsiré Giaverini

Diseño y diagramación

Ariadne Marín
Jorge De la Paz
Coraje Estudio
www.corajeestudio.cl

Contó con la colaboración técnica y financiera de

OTIC SOFOFA Capital Humano

El presente manual es un material de uso exclusivo para fines académicos y de enseñanza. No pretende generar juicios de valor ni representa la opinión de SENCE, Construyendo Mis Sueños, Coraje Estudio ni OTIC SOFOFA.

ÍNDICE

CURSO : MEJORANDO LA ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS DE MI NEGOCIO

Módulo 1: Evaluando la situación financiera de mi negocio

1.	Las expectativas (o dónde se quiere llegar)	7
2.	Objetivos personales	7
3.	Visión del emprendimiento	7
4.	Habilidades personales y recursos disponibles personales	7
5.	Mapa de ruta de aprendizaje	12
6.	La importancia de registrar	12
7.	Situación económica y financiera	12
8.	Reportes	12

Módulo 2: Fortaleciendo la administración y finanzas de mi negocio

1.	Flujo de caja	17
2.	Opciones de financiamiento	17
3.	Tasa de interés	18
4.	CAE	18
5.	Contabilidad	19
6.	Estados financieros	19
7.	Ecuación patrimonial	20
8.	Activos	20
9.	Pasivos	21
10.	Patrimonio	21
11.	Ingresos	21
12.	Costos	21
13.	Gastos	21
14.	Margen bruto	22
15.	Impuestos	22

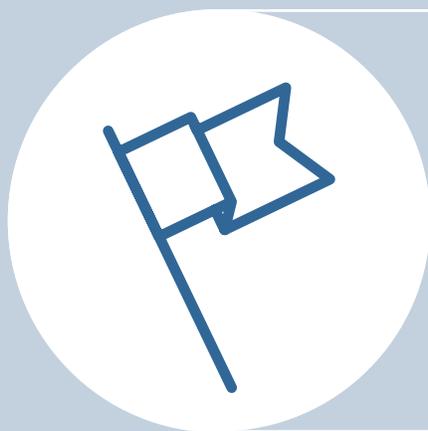
ÍNDICE

16.	Columnas balance de 8 columnas.....	22
17.	Renta.....	22
18.	Servicio de Impuestos Internos (SII).....	23
19.	Contribuyentes.....	23
20.	Tipos de contribuyentes en Chile.....	23
21.	Régimen tributario.....	24
22.	Facturación electrónica.....	24
23.	Multas.....	24
24.	Situación tributaria.....	24
25.	Declaración de impuestos mensuales (formulario 29).....	25
26.	Pago provisional mensual (PPM).....	25
27.	Impuesto al valor agregado (IVA).....	25
28.	Honorario.....	26
29.	Base imponible.....	26
30.	Formulario 22.....	26
31.	Formulario 50.....	27
32.	Libros contables.....	27
33.	Las emociones.....	28
34.	Evaluación de aprendizaje.....	28
35.	Fijación de metas (modelo SMART).....	28
36.	Elementos claves de la administración financiera.....	30
37.	Plan de acción.....	30
38.	Compromisos.....	31

SENCE

- + Oportunidades
- + Capaz
- + Empleo

Manual de el/la Facilitador/a
Marco Conceptual



MÓDULO 1

EVALUANDO LA SITUACIÓN
FINANCIERA DE MI NEGOCIO

Marco Conceptual Módulo 1

1. LAS EXPECTATIVAS (O DÓNDE SE QUIERE LLEGAR)

Reconocer las expectativas permite evitar la frustración. La frustración se produce cuando no se logra lo que una persona

quiere. Ayuda a regular las expectativas, “el rayado de cancha inicial”.

2. OBJETIVOS PERSONALES

Se entenderá como aquella meta personal que se propondrá el/la participante a

trabajar y cumplir durante el curso y que tenga efecto en su emprendimiento.

3. VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

Para efectos de este manual, VISIÓN corresponde a SUEÑO de negocio. Es decir, a la imagen futura que se tiene de la empresa. Responde a la pregunta: “¿Dónde quiero estar como empresa en 10 o 20 años más?”

para los/as trabajadores/as de la empresa, especialmente cuando están pasando por tiempos difíciles. De ahí su importancia. Los sueños son una de las claves para que todo emprendimiento llegue a su éxito y perdure en el tiempo. El llamado es a no olvidarlos.

La visión, es una fuente de inspiración

4. HABILIDADES PERSONALES Y RECURSOS DISPONIBLES PERSONALES

Aquellas capacidades que permiten una mejor relación con otros/as y que sirven para administrar las empresas. Se construyen a lo largo de la vida. A continuación, se definen aquellas habilidades más relevantes para la administración financiera de una empresa:

del lenguaje de Rafael Echeverría).

a. COMUNICACIÓN EFECTIVA

Para comunicarse mejor, lo principal es tener una buena escucha (capacidad de recibir el mensaje de el/la otro/a). La escucha se genera cuando una persona percibe (con los sentidos disponibles) e interpreta lo que otra persona le dice. En resumen: ESCUCHAR= PERCIBIR + INTERPRETAR. (Fuente: Ontología

Por otro lado, es importante recordar que conversación significa “cambiar juntos”. Por lo tanto, sólo se produce cuando uno/a habla y el/la otro/a escucha: Si dos amigos/as se reúnen y sólo es uno/a el/la que habla, eso es un monólogo, no una conversación.

La investigación del psicólogo alemán Albert Mehrabian (años 80), concluyó que la comunicación es:

- › Un 7% verbal.
- › Un 38% paraverbal (factores asociados al manejo de la voz, por

ejemplo: Tono, timbre, volumen y entonación).

- › Un 55% corporal (lenguaje gestual).

Lo anterior, se traduce en que el porcentaje mínimo de la conversación lo proporciona el contenido (las palabras). Los/as oyentes atienden mucho más a la manera en que se dice algo (voz y cuerpo), que a las palabras o al mensaje que escuchan. De esta forma, es muy importante estar conscientes de la corporalidad y de las emociones al momento de comunicar, y, por supuesto, al momento de conversar con otros/as, ya que a veces el discurso puede estar perfecto desde la redacción y la coherencia, pero si no está acompañado de la emoción y la corporalidad adecuadas, el pedido puede resultar un fracaso.

Aplicando lo anterior, a las conversaciones de administración financiera con los equipos de trabajo, se puede ir mejorando en ese ítem.

b. LAS REDES COMO FORTALEZA PARA EMPRENDER

Dentro de las fortalezas y desafíos de los/as emprendedores/as es importante destacar las redes de apoyo personales, de la propia red familiar así como también la red de instituciones y organizaciones público/privadas que brindan apoyo y asesoría a emprendedores/as en diversas etapas de desarrollo. En este contexto, es importante señalar a las REDES como un elemento central del análisis del entorno y de las fortalezas y desafíos del emprendimiento/emprendedor(a).

Se entiende por REDES de colaboración

todas aquellas personas e instituciones que pueden apoyar diversas funciones o resolver diversos requerimientos (conocimiento, activos, recursos, capital, financiamiento, etc.) a los que se enfrenta un/a emprendedor/a y su emprendimiento durante su proceso de desarrollo. El esfuerzo de el/la emprendedor/a debe guardar relación con:

- › Identificar las redes de colaboración.
- › Conocer la oferta de cada uno/a de los que componen las redes de colaboración.
- › Conocer el modelo de relacionamiento/cobro/retribución de cada uno de los que compone la red de colaboración.
- › Concretar alianzas de colaboración cuando corresponda.
- › Mantener la relación en el tiempo de acuerdo al valor que agrega al negocio.

c. PEDIDOS, OFERTAS Y PROMESAS PARA ADMINISTRAR FINANCIERAMENTE DE UNA

Muchas veces pedimos cosas a alguien, y nos decimos: ¿Qué pasó que no llegó lo que pedí? La mayoría de las veces, pensamos que el responsable es el/la otro/a. Sin embargo, ¿qué tal si el responsable soy yo?, ¿se lo han preguntado?, ¿qué tal si no estoy pidiendo de la forma correcta? Es por ello, que acá queremos presentarles los elementos que necesita tener un pedido para usarlo de la manera correcta en la administración financiera de sus negocios.

Un **PEDIDO** necesita tener:

- › **Orador/a:** Es quién pide.
- › **Oyente:** Es a quién se le hace el pedido.
- › **Condiciones de satisfacción:** Es qué se pide. Por ejemplo: “Si pido un informe financiero, ¿qué información es la que quiero que contenga realmente? Si pido sólo “un informe financiero” es muy amplio. La forma correcta de pedir es: “Te pido que me envíes un informe financiero que contenga: Un balance 2016 de 8 columnas y nada más. Además, quiero que me lo envíes en formato PDF por mail”.
- › **Plazos:** Es donde se indica para cuándo se está pidiendo. Volviendo al ejemplo anterior, es importante indicar para cuándo. Entonces, el pedido es: “Te pido que me envíes un informe financiero que contenga: Un balance 2016 de 8 columnas y nada más. Además, quiero que me lo envíes en formato PDF por mail, **a más tardar, el próximo martes 27 de mayo a las 16:00 hrs.**”. Y luego, la otra persona tiene que responderme sí o no, y según eso, el pedido se cierra. Si dice que sí, el pedido se convierte en una **PROMESA**. En caso que no se cumpla la **PROMESA**, se puede **RECLAMAR**”.

Las PROMESAS o acuerdos son los actos lingüísticos que permiten coordinar acciones con otros/as. Cuando alguien hace una promesa, se compromete a ejecutar una acción a futuro. De esta forma, la promesa es un acto profundamente relevante, ya que cambia el mundo desde el momento en que se hace y es aceptada, no sólo en el

momento que se cumpla.

“Cuando una persona se compromete ante una sociedad, establece una identidad sobre quién es. Cuando rompe la promesa, también. Pocos actos tienen mayor influencia en la identidad pública que aceptar una promesa y no cumplirla”

Es importante entender que al hacer una promesa, hay 2 procesos involucrados que ocurren en distintos períodos de tiempo:

- › El proceso de hacer la promesa.
- › El proceso de cumplirla.

Ambos procesos tienen su propio punto de cierre. La promesa, como un todo, se finaliza sólo cuando se ha completado su cumplimiento. Es decir, al final del segundo proceso.

Para **una OFERTA**, la estructura es exactamente la misma:

- › **Orador/a:** Es quien oferta.
- › **Oyente.** Es a quién le hacen la oferta.
- › **Condiciones de satisfacción:** Es la especificación de lo que se está ofertando. Por ejemplo: “Estoy ofertando ayudarte este jueves en la mañana en tu negocio. Debo especificar: Este jueves te puedo ayudar en la caja de tu negocio”. Y así queda claro, que no se le ayudará por ejemplo, haciendo los almuerzos.
- › **Plazos:** Es para cuándo se está haciendo la oferta. Volviendo al ejemplo anterior: “Oferto ayudarte este jueves 19 de septiembre entre 9:00 hrs. y 13:00 hrs.”. Así queda

claro que la persona no llegará más temprano, ni se quedará más tarde. Si el otro/a acepta, se convierte en una **PROMESA**. En caso que la persona no cumpla con la **PROMESA**, es decir que llegue por ejemplo, a las 9:30 hrs., el/la otro/a tendrá todo el derecho a reclamar.

Ojo con los **CONTEXTOS DE OBVIEDAD** cuando se dan las condiciones de satisfacción. Es decir, no dar nada por hecho. No todos/as tienen por qué pensar lo mismo. Por ejemplo: "Si le digo a mi socio de años: Nos juntamos mañana a las 15:00 hrs. en el lugar de siempre, lo más seguro es que el socio llegue al lugar de siempre. Sin embargo, si se le dice lo mismo a un nuevo integrante del equipo, lo más probable es que no sepa a dónde llegar, producto que se generó un contexto de obviedad".

Importante es decir, que las mejores ofertas son aquéllas que se hacen cargo de las necesidades y/o inquietudes de el/la otro/a, sin que el/la otro/a las comunique. Se asegura el sí rotundo frente a la oferta. Esto aplica muy bien en el caso de los negocios, cuando una persona es capaz de desarrollar una oferta de producto y/o servicio que se hace cargo de una necesidad del cliente; sin lugar a dudas será un éxito, ya que los clientes por sí solos dirán que sí: "Esto es lo que necesito, esto es lo que compro".

En resumen, la estructura para hacer un pedido o una oferta es:

"YO TE PIDO/OFFERTO (...) que hagas (...) en el tiempo (...)"

¿Y dónde aparecen los pedidos, ofertas y

promesas en la administración financiera de la empresa?

Aparecen en cada momento que una persona del equipo se relaciona con la otra para pedir u ofertar algo (un informe, formularios, información para balances, etc.). En la medida que las promesas y ofertas se realicen cumpliendo con los elementos que deben tener. Por lo tanto: si se cumplen las promesas, lo más seguro es que la administración financiera de la empresa será impecable, cumpliendo con lo que espera el/la dueño/a del negocio. Incluso, se podrían llegar a superar sus expectativas.

Más información referente a pedidos, ofertas y promesas se pueden encontrar en el capítulo III: Los actos lingüísticos básicos, del libro Ontología del lenguaje de Rafael Echeverría.

d. **BARRERAS DE APRENDIZAJE PARA EMPRENDER**

De acuerdo a Fredy Kofman en su libro Metamagement, existen ciertas barreras para emprender:

- › **Personales**
 - › Miedo a no saber o a reconocer que no se sabe.
 - › Miedo a aprender.
 - › Creer que se aprende "con la cabeza".
 - › Pérdida de la capacidad de maravillarse.
 - › Paralizarse ante la confusión.
 - › Querer tenerlo todo claro, todo el tiempo.
 - › No asignarle prioridad al aprendizaje: "No tengo tiempo".
 - › No confiar en la capacidad de

- aprender: “Nunca podré aprender eso”.
- › No dar autoridad a otro/a.
- › **Contexto organizacional**
 - › Jerarquías rígidas y muy marcadas con estructuras piramidales.
 - › Burocracia.
 - › Desconfianza
- › **Contexto cultural**
 - › Chaqueteo y trivialidad
 - › Gravedad
 - › “Nadie es profeta en su propia tierra”.

Para profundizar en temas de aprendizaje, en especial de los enemigos/barreras del aprendizaje, las siguientes caracterizaciones son de utilidad:

Aprender es la dinámica de la vida. Aprender es natural al ser humano hasta que empiezan a aparecer los enemigos del aprendizaje que limitan, paralizan, esconden... ¿Cómo se aprende? ¿Cómo no se aprende? Algunos **ENEMIGOS DEL APRENDIZAJE** son:

- › **Incapacidad de admitir que no se sabe**
No ven lo nuevo como nuevo, más bien lo ven como más de lo viejo, como algo que ya conocen. Principal declaración: “Yo ya lo sé”, “Ya sé de lo qué se trata”.
- › **Desconfianza en la capacidad de aprender**
Personas que al ver lo nuevo como nuevo, plantean: “Nunca podría aprender eso”, “no soy lo suficientemente hábil para conocer esto”, “esto es muy complicado para mí”, etc. Principal declaración: “Dado la persona que soy, no puedo aprender eso”.
- › **Ceguera de la ceguera**
“No sabemos que no sabemos”. Cuando no

se sabe que no se sabe, el espacio para el aprendizaje no está disponible y bien se podrían perder muchas oportunidades para ampliar los conocimientos. Un requisito fundamental para producir el aprendizaje es una declaración de ignorancia: “Sé que no sé”.

- › **Querer tenerlo claro todo, todo el tiempo**

Ansiedad por tener todo claro permanentemente. Cualquier momento de confusión, de duda, de preguntas, es evitado a toda costa. No admiten que para llegar a saber se pasa por el no saber.

- › **No asignarle prioridad al aprendizaje**

Principal declaración: “No tengo tiempo”.

- › **La gravedad**

La gravedad es una actitud que alguna gente asume cuando cree que sabe. Hay un desprecio por el ignorante. Confunden su ser con lo que saben.

- › **La trivialidad**

Quien vive en la trivialidad no puede por su parte, hacer nada seriamente. Su manera preferida de ocultarse es riéndose de los demás, mientras se defiende a toda costa de la posibilidad de reírse de sí mismo.

- › **La incapacidad de desaprender**

¿Si funcionó bien así antes, por qué no va funcionar bien ahora? Persistirán por tanto, en acciones que fueron eficaces en otros tiempos, aunque los tiempos presentes exijan otras.

- › **Ignorancia del cuerpo**

El aprendizaje debe ser corporalizado. Las nuevas acciones deben realizarse recurrentemente hasta que el cuerpo pueda producirlas naturalmente, sin reflexión.

7. MAPA DE RUTA DE APRENDIZAJE

Es un esquema que permite diseñar cuál va a ser el camino para llegar a lograr las habilidades personales que quiere desarrollar. Éste incluye objetivos (lo que

quiero lograr), acciones (actividades que voy a realizar), pasos importantes a cumplir y plazos (fecha de cumplimiento).

8. LA IMPORTANCIA DE REGISTRAR

Al tener una empresa es importante que las cuentas de ingresos, costos, activos y deudas estén siempre al día y sean transparentes, de modo que el/la empresario/a pueda

entenderlas y analizarlas. Para tomar las decisiones sobre las futuras acciones o retos, es importante llevar un control exhaustivo de todo lo que sucede en la empresa.

9. SITUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Corresponden al estado que tiene una empresa desde dos puntos de vista complementarios entre sí en un momento determinado:

a. Situación económica: Capacidad o grado de eficiencia para producir utilidades. Indica si la actividad es

un buen negocio en términos de rentabilidad.

b. Situación financiera: Capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Está relacionada al nivel de endeudamiento de la empresa y a su capacidad para pagar las obligaciones.

10. REPORTE:

Registros ordenados respecto al movimiento de una empresa.

a. Carpeta tributaria: Es un producto gratuito que el Servicio de Impuestos Internos pone a disposición de el/la empresario/a para solicitar un crédito, acreditar renta o tamaño de su empresa o simplemente, enviar información personalizada a terceros. Se puede descargar y compartir desde la página web del Servicio de Impuestos Internos: <http://www.sii.cl> (fuente: Página web del Servicio de Impuestos Internos).

b. Formulario 29, declaración de IVA: Corresponde a la declaración de carácter mensual de impuestos que, legalmente, deben ser retenidos y enterados (pagados) en arcas fiscales. Por ejemplo: El Impuesto al Valor Agregado (IVA) y los Pagos Provisionales Mensuales (PPM), entre otros (fuente: Página web del Servicio de Impuestos Internos).

c. Formulario 22, declaración de renta: Corresponde a la declaración de rentas (ganancias) anuales, que debe ser presentada por las empresas y las personas para cumplir con sus

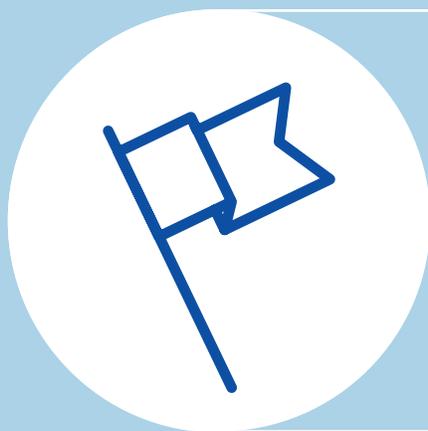
obligaciones tributarias.

- d. **Balance de 8 columnas:** Es el estado financiero que refleja la situación actual de una empresa. Es generado por los/as contadores/as y es obligatorio entregar anualmente para las empresas que llevan contabilidad completa (para la Declaración de Renta en el Formulario 22).
- e. **Estado de resultado:** Es el estado financiero generado por los/as contadores/as que refleja cómo se obtiene la utilidad de una empresa. Se puede obtener a partir del Balance de 8 Columnas.
- f. **Flujo de caja:** Es el informe que refleja las variaciones de ingresos y egresos de caja o efectivo de una empresa en un período.
- g. **Registro de ventas:** Es el informe que contiene todas las ventas de una empresa.
- h. **Registro de compras:** Es el informe que contiene todas las compras de una empresa.
- i. **Libro de compras y ventas:** Es un libro obligatorio para los/as contribuyentes afectos al Impuesto al Valor Agregado (IVA), en el que se debe llevar un registro cronológico de las compras y ventas, y debe ser timbrado por el Servicio de Impuestos Internos (fuente: Página web del Servicio de Impuestos Internos).
- j. **Inventario:** Es el registro de los activos fijos que tiene una empresa con su descripción y valor.

SENCE

- + Oportunidades
- + Capaz
- + Empleo

Manual de el/la Facilitador/a
Marco Conceptual



MÓDULO 2

FORTALECIENDO LA ADMINISTRACIÓN Y
FINANZAS DE MI NEGOCIO

Marco conceptual Módulo 2

1. FLUJO DE CAJA

Informe que refleja las variaciones de ingresos y egresos de caja, o efectivo, en un período para una empresa.

2. OPCIONES DE FINANCIAMIENTO

Corresponde a las distintas formas que tiene una empresa de obtener recursos para Inversión, ya sea en Activos Fijos o en Capital de Trabajo. Las más destacables son:

- a. **Recursos Propios:** Corresponde a dinero con el que cuenta el/la empresario/a ya sea porque ahorró a través del tiempo, porque obtuvo capital producto de una herencia, indemnización u otra causa o por recursos que obtiene a través de terceros relacionados que no generan deuda como regalo de familiares, amigos/as o terceros que decidieron aportar para el proyecto del negocio.
- b. **Fondos Públicos:** En Chile, existe una variada oferta de programas de distintos organismos estatales que financian proyectos de emprendimiento. Los más comunes son aquellos del Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC; Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios, FOGAPE; Fondo de Solidaridad e Inversión Social, FOSIS; Corporación de Fomento de la Producción, CORFO; Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP, entre otros. También existen fondos específicos que otorgan los Municipios, para proyectos relacionados con Turismo, Actividades Artísticas y Culturales o para Empresarios pertenecientes a pueblos originarios. (Para mayor información de estos fondos se recomienda revisar la oferta actualizada en las Páginas Web de cada una de éstas instituciones).
- c. **Fondos Privados:** Corresponde a préstamos u otros instrumentos de financiamiento otorgados por Instituciones de Carácter Privado, todos los instrumentos generan un Pasivo a la empresa que lo solicita y existen diferentes tipos de acuerdo a la necesidad de cada uno. Se destacan:
 - › **Crédito.** Dinero que recibe el/la empresario/a para realizar una inversión o para capital de trabajo y se compromete a pagar en un plazo determinado y a un precio establecido (tasa de interés). Las entidades financieras que otorgan crédito son, entre otros, bancos, cooperativas de ahorro y crédito e instituciones microfinancieras.
 - › **Factoring.** Es un contrato donde las cuentas por cobrar (facturas, letras u otras) que tiene una empresa, correspondientes a las ventas a plazo u otras que no han sido

cobradas, son entregadas (cedidas) a una institución financiera que se encarga posteriormente de cobrarlas a cambio de entregar el dinero inmediatamente. Existen diferentes mecanismos, pero en general, la institución financiera que entrega el servicio, cobra un porcentaje de éste monto a cambio de la transacción total. Es importante entender bien las condiciones en las que se accede a este instrumento.

- › **Leasing.** Es una forma de financiar la obtención de activos fijos. La institución financiera que entrega

este producto financiero entrega los activos fijos deseados a la empresa, a cambio de pagos estipulados a modo de "arriendo", en donde finalmente se puede ejercer la compra del bien (a un precio bajo), alargar el contrato de leasing, o devolverlo a su dueño/a inicial.

Existen otras alternativas y el instrumento óptimo dependerá de la necesidad de financiamiento, la situación económica y financiera del emprendedor y las condiciones particulares que entregue la institución financiera.

3. TASA DE INTERÉS

Es un monto de dinero que se traduce en un porcentaje, mediante el cual se paga por el uso del dinero por parte de quien lo haya recibido. Si se trata de un depósito, la tasa de interés expresa el pago que recibe la persona o empresa que deposita el dinero por poner esa cantidad a disposición del otro. Si se trata de un crédito, la tasa de interés es el monto que el deudor deberá pagar a quien le presta, por el uso de ese

dinero. La ley chilena ha estipulado, para el caso de los créditos, un límite de interés que recibe el nombre de interés máximo convencional. Este interés no puede exceder en más de un 50% el interés corriente que rige al momento de la convención, ya sea que se pacte una tasa fija o variable. (Fuente: Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras)

4. CAE

Los créditos solicitados (de consumo, hipotecarios o de cualquier clase) tienen una Carga Anual Equivalente (CAE), que corresponde al costo total de un crédito por cada año, e incluye todos los gastos, prepagos e intereses. Es expresado en un

porcentaje. Permite comparar alternativas de préstamos en las distintas instituciones. Según el artículo 17 G de la Ley N°20.555, el CAE debe ser informado en toda publicidad de operaciones de crédito en que se informe una cuota o tasa de interés de referencia.

5. CONTABILIDAD

Sistema de control y registro de los gastos e ingresos que realiza una empresa (y demás operaciones económicas). Su función es medir y registrar. Su objetivo es entregar información para el control.

- a. **Contabilidad de gestión:** Es el sistema de control y registro de gastos, ingresos y demás operaciones económicas que realiza una empresa. Su función es medir y registrar, su objetivo es entregar información para el control.
- b. **Contabilidad tributaria:** Es el sistema de registro, clasificación, análisis y presentación de la información relativa a las operaciones financieras. Está diseñada para cumplir con las obligaciones de carácter fiscal de una empresa. En este sentido, la contabilidad tributaria se realiza para comprobar ante el Estado la gestión económica de la empresa y, como tal, está sujeta a la normativa jurídica en materia

tributaria vigente de Chile.

- c. **Contabilidad fidedigna:** Es aquella que se ajusta a las normas legales y reglamentarias vigentes: Registra fiel, cronológicamente y por su verdadero monto, las operaciones contables de una empresa.
- d. **Contabilidad completa:** Es aquella que comprende los libros de caja, diario y mayor, inventarios y balances, independiente de los libros auxiliares que exija la ley, como libro de ventas diarias, de remuneraciones, de impuestos retenidos, entre otros.
- e. **Contabilidad simplificada:** Es un tipo de contabilidad que autoriza la Dirección Regional del SII y que consiste en llevar un libro de entradas y gastos timbrado, o bien una planilla de entradas y gastos, sin que estén relacionados con los libros auxiliares que exijan otras leyes o el Director Regional.

6. ESTADOS FINANCIEROS

Conocidos también como “estados contables”. Son informes que se utilizan para dar a conocer la situación económica y financiera, y los cambios que vive una empresa en una fecha o en un período determinado.

- a. **Balance general:** Es un informe contable que indica los recursos o activos que posee una empresa en un momento determinado. Muestra

además, las fuentes de financiamiento de esos activos (pasivos y patrimonio).

- b. **Estado de resultados:** Es un informe contable que permite conocer cómo se han generado las ganancias o pérdidas de una empresa durante un período correspondiente. Es un resumen de los ingresos y gastos de una empresa (ingresos y gastos).

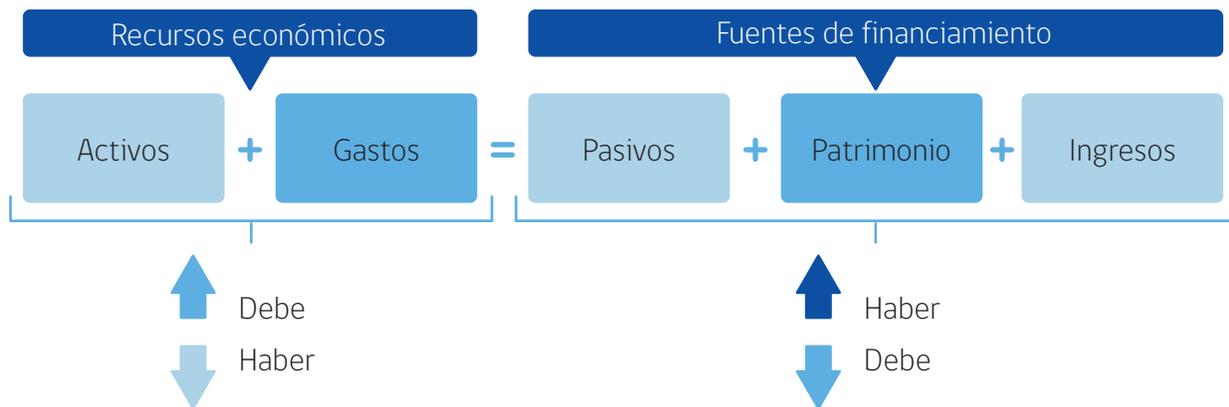
- c. **Balance de 8 columnas:** (concepto desarrollado en el punto 10. Reportes

del primer módulo del presente documento)

7. ECUACIÓN PATRIMONIAL

Es el resultante de comparar los recursos económicos (activos y gastos que son propiedad de una empresa) con las fuentes

de financiamiento (pasivos, patrimonio e ingresos).



8. ACTIVOS

Son los recursos que tiene una empresa, que representan valor para ella y que generan beneficio futuro. Ejemplos:

- Caja:** Es el dinero en efectivo que una empresa dispone.
- Banco (cuentas corrientes):** Son las transacciones bancarias que realiza una empresa.
- Cuentas por cobrar corto plazo:** Corresponden a aquellos clientes a los que se han entregado los productos y/o servicios que aún no han sido pagados (menos de 12 meses).
- Existencias o mercadería:** Son los bienes que posee una empresa

para su venta, transformación o incorporación al proceso productivo.

- Automóviles o camionetas:** Se refiere a los que pertenezcan a una empresa y que son utilizados para su desarrollo.
- Maquinarias:** Es el conjunto de máquinas o bienes de equipo con los que se realizan los procesos de una empresa.
- Marcas:** Es el derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.

9. PASIVOS

Son las obligaciones (deudas) actuales de una empresa que tienen su origen en operaciones económicas pasadas. Ejemplos:

- a. **Cuentas por pagar corto plazo:** Son los proveedores que dan créditos para pagar productos y/o servicios que ya fueron entregados a una empresa (menos de 12 meses).
- b. **Préstamos bancarios:** Es el financiamiento externo para una empresa.
- c. **Remuneraciones por pagar:** Son aquellas remuneraciones que han sido consideradas por una empresa, pero aún no han sido pagadas.
- d. **Impuestos por pagar:** Son los impuestos declarados pero que aún no han sido pagados.
- e. **Cuentas por pagar largo plazo:** Son las deudas de una empresa por más de 12 meses.

10. PATRIMONIO

Son los recursos propios de una empresa. Son sus activos menos sus pasivos.

- a. **Capital:** Lo conforman las aportaciones de los dueños/as y las donaciones, así como también el ajuste de esas partidas.
- b. **Resultado del ejercicio:** Es el resultado contable. Corresponde a la diferencia entre ingresos y gastos registrados en la cuenta de pérdidas y ganancias (utilidades) del ejercicio.

11. INGRESOS

Es el dinero recibido por la venta de productos o la entrega de un servicio.

12. COSTOS

Son aquellos desembolsos que están directamente relacionados con la naturaleza del negocio y que ya fueron utilizados.

Costo de venta o compras: Es el costo de producir todos los productos y/o servicios vendidos durante un período contable.

13. GASTOS

Son aquellos desembolsos que no están directamente relacionados con la producción y que ya fueron utilizados. Ejemplos:

- a. **Remuneraciones:** Es el pago a trabajadores/as que están contratados en una empresa. Considera sueldo líquido, impositivos, salud, entre otros.
- b. **Honorarios:** Es el pago a personas que realizan un servicio profesional específico en una empresa.

- c. **Arriendos:** Es el pago por el uso de espacios para el desarrollo de una empresa.
- d. **Publicidad:** Son los egresos que se hacen para impulsar la venta de productos.
- e. **Gastos bancarios:** Son los egresos

asociados a la mantención y al uso de cuentas bancarias.

- f. **Gastos generales (luz, agua, internet, gas):** Son los egresos de un negocio en curso, no incluidos ni relacionados con la actividad productiva.

14. MARGEN BRUTO

Es la diferencia entre la venta y los costos de una producción (adquisición de los

productos y/o servicio) durante el período.

15. IMPUESTOS

Son los pagos de dinero obligatorios que exige el Estado a los individuos y a las empresas.

- a. **Impuesto a la renta:** Es un impuesto que grava los ingresos que constituyen renta para todas las

personas naturales y jurídicas que realicen actividades dentro del país..

- b. **Impuesto de primera categoría:** Es un impuesto que grava la utilidad de las empresas.

16. COLUMNAS BALANCE DE 8 COLUMNAS:

- a. **Débito:** Es la suma del debe para esa cuenta.
- b. **Crédito:** Es la suma del haber para esa cuenta.
- c. **Saldo deudor:** Es la diferencia entre debe y haber cuando el debe es mayor.
- d. **Saldo acreedor:** Es la diferencia entre el debe y el haber cuando el haber es mayor.

- e. **Activos:** Es el saldo deudor de las cuentas de activos.

- f. **Pasivos:** Es el saldo acreedor de las cuentas de pasivos o patrimonio.

- g. **Pérdidas:** El saldo deudor de las cuentas de gastos.

- h. **Ganancias:** El saldo acreedor de las cuentas de ingresos.

17. RENTA

Es el ingreso que constituye utilidades o beneficios que rinda una cosa o actividad y todos los beneficios, utilidades e incrementos de patrimonio que se perciben o devenguen, cualquiera sea su origen,

naturaleza o denominación.

- a. **Renta presunta:** Es la renta para fines tributarios que se determina cuando las personas no pueden o están

eximidas de demostrar mediante contabilidad, los ingresos generados por un activo o negocio.

- b. **Renta líquida imponible:** Es la renta líquida a la cual le efectúan agregados

o disminuciones ordenados por la ley. Su resultado es la base para la aplicación de los impuestos correspondientes.

18. SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS (SII)

Es el servicio público que tiene a su cargo la aplicación y la fiscalización de todos los impuestos internos de Chile. Para más información, revisar www.sii.cl y en modalidad accesible www.sii.cl/transparencia

- a. **Oficinas presenciales:** El SII dispone de varias oficinas a lo largo del país. Una vez hecha la iniciación de actividades, a el/la contribuyente se le asigna una oficina dependiendo de su domicilio. Esta oficina será la correspondiente para realizar

todas las gestiones presenciales que requiera el/la contribuyente.

- b. **Oficina virtual:** Una vez hecha la iniciación de actividades y obtenida una clave secreta, es posible ingresar vía online a la página del servicio, la cual permite estar al tanto de la información tributaria y los documentos autorizados, como también, emitir documentos, conocer la situación de otros/as contribuyentes, entre otros.

19. CONTRIBUYENTES

Son las personas naturales o jurídicas, administradores/as o tenedores/as de

bienes ajenos, afectados por impuestos.

20. TIPOS DE CONTRIBUYENTES EN CHILE

La Ley de la Renta (www.sii.cl) los clasifica tributariamente en Primera o Segunda Categoría, de acuerdo al tipo de rentas o ingresos que obtengan:

- a. **Primera categoría:** De las rentas del

capital y de las empresas comerciales, industriales, mineras y otras.

- b. **Segunda categoría:** De las rentas del trabajo (remuneraciones y honorarios).

21. RÉGIMEN TRIBUTARIO

Conjunto de leyes, reglas y normas que regulan la tributación de las actividades económicas (para más información, revisar Régimen Tributario en www.sii.cl y en modalidad accesible www.sii.cl/transparencia):

- a. **Renta Atribuida (Art. 14 Letra A):** Es un sistema de tributación con el cual las empresas se encuentran obligadas a declarar sus rentas efectivas según contabilidades completas, determinando sus rentas líquidas imponibles. Los/as contribuyentes deben pagar con imputación total del crédito en los impuestos finales.
- b. **Semi Integrado (Art. 14 Letra B):** Es un sistema de tributación con el cual las empresas se encuentran obligadas a declarar sus rentas efectivas según contabilidades completas, determinando sus rentas líquidas imponibles. Los/as contribuyentes deben pagar en la medida que retiren efectivamente sus utilidades.
- c. **Tributación Simplificada (Art. 14 Ter):** Es un sistema de tributación simplificado que busca facilitar la tributación de los/as contribuyentes, liberándolos de algunas obligaciones tributarias.

22. FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

Es un sistema cuyo objetivo es otorgarle validez legal tributaria a la factura electrónica, como medio de respaldo de las operaciones comerciales entre contribuyentes, y reemplazar con ello, las facturas de papel que obliga a utilizar la actual normativa. Esto permite obtener mejoras en los procesos de negocios

de los/as contribuyentes, disminuir sustantivamente los costos del proceso de facturación y facilitar el desarrollo del comercio electrónico en el país, contribuyendo a impulsar su agenda tecnológica y modernización. Para más información, revisar la sección de Facturación Electrónica en www.sii.cl

23. MULTAS

Es una sanción de tipo económico por no cumplir con algunas de las obligaciones de

el/la contribuyente.

24. SITUACIÓN TRIBUTARIA

Es el conjunto de información tributaria de las empresas, principalmente referida a

impuestos y obligaciones.

25. DECLARACIÓN DE IMPUESTOS MENSUALES (Formulario 29)

Es el formulario de declaración y pago de impuestos mensuales de las empresas en Chile, que se completa en la página web del Servicio de Impuestos Internos. A través de este formulario se declaran y pagan los siguientes ítem:

- a. Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- b. Retención del 10% por concepto de honorarios.
- c. Pago Provisional Mensual (PPM).

26. PAGO PROVISIONAL MENSUAL (PPM)

Es el pago mensual de forma adelantada del Impuesto a la Renta. Éste servirá como abono (crédito) al impuesto. Por ejemplo: Si la diferencia entre los PPM pagados durante el año es mayor al monto

a pagar en impuestos en la declaración de abril, se obtendrá una devolución por dicha diferencia. Éste se paga junto a la declaración de impuestos mensuales.

27. IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)

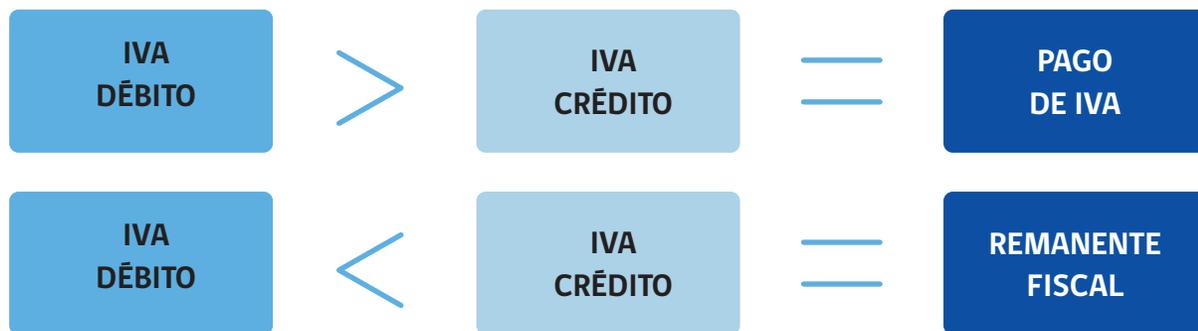
Es el impuesto que se aplica a las ventas que realiza un negocio. Dicha tasa es del 19% y es pareja para todas las ventas. Sin embargo, existen productos a los cuales se les aplica una tasa adicional como por ejemplo, al tabaco y a las bebidas. Este impuesto debe ser declarado y pagado de forma mensual, si es facturador manual, dentro de los 12 primeros días de cada mes, si es facturador electrónico, dentro de los 20 primeros días de cada mes. El monto de impuesto que la empresa debe pagar se determinará como la diferencia entre el débito fiscal y el crédito fiscal.

- a. **Débito fiscal:** Es la suma de los impuestos aplicados a las ventas del negocio y es un pasivo para las empresas (deuda).
- b. **Crédito fiscal:** Es la suma de los

impuestos pagados por el negocio cada vez que realiza una compra y es un activo para las empresas (beneficio).

- c. **Remanente fiscal:** Se produce cuando una empresa compra más de lo que vende en un período.
- d. **Postergación de IVA:** Está orientada a apoyar a la micro, pequeña y mediana empresa. La fecha de pago de IVA podrá postergarse hasta dos meses después de la fecha de pago correspondiente. El/la contribuyente debe realizar la declaración de IVA a través de Internet en los plazos legales, seleccionando Postergación Pago del IVA (código [756]) en el formulario. De lo contrario, no puede optar al beneficio.

Situaciones de pago del IVA



28. HONORARIO

Es la retribución monetaria que reciben las personas que prestan servicios basados, fundamentalmente, en las habilidades personales. El documento tributario asociado al pago es la boleta de honorarios y se compone de los siguientes elementos:

- a. **Monto líquido:** Es el dinero cancelado a quien realizó el trabajo.
- b. **Retención:** Corresponde al 10% del monto bruto. En general, es el empleador quien retiene el impuesto (el que contrata el servicio) y lo paga en la declaración de impuestos mensuales.
- c. **Monto bruto:** Es el monto líquido más la retención.

29. BASE IMPONIBLE

Es la renta para fines tributarios que se determina cuando las personas no pueden o están eximidas de demostrar mediante

contabilidad, los ingresos generados por un activo o negocio.

30. FORMULARIO 22

Este formulario se utiliza para cumplir las obligaciones tributarias anuales. Se presenta en abril del año siguiente. Dentro de los impuestos anuales a renta, se encuentran:

- a. **Impuesto de Primera Categoría:** Es un impuesto que grava la utilidad de las empresas.
- b. **Pago de impuesto anual a la renta o devolución solicitada:** En el caso de las empresas, si es positiva, significa que la empresa tuvo más pagos provisionales que impuesto a la renta que pagar. En el caso de ser negativa, es que la empresa tuvo menos pagos provisionales que impuesto a la renta que pagar.
- c. **Global complementario:** Es el impuesto que pagan las personas

naturales por sus ingresos. Para el cálculo de este impuesto se deben considerar todos los ingresos obtenidos durante el año que se va a declarar. A este monto, se le aplica una

tasa que va aumentando a medida que los ingresos son mayores; a través de tramos definidos empezando desde el 0% hasta el 40%.

RENDA IMPONIBLE ANUAL		FACTOR	CANTIDAD A REBAJAR
DESDE	HASTA		
DE \$ 0,00	" 7.481.646,00	EXENTO	\$ 0,00
" 7.481.646,01	" 16.625.880,00	0,04	299.265,84
" 16.625.880,01	" 27.709.800,00	0,08	964.301,04
" 27.709.800,01	" 38.793.720,00	0,135	2.488.340,04
" 38.793.720,01	" 49.877.640,00	0,23	6.173.743,44
" 49.877.640,01	" 66.503.520,00	0,304	9.864.688,80
" 66.503.520,01	" 83.129.400,00	0,355	13.256.368,32
" 83.129.400,01	Y MAS	0,40	16.997.191,32
UNIDAD TRIBUTARIA	* Mes de Diciembre de 2016 = \$ 46.183		
	* Anual (12 x \$ 46.183) = \$ 554.196		

31. FORMULARIO 50:

Es el formulario que sirve para cumplir con las obligaciones de otros impuestos más específicos. En el caso de las empresas de

menor tamaño, se utiliza para pagar el PPM voluntario.

32. LIBROS CONTABLES

Son documentos que permiten a el/la contribuyente llevar un registro contable de la empresa, realizar el balance anual y respaldar su actividad ante el SII.

Libro de caja: Es el libro o documento donde se anotan las entradas y salidas de dinero de una empresa.

a. Libro de egresos e ingresos: Es el libro tributario obligatorio para contribuyentes 14 Ter, donde se registran los ingresos y egresos de

una empresa.

b. Libro diario: Es el registro contable donde se anotan todas las transacciones en forma cronológica. Está compuesto por el debe y el haber, donde se registran los nombres de las cuentas debitadas y acreditadas con sus respectivos montos.

c. Libro mayor: Es el resumen del movimiento de cada una de las cuentas del libro diario. Este resumen

arroja un saldo deudor o acreedor por cuenta, el cual es trasladado posteriormente al balance.

- d. **Libro de compra y ventas:** Es el libro obligatorio para los/as contribuyentes afectos al IVA, donde se lleva un registro cronológico de las compras y ventas. Debe ser timbrado por el SII. En el caso de las empresas facturadoras electrónicas, debe ser enviado al SII.
- e. **Libro de remuneraciones:** Es el libro obligatorio para todo/a empleador/a

con cinco o más trabajadores donde se anotan las remuneraciones. Debe ser timbrado por el SII. Las remuneraciones que se encuentren en este libro serán las únicas que pueden considerarse como gastos por remuneraciones en la contabilidad de una empresa.

- f. **Libro de honorarios:** Es el libro donde se registran los honorarios y las retenciones de impuestos que debe hacer una empresa a terceros.

33. LAS EMOCIONES

Son reacciones que se viven cuando algo sucede (por ejemplo: “Cuando nos llaman para avisarnos que nos aprobaron un crédito bancario, nos alegramos; o cuando nos llaman para cobrarnos, nos da rabia) y **nos predisponen a la acción**. Dentro de las emociones destacan rabia, alegría, pena, miedo, amor, entre otras. Reconocer las

emociones, permite a las personas darse cuenta qué pueden hacer y qué no, ya que las **emociones predisponen** el actuar. Por ejemplo: “El miedo, ¿a qué me predispone?, me predispone a correr o a paralizarme”. (Fuente: Ontología del lenguaje de Rafael Echeverría, 2008).

34. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJE

Corresponde a una evaluación que hace el/la propio/a participante, junto al facilitador/a, recordando el camino que han recorrido

desde el inicio del curso hasta el término el mismo, permitiendo de esta forma, evaluar cuánto han aprendido durante este período.

35. FIJACIÓN DE METAS (MODELO SMART)

Primero, es relevante entender que existen metas de corto, mediano y largo plazo. A continuación su descripción:

- a. **Metas (objetivos) de corto plazo:** Cuando se habla de corto plazo, se

refiere a los próximos días, próxima semana o próximo mes (máximo un año). Entonces, la pregunta a responder es: “¿Cómo trabajaremos el próximo mes (día, semana o año)?” Hay que pensar en objetivos que den

respuesta a la necesidad de cambio, que aprovechen las oportunidades externas y mejoren la organización. Ejemplo: Aumentar las ventas en un 20% de mi producto estrella o disminuir los costos operacionales en un 10%.

b. Metas (objetivos) de mediano plazo: “¿Qué debería hacer de aquí a 3 años?” Los objetivos de mediano plazo cubren períodos desde 1 a 3 años. Ejemplo: “Quiero tener mis instalaciones del restaurant en una casa, no sólo un local de galería”.

c. Metas (objetivos) de largo plazo: “¿Qué debería hacer de aquí a 5 años?” Los objetivos de largo plazo cubren períodos de más de 3 años. Una vez que se tenga este punto y los anteriores definidos en su totalidad, se puede hacer un listado por orden de importancia para luego definir los planes de acción. Ejemplo: “Quiero estar en los top 10 del mercado de la venta de ropa en mi comuna”.

Es importante mencionar que las metas (objetivos), para que estén bien planteadas, deben cumplir con una serie de características, para lo cual se sugiere utilizar el **MODELO SMART**, que se traduce en:

- E**specífico
- M**edible
- A**lcanzable
- R**elevante
- T**iempo

A continuación, una explicación de cada característica:

- › **Específicos:** Deben tener una definición clara, entendible y precisa. No deben prestarse a confusiones ni dejar demasiados márgenes de interpretación. Por ejemplo: “Aumentar las ventas en un 20%”, no es lo suficientemente específico, ya que no se si quiero subir las ventas de todos mis productos o sólo de uno. Entonces es importante especificar, quedando: “Aumentar las ventas en un 20% de mi producto colaciones”.
- › **Medibles:** es decir se deben poder medir. Por ejemplo, a diferencia del objetivo “aumentar las ventas”, un objetivo medible sería “aumentar las ventas en un 20%”.
- › **Alcanzables:** Deben ser posibles, estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta la capacidad y los recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) con los que cuenta, así como la disponibilidad del tiempo necesario para cumplirlos. Por ejemplo: si soy gasfiter, me propongo atender a 20 clientes al día. Sin embargo no es alcanzable, ya que sólo soy capaz de atender al día máximo 12 clientes, asumiendo que cada uno/a tiene fallas menores.
- › **Relevantes:** esto quiere decir que está relacionada con una visión o un plan maestro ya sea de vida o de negocio. Por ejemplo: puedo comenzar a tomar flamenco por las

tardes (No es SMART si no te acerca a tu visión), o bien, los viernes por la tarde puedo volver a estudiar para saber más de pastelería, ya que así podré llevar mi negocio (pastelería) al siguiente nivel (Sí es SMART). Además es importante que sean retadores, ambiciosos (aunque realistas). No deben ser algo que de todas maneras sucederá, sino algo que signifique un desafío o un reto.

› **Tiempo:** si no establecemos un límite

de tiempo nuestras tareas y proyectos pueden prolongarse por tiempo indefinido, de ahí la importancia de establecer un plazo para cada objetivo. Volviendo al ejemplo de “aumentar las ventas en un 20% de mi producto colaciones” (así no está cumpliendo con el tiempo), sin embargo si pongo “Aumentar las ventas en un 20% de producto colaciones en un mes más” cumple con la temporalidad.

36. ELEMENTOS CLAVES DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Este capítulo será construido por los/las participantes del curso quienes deberán identificar cuáles son los conceptos claves,

en relación a lo aprendido, que permitirán mejorar su administración financiera.

37. PLAN DE ACCIÓN

Un plan de acción está compuesto por los siguientes elementos:

- a. **Metas (objetivos):** Existen metas de corto, mediano y largo plazo, y dependerá de cada organización y/o persona, qué tipo de metas se propone.
- b. **Indicadores:** Son las señales que muestran que el objetivo (meta) se está cumpliendo.
- c. **Acciones:** Son las que responden a la siguiente pregunta: “¿Qué actividad debo realizar para alcanzar mi meta?”.
- d. **Recursos:** Se refiere a aquello que se necesita para poder realizar esa acción. El recurso puede ser dinero,

una persona, tiempo, entre otros.

- e. **Plazos:** Son las que responden a la siguiente pregunta: “¿Cuándo comenzaré a realizar esa acción?, ¿cuándo terminaré esa acción?”. Es importante que los plazos sean precisos, es decir, se debe indicar día, mes y año, no basta sólo con mes y año.
- f. **Responsables:** Son aquellos que se asignan por cada actividad a realizar: “¿Quién, dentro de mi equipo, acepta la responsabilidad de implementar esa medida?”. Es relevante que quien tome la responsabilidad, sea capaz de asumirla. Es decir, que tenga las

competencias necesarias para llevar a cabo esa actividad.

Visualmente, un PLAN DE ACCIÓN se traduce en un cuadro como el siguiente:

(1) Meta (objetivo)	(2) Indicadores	(3) Acciones	(4) Recursos	(5) Plazos	(6) Responsables

38. COMPROMISOS

Son las también llamadas “promesas”, que permiten coordinar acciones con otros/as. Ya que, cuando alguien hace una promesa, se compromete a ejecutar una acción en el futuro. De esta forma, la promesa es un acto profundamente relevante, ya que cambia el mundo no sólo en el momento de cumplirla, sino que desde que se hace y es aceptada. Gracias a la capacidad de hacer promesas, se pueden lograr cosas que no serían posibles sin la habilidad de coordinar acciones con otros/as.

Es muy importante mencionar que para cumplir un compromiso responsablemente, primero la persona debe preguntarse si será capaz de hacerlo: “¿Tienes los tiempos para ello?, ¿tienes las competencias? Pues a veces, desde la buena intención y la baja capacidad de decir “NO”, nos comprometemos con responsabilidades que después no podemos cumplir y los mayores perjudicados somos nosotros/as mismos/as, ya que dañamos nuestra identidad y perdemos la confianza de la persona que estaba esperando el cumplimiento de nuestra palabra”.

“Cuando yo prometo ante la sociedad, establezco una identidad sobre quién soy; cuando rompo mi promesa, también. Pocos actos tienen mayor impacto en mi identidad pública como el aceptar una promesa y no cumplirla”.

Es por esto, que es preciso recordarles que tengan especial cuidado respecto a los compromisos que adquieran. “Asimismo, hay que tener precaución con las promesas que nos hacemos a nosotros/as mismos/as, ya que a veces les restamos importancia. Sin embargo, en el tiempo nos puede pasar la cuenta”. Sugerir que, cuando se comprometan con otro/a, primero lo hagan con ellos/as mismos/as, y se pregunten: ¿Seré capaz de cumplir?, ¿tengo el tiempo?, ¿tengo las competencias? Desde ahí podrán comprometerse con otro/a, responsablemente.

Más información de los compromisos/promesas se pueden encontrar en el capítulo III: Los actos lingüísticos básicos de libro Ontología del lenguaje de Rafael Echeverría.



Patrocinan:

