

1-1-2016

Desarrollo de formación estratégica en conceptos administrativos y contables básicos para el emprendimiento, creación de negocio y obtención de empleo - Fundación Asociación de Víctimas Vulnerables de Silvania, municipio de Silvania

Daihanna Paola Rueda Guayacán
Universidad de La Salle, Bogotá

Leidy María Garavito Ruiz
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Rueda Guayacán, D. P., & Garavito Ruiz, L. M. (2016). Desarrollo de formación estratégica en conceptos administrativos y contables básicos para el emprendimiento, creación de negocio y obtención de empleo - Fundación Asociación de Víctimas Vulnerables de Silvania, municipio de Silvania. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/766

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**Desarrollo de formación estratégica en conceptos administrativos y contables
básicos para el emprendimiento, creación de negocio y obtención de empleo -
Fundación “ASOCIACIÓN DE VICTIMAS VULNERABLES DE SILVANIA”, Municipio
de Silvania.**

Presentado por:

Leidy María Garavito Ruiz	17082203
Daihanna Paola Rueda Guayacán	11071459

Directora:

Jacqueline Ovalle Pineda

**Universidad de La Salle
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Bogotá D.C.
2016**

Contenido

INTRODUCCIÓN	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
Formulación del problema	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	9
MARCO CONCEPTUAL	9
MARCO TEÓRICO.....	11
METODOLOGÍA	13
Macro variables Municipio de Silvania.....	14
Variables Biofísicas del Municipio de Silvania	15
Variables Socioeconómicas del Municipio de Silvania	18
Variables Político-Institucionales del Municipio de Silvania.....	19
Variables Simbólico culturales	21
INFORME DE SEGUIMIENTO.....	23
CONCLUSIONES.....	34
RECOMENDACIONES	37
REFERENCIAS.....	38
ANEXOS	41

Índice de Imágenes

Imagen 1. Lugar de capacitación Octubre 2015	26
Imagen 2. Presentación proyectos Noviembre 2015	28
Imagen 3. Presentación proyectos Noviembre 2015.	23
Imagen 4. Presentación proyectos Noviembre 2015	30
Imagen 5. Presentación proyectos Noviembre 2015	30
Imagen 6. Presentación proyectos Noviembre 2015	31
Imagen 7. Presentación proyectos Noviembre 2015	32
Imagen 8. Finalización capacitación Noviembre 2015.....	33
Imagen 9. Ceremonia de grado	36

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA	22
Tabla 2. Identificación de necesidades	25
Tabla 3. Proyectos Empresariales.	35

RESUMEN

La fundación *ASOCIACIÓN DE VICTIMAS VULNERABLES DE SILVANIA* fue creada el 1 de marzo de 2011. Actualmente se encuentran 113 familias inscritas en condición de desplazados y población de bajos recursos bajo la dirección de Ever Rengifo.

Las personas que se encuentran vinculadas a la fundación cuentan con una ayuda mensual, representada en un mercado que les brinda el banco de alimentos para cubrir sus necesidades básicas.

En pro de ayudar a la comunidad, el banco de alimentos y la Universidad de la Salle cuentan conjuntamente con un programa donde los estudiantes tienen como opción de grado la modalidad de proyección social, a través del cual, se posibilitan los espacios para brindar capacitación a estas comunidades con énfasis en administración y contabilidad y con ellas, lograr proyectos de emprendimiento favorables para las familias del municipio.

Las capacitaciones en el programa, estuvieron especialmente dirigidas a las personas vinculadas a la fundación, ubicada en el municipio de Silvania, los días sábados y domingos, en el horario de 8:00 am a 1:00 pm, durante los meses de octubre y noviembre del año 2015.

INTRODUCCIÓN

El municipio de Silvania fue fundado en el año de 1935, pertenece a la provincia del Sumapaz, en el departamento de Cundinamarca. Este municipio cuenta con gran variedad de oportunidades del desarrollo productivo y financiero, basado en sus mayores sectores económicos: el agrícola, la ganadería y el turismo. El mayor potencial del municipio es su población, ya que cuenta con un talento humano creativo, alegre y sobre todo, emprendedor, que buscan día a día superarse tanto económica como personalmente, no solo de manera individual, sino pensando en el desarrollo de su población y su región.

De igual forma, en el municipio de Silvania se evidencia una perspectiva tendiente a aumentar el comercio con los municipios y ciudades cercanas, mediante el crecimiento agropecuario, ello con el fin de fomentar el desarrollo de cada uno de sus habitantes.

En este municipio reside también población vulnerable, afectada por la violencia; personas desplazadas de diferentes municipios, que esperan hallar la oportunidad de iniciar una nueva vida, teniendo en cuenta los diferentes proyectos que esta región puede ofrecer.

La Universidad de La Salle, de la mano con el Banco de Alimentos, tienen como misión brindar el apoyo requerido a comunidades que quieran encaminar sus deseos de superación y mejoras para su crecimiento, buscando como punto de partida las diferentes fundaciones que guían a sus habitantes en variados proyectos de formación para adultos, jóvenes y niños; como es el caso de la Fundación Asociación de víctimas y vulnerables de Silvania.

Esta fundación fue creada el 1 de marzo de 2011 con el fin de ayudar a la población desplazada y vulnerable víctima del conflicto armado y de escasos recursos. Se encuentra ubicada frente al Colegio Antonio Santos, del mismo municipio. Cuenta con un total de ciento trece (113) familias afiliadas, a quienes se les brinda apoyo mensual

por medio de donaciones de alimentos y víveres a cada uno de sus afiliados. Adicionalmente, la fundación incentiva el desarrollo y la mejora personal y económica de sus afiliados, ofreciendo cursos y capacitaciones para todas las edades, desde didácticas de pintura y artes para niños, hasta formación y apoyo en proyectos de empresa y emprendimiento, para el desarrollo y trabajo en los sectores económicos del municipio, con lo que buscan generar empleo y mejorar los ingresos de la comunidad.

Por medio de esta fundación y para efectos del presente trabajo, se creó un programa enfocado a la formación en conceptos administrativos y contables básicos para el emprendimiento y en la creación de negocio y obtención de empleo. Ello debido a que las personas que pertenecen a la fundación son proactivas y con visión de crear sus propios negocios.

El programa se desarrolló de manera presencial los sábados y domingos de 8:00 AM a 1:00 PM, en las instalaciones de la fundación. Se trataron temas de emprendimiento, entorno empresarial y conceptos básicos de contabilidad para atraer la atención de los asistentes, lograr un buen desempeño en el proceso de capacitación del programa y en el proceso de implementación de los proyectos empresariales.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El municipio de Silvania cuenta con varias oportunidades para el desarrollo y la generación de empleo en cada uno de sus habitantes. Su gran extensión de tierra fértil, la ganadería, la agricultura y el turismo son el pie de fuerza que logra sostener día a día la economía de este municipio. Las cualidades que componen no solo a Silvania, sino a la Provincia del Sumapaz, dejan la puerta abierta a una enorme oportunidad de mejoras en la calidad de vida de todos y cada uno de sus habitantes; sin embargo, el inconveniente que se evidencia es la falta de conocimiento y el miedo a tomar la iniciativa para la generación de empleos y negocios que contribuyan a la sostenibilidad de sus familias. La fundación Asociación de víctimas vulnerables de Silvania se proyecta para brindar a cada uno de sus afiliados los fundamentos y bases necesarias para encaminar sus metas y estabilizar sus ingresos con la formación y creación de negocios. Adicionalmente, ofrece diversas oportunidades de empleo que juegan un papel importante en la superación y acompañamiento a las personas que se encuentra en condición de desplazamiento forzoso que han sido principalmente, víctimas de la violencia.

Formulación del problema

¿Cómo brindar asesoría y capacitación para la formación estratégica en conceptos administrativos y contables básicos a los habitantes del municipio de silvania, especialmente a las personas en condiciones de desplazamiento forzado y de bajos recursos que están vinculadas a la fundación asociación de víctimas vulnerables para la creación de empresas, la ampliación de empleos y el mejoramiento de la calidad de vida en este municipio?

Objetivo general

Diseñar e implementar un programa académico- formativo en emprendimiento empresarial y contabilidad básica para la comunidad de la fundación asociación de

víctimas vulnerables del municipio de Silvania, que les permita aprovechar sus hábitos sociales y los recursos del entorno para generar su progreso económico a partir de la creación de empresas y negocios.

Objetivos específicos

- Incentivar a las familias que conforman la fundación asociación víctimas vulnerables de Silvania en la participación del programa académico- formativo en administración y contabilidad básica para el emprendimiento, la creación de negocios y la obtención de empleos.
- Diseñar un programa académico formativo acorde a la realidad socioeconómica de las familias vinculadas a la fundación asociación víctimas vulnerables de Silvania que les permita emprender proyectos que favorezcan el trabajo autónomo y el mejoramiento de su calidad de vida.
- Fortalecer los conocimientos empíricos de los beneficiarios del programa académico- formativo en los temas de administración y contabilidad para contribuir en el mejoramiento y la sostenibilidad de los negocios y proyectos puestos en marcha.

MARCO CONCEPTUAL

En el contexto de nuestro trabajo de campo, con la Fundación “*Asociación de víctimas vulnerables de Silvania*”, se hizo necesario identificar una serie de categorías o conceptos, que nos aportaran con sus definiciones el enfoque conceptual para abordar el programa de capacitaciones. Estos conceptos nos permiten tener una aproximación de las condiciones socioeconómicas de la población beneficiaria de este proceso así como los elementos claves de la administración de empresas y la contabilidad en la organización del trabajo autónomo y el empoderamiento de la comunidad a través de la diversidad de proyectos empresariales que se gestionaron hasta el final del proceso.

- **Administración de Empresas:** es la ciencia social y técnica que se ocupa de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de la organización. (Introducción a la Teoría General de la Administración, p.65)
- **Desplazamiento forzado:** El desplazamiento interno en Colombia corresponde al conflicto interno y a los abusos de los derechos humanos que van de la mano con él. Las violaciones a los derechos humanos que causan el desplazamiento de la población civil incluyen: asesinatos extrajudiciales, desapariciones forzadas, masacres o torturas. Además, los enfrentamientos entre actores armados que violan el Derecho Internacional Humanitario (DIH) también conllevan al desplazamiento de la población civil. 1 (Kerr, 2010, p.3)
- **Vulnerabilidad:** se entiende como la probabilidad de ser afectado por un riesgo de cualquier naturaleza y, en este sentido, está vinculada con la capacidad de enfrentarlo. La acción política se dirige a ambos elementos. (Vergara, 2004, p.16)
- **Víctima:** La palabra víctima proviene del latín “víctima”, “(Del lat. víctima). 1. f. Persona o animal sacrificado o destinado al sacrificio. 2. f. Persona que se expone u ofrece a un grave riesgo en obsequio de otra. 3. f. Persona que padece daño por culpa ajena o por causa fortuita. 4. f. Persona que muere por culpa ajena o por accidente fortuito. (Champos, 2011, p.237)
- **Pedagogía:** se produce permanentemente cuando la comunidad educativa investiga el sentido de lo que hace, las características de aquellos y aquellas a quienes enseña, la pertinencia y la trascendencia de lo que enseña. (Ministerio de Educación Nacional)
- **Capacitación Empresarial y Sostenibilidad:** Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo. (Congreso de la República, 2006)
- **Contabilidad:** Es el arte de registrar, clasificar y resumir en forma significativa y en términos de dinero, las operaciones y los hechos que son cuando menos de carácter financiero, así como el de interpretar sus resultados. (Contabilidad la base para las decisiones gerenciales, Pág. 7).

- **Emprendimiento:** Es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad. (Congreso de la República, 2006).
- **Emprendedor:** Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. (Congreso de la República, 2006)
- **Sistemas de Información:** Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información, facilitando la labor de las instituciones participantes de la Red y en beneficio de los emprendedores, proporcionando información sobre costos y tiempos de los procesos de emprendimiento por entidad oferente. Esta información será un insumo para los programas de formación de emprendedores. (Congreso de la República, 2006)

MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de nuestro proyecto nos basamos en los aportes teóricos de Jorge Gámez Gutiérrez (2012) en su artículo “**CÓMO APOYAR EL EMPRENDIMIENTO CON PERSONAS EN SITUACIÓN DE DESPLAZAMIENTO**”. El cual menciona que los emprendedores son metódicos y corren riesgos asegurables; las motivaciones de un individuo para crear empresa incluyen la autorrealización, tener independencia y mejorar sus ingresos. Es común el espíritu empresarial en todo el mundo, empero, crear empresa en medio de la pobreza y la informalidad es diferente, como es el caso de la población en situación de desplazamiento. (Gámez, 2012, p.179)

Por lo anterior afirmamos que las capacitaciones deben ser enfocadas a un emprendimiento empresarial ya que las personas que pertenecen a la fundación son personas víctimas de la violencia y la mejor forma de salir a delante es siendo personas proactivas creando su propio negocio para subsistir además “El creador de empresa

tiene los atributos personales que le permiten aprovechar las oportunidades de negocio a partir de sus capacidades y habilidades prácticas”. (Thornton: 1999)

Todas las personas que han sido víctimas del conflicto armado, necesitan una motivación como lo afirma (Gámez, 2012, p.185) Las motivaciones para crear empresa después de haber sufrido el desplazamiento forzado por la violencia incluyen aspectos económicos, aprendizaje, valores (sobrevivir dignamente), representaciones de éxito, conducta exploratoria, necesidad de éxito, valor del incentivo y resultados, necesidades de cumplimiento, responsabilidad personal, conducta exploratoria, iniciativa, las capacidades complejas de cada individuo, el contexto, necesidad de éxito, personalidad y necesidad de independencia.

Por ello creemos que las capacitaciones deben ir enfocadas a los conceptos administrativos y contables básicos para el emprendimiento, creación de negocio y obtención de empleo para la Fundación “Asociación de víctimas vulnerables de Silvania” y de esa manera permitir que las personas puedan salir adelante con sus propios méritos y sean líderes en su comunidad a partir del emprendimiento de proyectos empresariales.

También es importante resaltar que el Gobierno colombiano apoya el emprendimiento empresarial con la ley 1014 (Congreso de la República, 2006) denominada “Ley de fomento a la cultura del emprendimiento”, la cual tiene como principal objetivo fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional, territorial y buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

En el marco de esta ley, se nos brinda una orientación precisa acerca de cómo incentivar a la comunidad de la Fundación “*Asociación de víctimas vulnerables de Silvania*”, para crear sus empresas ya que el gobierno ofrece las garantías y oportunidades desde lo legal para constituir las a través de la formación y la capacitación con las comunidades como lo dice el artículo 4 “obligaciones del Estado: Promover en

todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación”.

Así, todas las personas que deseen hacer empresa van a tener un apoyo por parte del gobierno y las instituciones que están trabajando para ello. Con eso damos la iniciativa de capacitar la comunidad de la Fundación “*Asociación de víctimas vulnerables de Silvania*” en los conceptos administrativos y contables básicos para el emprendimiento, creación de negocio y obtención de empleo, con el fin de iniciar los procesos necesarios para el emprendimiento empresarial en este municipio y en poblaciones que requieren mejorar sus condiciones actuales y su calidad de vida.

“Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes
el coraje de perseguirlos”.

Walter Elías

METODOLOGÍA

La metodología a implementar en el desarrollo del proceso de capacitación y formación es el método cualitativo a través del cual tenemos una aproximación a la comunidad, sus integrantes, sus necesidades y los recursos con los cuales cuentan para tener alternativas de solución a dichas necesidades.

Desde esta metodología, es posible identificar el estado actual de las situaciones que enfrentan las familias del municipio de Silvania, qué tipos de conocimientos empíricos y recursos del entorno pueden beneficiarles para así, proyectar a partir de esto, alternativas que contribuyan en la obtención de la mejoría de sus condiciones y calidad de vida.

Es importante resaltar el valor que representan los intereses de la comunidad, las iniciativas que aporten desde su realidad y los proyectos de emprendimiento que deseen impulsar, a través del dialogo y la interacción con la misma.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, aplicaremos inicialmente, algunas técnicas de recolección de información como entrevistas y experiencias de vida de cada uno de los integrantes y participantes de la comunidad que deseen acceder a la capacitación para, a partir de esta información, lograr el diseño del programa académico y formativo mediante estrategias de comunicación y producción.

En una primera etapa de este proceso, se tienen en cuenta principalmente sus hábitos y comportamientos rutinarios y las condiciones del aprovechamiento de los recursos y su entorno. Este balance de condiciones, le permite encaminarse a cada uno de ellos, hacia la creación de una empresa o “negocio” que proyecte a mediano y largo plazo, el progreso económico y productivo sustentable para sus familias y el municipio.

La herramienta que orienta el enfoque del proceso de capacitación es el etnográfico, desde el cual, se busca identificar el conocimiento cultural por medio de patrones de interacción social tomando un número que casos reducido aportado por el grupo de trabajo según “Tabla No. 2 IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES”. En donde el conocimiento cultural indica la conducta de cada uno de los integrantes de la capacitación y por ende constituye el elemento principal del desarrollo del proyecto.

Macro variables Municipio de Silvania

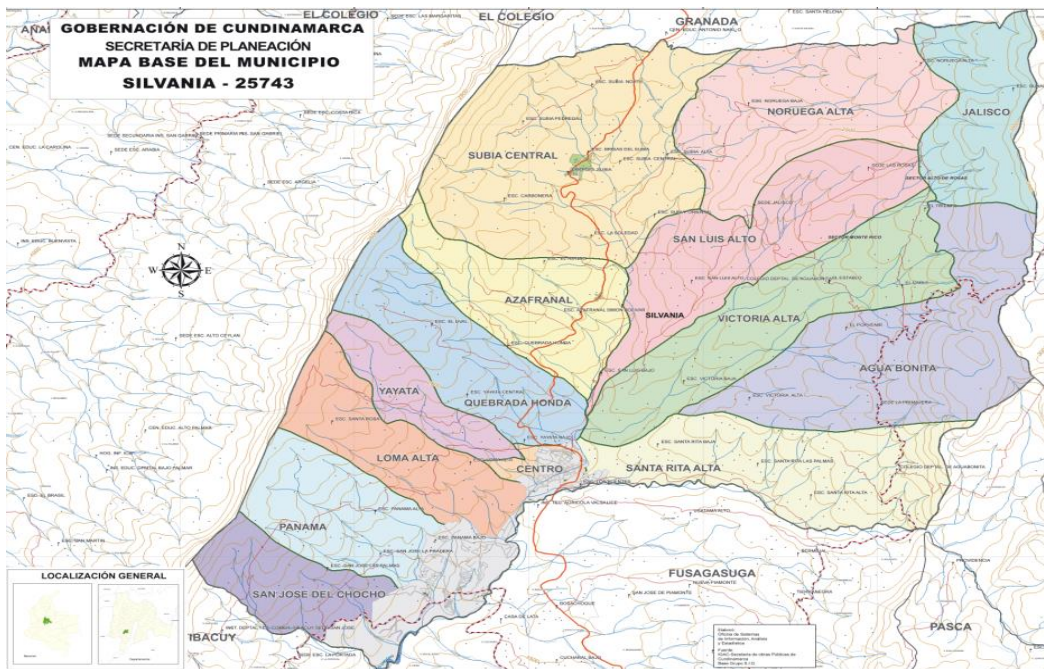
El siguiente informe describe las macro variables del municipio de Silvania, como lo son Biofísicas, Socioeconómicas, Políticas y Culturales, en donde se desarrollará el proceso de formación y capacitación con la comunidad de la Fundación “*Asociación de Víctimas Vulnerables de Silvania*”, se dará a conocer el entorno en el cual se desenvuelven diariamente sus habitantes, buscando un acercamiento a sus costumbres, forma de vida y comportamiento en la sociedad.

Se identificarán variables como; situación de vivienda, servicios públicos a los que acceden, vías de acceso al municipio, sectores de producción, entidades del estado y empresas privadas, características culturales y ambientales que intervengan en el desarrollo socioeconómico y de sostenimiento de comunidad de la Fundación “Asociación de víctimas vulnerables de Silvania”. (Alcaldía de Silvania, 2015c)

Variables Biofísicas del Municipio de Silvania

El Municipio de Silvania está ubicado en el departamento de Cundinamarca (Colombia), en la Provincia de Sabana del Sumapaz; a una distancia de la ciudad de Bogotá de 65 km; fue fundado por Ismael Silva el 21 de febrero de 1935; cuenta con una extensión total 16.466 hectáreas, un área Urbana de 448 hectáreas, y una extensión rural de 16.018 hectáreas; limita hacia el Oriente con los municipios de Fusagasugá y Sibaté, al Sur con los municipios de Tibacuy y Fusagasugá, al Occidente con los municipios de Viota y Mesitas del Colegio, en la cordillera de Tibacuy y hacia el Norte con Granada en la cordillera del Soche o Tequendama; su temperatura ambiente es aproximadamente de 20° C, con un clima templado y se encuentra a una altura sobre el nivel del mar de 1.470 metros. (Alcaldía de Silvania, 2015)

Grafico 1. Mapa político del Municipio de Silvania



Fuente: Alcaldía de Silvania (s.f.)

El municipio de Silvania tiene una división urbana y rural la cual cuenta con trece (13) veredas y dos (2) Inspecciones Municipales (Inspección Municipal de Policía de Agua Bonita y Subia).

Grafico 2. Población Municipio de Silvania



Fuente: Mahecha (2012, p.111)

Actualmente el municipio tiene una población de 21.712 habitantes permanentes; de los cuales 1.626 son personas en condición de desplazamiento.

Los habitantes del municipio de Silvania cuentan con cuatro (4) tipos de viviendas como los son; casas o apartamentos, cuartos, otros tipos de unidad de vivienda y casas indígenas, las cuales en su mayoría cuentan con electricidad, gas natural domiciliario, gas propano (cilindro o pipeta), acueducto, recolección de servicio de aseo, servicio de teléfono, alumbrado público.

Este municipio cuenta con 3 unidades educativas: Unidad Educativa Departamental Santa Inés, Unidad Educativa Rural de Subia, Unidad Educativa de Agua Bonita; en donde se imparte la enseñanza de básica primaria hasta el grado 11°. Unidad Educativa Departamental Santa Inés brinda una educación Básica Secundaria con énfasis en educación técnica en producción de alimentos y electricidad.

En el Municipio de Silvania la entidad responsable de prestar el servicio de atención a la salud corre por cuenta del Hospital Ismael Silva ubicado en la Calle 9 No. 9 – 25 Barrio Kennedy, Silvania; en donde se validan tres (3) PES'S: CONVIDA con 3.231 afiliado, ECOOPSOS con 9.842 afiliados y COLSUBSIDIO con 1.268 afiliados.

Silvania cuenta con dos empresas del sector privado encargadas de prestar el servicio de transporte tanto municipal como intermunicipal a sus habitantes; COOTRANSILVANIA Ltda., y COLECTIVOS FUSA-SILVANIA.

Una de las fortalezas del municipio de Silvania es estar ubicado específicamente sobre la carretera Panamericana, la cual es una de las vías principales del país generando de esta manera un impulso para su economía y el sostenimiento que permite la acreditación y la comunicación con los municipios que le rodean y ciudades cercanas. La religión que más prevalece en es la católica en donde La Iglesia establecida es la

parroquia de María Auxiliadora la cual es cataloga como un lugar turístico para visitar, al igual que la Plazoleta del Fundador y el museo de Kenga.

Variables Socioeconómicas del Municipio de Silvania

El Municipio de Silvania establece la generación de ingresos a las actividades del sector agropecuario determinadas por un 75%, en donde el uso de los suelos es agrícola, las cuales se ven afectadas por aspectos climáticos que permiten explotar productos desde clima frío hasta templado produciendo variedad de cultivos de hortalizas y legumbres como: calabaza, coliflor, acelga, lechuga entre otros y variedad de cultivos de fruta como mango, plátano, manzana, maracuyá y gran cantidad de granadilla la cual en su mayoría es de exportación.

La segunda actividad que genera ingresos es la ganadería desarrollando crías de ganado bovino como cebú y normando en donde se genera una doble utilización del recurso como lo es la carne y la leche para el consumo doméstico y los diferentes municipios cercanos, crenado muestras ganaderas las cuales se realizan en el casco urbano; los cultivos piscícolas producen especies de truchas que se comercializan en la ciudad de Bogotá y municipios cercanos.

El sector industrial genera ingresos por medio de la alfarería, artesanía y tejidos los cuales provienen de la mano de obra de empresas de familia con talleres de productos de decoración, se crean al igual ladrilleras en la vereda de Subia suministrando el material necesario a las empresas de construcción ubicadas por lo general sobre la carretera Panamericana.

El ECO-TURISMO es un generador de recursos que fortalece la obtención de ingresos utilizando los espacios naturales como lo son: la cascada el Chorro del Oasis, el Salto del Aro, Cristal, Dos Chorros entre otros; para realizar actividades de recreación.

Las empresas generadoras de empleos en la gran mayoría estables; son El Club del Bosque, el Hospital Ismael Silva, la empresa del estado Empusilvania Empresa de Servicios Públicos Domiciliarios S.A.; Alcaldía Municipal, y las Estaciones de servicio; adicional a estas los pequeños productores y comerciantes generan empleos informales.

Variables Político-Institucionales del Municipio de Silvania

El Municipio de Silvania entre los años 1997- 2005, fue protagonista de acciones por grupos al margen de la Ley, y este hecho genero desplazamiento interno y externo, fortaleció la figura de Madre o Padre Cabeza de Familia. Esta situación anímica provoco la presencia de estados de estrés y comportamientos, presentados como causas de enfermedad mental y otras afecciones físicas que aun hoy afectan la salud de la población.

Basados en lo anterior se han desarrollado unas instituciones del estado que participa en el desarrollo del Municipio trabajan bajo las normas y procedimientos de la estructura administrativa estos son:

- Despacho de la Alcaldía.
- Secretaria de Gobierno.
- Comisaria de Familia.
- Jefe de Núcleo Educativo.
- Inspección de Policía.
- Oficina de Planeación.
- Oficina Sisben.
- Tesorería Municipal.
- Unidad Técnica de Asistencia Agropecuaria.
- Desarrollo Social.
- Dirección Local de Salud.
- Oficina de Aseguramiento (salud).
- Oficina de Control Interno.

- Concejo Municipal.
- Empusilvania (Empresa de Servicios Públicos Domiciliarios).
- Hospital Ismael Silva.
- Instituto Municipal de Deporte Recreación y Cultura de Silvania.
- Autoridades de Policía.
- Notaria Única del Circuito de Silvania.
- Registraduría del Estado Civil.
- Administración de Justicia.

Las familias que se encuentran en el municipio son personas de bajos recursos por lo tanto se está trabajando para bajar el índice de alfabetismo, y Silvania cuenta con tres instituciones educativas y cada una de ellas tiene un énfasis de enseñanza y de esa manera poder desarrollar un crecimiento intelectual y esas son:

- El colegio Rural de Agua Bonita funciona en la vereda la Esperanza de la Inspección en quince (15) escuelas donde se imparte enseñanza básica primaria de 1º a 11º grado.
- La unidad Educativa Departamental Santa Inés tiene su sede principal en el casco urbano del municipio, con sub. sedes ubicadas en diferentes veredas donde se imparte formación del grado 0 al grado 11 y jornada nocturna, en el Caso de la básica secundaria con énfasis en educación técnica en producción de alimentos y electricidad.
- La unidad Educativa Rural Departamental de Subía, con su sede principal ubicada en la Inspección rural de Subía en el kilómetro treinta y seis (36) de la vía que conduce de Bogotá D.C. a Girardot. La Unidad Educativa la integran escuelas de básica primaria y secundaria de 0 a 11º grado, actividades desarrolladas en catorce (14) instituciones con educación básica primaria y un énfasis con la enseñanza preescolar.

Variables Simbólico culturales

Silvania cuenta como símbolo una bandera adoptada por el decreto No 03 del 24 enero de 1951. Los colores de la bandera en su orden tienen un significado verde esfuerzo, blanco paz, rojo trabajo.

Grafico 3. Bandera del Municipio de Silvania



Fuente: Alcaldía de Silvania (2015b)

En diciembre se realiza la gran cabalgata de turismo y cultura donde los silvanenses dan a conocer todas sus artesanías, y demás productos que lo largo del tiempo elaboran para ofrecer a los turistas y de esa manera generar un ingreso adicional.

Silvania se caracteriza por La Integración de la Familia en Torno a la Cultura el cual consiste en reunir a todas las familias y haciendo un fortalecimiento institucional para la calidad del servicio. Rescate del patrimonio cultural. Conservación del patrimonio. Incremento artístico. Difusión cultural. Emprendimiento cultural. Y formación de públicos.

Tabla 1. Matriz DOFA

FUNDACIÓN VICTIMAS VULNERABLES DE SILVANIA		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Colaboración y trabajo en equipo con la comunidad	No tienen instalaciones propias.
	Distribución de los recursos en sus beneficiarios	Falencia de estructura organizacional.
	Empoderamiento de las actividades por parte de sus participantes	Personal Rotativo.
	Trabajo de equipo en la distribución de las funciones	Falta de vinculación de donantes.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F.O.	ESTRATEGIAS D.O.
Utilización de convenio con el SENA y el Banco de Alimentos para brindar capacitaciones	Aplicación de las estrategias a través de convenios públicos y privados en función de la comunidad	implementación de proyectos de vinculación y de participación
Aprovechamiento de los negocios establecidos por los inscritos en la Fundación	Desarrollo de actividades para el incremento de los recursos y sostenimiento de los mismos	Creación Administrativa y organizacional de los negocios establecidos.
Desarrollo y generación de empleo	Creación de Mypimes	Crear vinculación laboral directa con la fundación
Incremento de la participación de población vulnerable	Generación de plan estratégico y cultura organizacional	Desarrollo de actividades y herramientas grupales en pro de la fundación
AMENAZAS	ESTRATEGIAS F.A.	ESTRATEGIAS D.A.

Disminución de donaciones por entidades que apoyan la fundación	Creación de actividades en vinculación con la comunidad y las entidades	Implementación de programas con enfoque en la adquisición de instalaciones y donaciones fijas
Desvinculación de las alianzas estratégicas	Incremento de la participación de entidades públicas y privadas	Firma de acuerdos entre las entidades públicas y privadas con una finalidad organizacional
Cambio climático, (suelos infértiles)	Implementación de programas de prevención y cuidado del planeta	Vinculación a programas y entidades con enfoque ambientalista
Desvinculación de personas inscritas a la fundación	Distribución de funciones equilibrada en el personal de la fundación	Implementación de proyectos que involucren a la comunidad para fomentar su crecimiento

Fuente: las autoras.

INFORME DE SEGUIMIENTO

El presente informe expone a continuación, una descripción de las etapas y las actividades a desarrollar en el proceso de formación y capacitación con la comunidad de la Fundación “*Asociación de Víctimas Vulnerables de Silvania*”, donde se identificaron las necesidades de los capacitados con respecto a su proceso de aprendizaje y puesta en marcha de capacitación financiera para incentivar, promover y crear negocios y proyectos empresariales que estén orientados hacia el mejoramiento de su calidad de vida.

El Programa de capacitación estuvo bajo la supervisión de un tutor asignado por la Universidad de La Salle, la profesora Jacqueline Ovalle Pineda, quien dirigió y marcó las pautas para el buen desarrollo de la actividad corrigiendo y guiando el proceso, de

las señoritas Daihanna Paola Rueda Guayacán del programa de administración de empresas y de Leidy María Garavito Ruiz del programa de contaduría pública.

El día 05 de septiembre de 2015, Ever Rengifo, quien es el representante de la Fundación “*Asociación de Víctimas Vulnerables de Silvania*” organizó un encuentro en el parque del municipio con las estudiantes de la Universidad de la Salle para la formalización del proyecto y la entrega de la carta de presentación (**Ver anexo A**). Debido a que la fundación no cuenta con instalaciones propias, acordamos un punto de encuentro, para luego dirigirnos hacia un salón ubicado aproximadamente a 8 calles del parque.

En este sitio, tradicionalmente se realizan las reuniones mensuales programadas por la fundación, con el fin de desarrollar varios temas, en particular, el de dar a conocer el programa de capacitación brindado por la Universidad de La Salle y el Banco de Alimentos; a la reunión asistieron más de 150 personas, las cuales estuvieron muy interesadas en la información que se suministró con respecto a las capacitaciones, los temas a tratar y como se desarrollaría a grandes rasgos el proyecto de formación.

El día 12 de septiembre de 2015 le fueron entregados al señor Ever Rengifo los formatos de preinscripción (**Ver anexo B**), en el cual, las personas interesadas se registraban con su nombre y documento de identidad. De acuerdo con este proceso, se indica que dependiendo a la cantidad de personas inscritas se confirmaría la fecha de iniciación de las capacitaciones.

Para el día 19 de septiembre de 2015, el representante de la fundación confirmó un listado de las personas inscritas (**Ver anexo C**), con un total de treinta y cuatro (34) participantes. Teniendo en cuenta la acogida de la propuesta y al conformarse un grupo grande se pactó con los capacitandos la iniciación del curso los días sábados y domingos en horario de 8:00 de la mañana a 1:00 de la tarde con un receso de 30 minutos a mitad de la jornada. El cronograma que se estableció contempló las siguientes fechas de

octubre 3, 4, 17, 18, 24,25, de noviembre 7,8 14,15 de 2015 para cumplir de esta manera con 60 horas, distribuidas entre 40 presenciales y 20 de trabajo autónomo en casa.

El 26 de septiembre de 2015 se realizó formalmente la matrícula de los participantes con el formato de inscripción **(Ver anexo D)** anexando fotocopia del documento de identidad de cada una de las personas participantes y se realizó una entrevista individual para conocerlas un poco más e identificar cada una de sus necesidades y las expectativas que les genera el curso. A partir de esta información se elaboró el syllabus que conlleva las exigencias de la comunidad a capacitar.

Tabla 2. Identificación de necesidades

ESTUDIANTE	NECESIDAD	PROYECTO/NEGOCIO
Luis Alberto Parra	Desplazado, busca creación de empresa	Panadería "Mi Tolima"
Adriana Marcela Rincón	Busca mejor futuro para su hijo, busca ingresos	Salón de Belleza "Adriana"
María Alejandra López	Aprendizaje del proceso de formación empresarial	Ingreso a la educación superior
Slendy Jurado	Adquirir conocimiento para la creación de empresa	Fundación apoyo escolar
María Cecilia Quicazan	Desplazada, busca estabilidad económica	Tienda de víveres "puerto rico"
Yenny Marcela Buelvas	Mejoramiento del proceso de empresa	Finca productora de granadillas
Olga Judith Rojas	Crecimiento de negocio familiar	Finca productora de granadillas
Yenny Pilar Carreño	Empoderamiento de negocio familiar	Finca productora de granadillas

Fuente: las autoras.

El día 3 de octubre de 2015 se dio inicio a las capacitaciones con un estimado de veinticinco (25) personas inscritas formalmente por el diligenciamiento del formato de matrícula, pero solo llegaron al punto de reunión doce (12) personas, con las cuales se dio inicio al proceso de capacitación y formación.

La gran mayoría de clases se desarrollaron en un salón comunal con los recursos indispensables que se encontraba ubicado a cuatro cuadras de la plaza principal del municipio de silvania

Imagen 1. Lugar de capacitación octubre 2015.



Fuente: las autoras.

Al iniciar las actividades se dio a conocer el programa “Syllabus” (**Ver anexo 5**), de las temáticas, ADMINISTRACIÓN BÁSICA Y CONTABILIDAD BÁSICA, informando a cada una de las personas que participaron en el programa los temas a desarrollar y si era necesario modificar o adicionar algún tema en particular que les interesara, con respecto a las capacitaciones para agregarlo; Igualmente, se entregó una copia del documento a cada persona y se trazaron conjuntamente, unos acuerdos con respecto a los tiempos de descanso y la forma de evaluación, aspecto en el cual se hizo énfasis en reglas claras para la aprobación del curso. Una vez aprobados los acuerdos, cada uno

procedió a la firma del recibido para dejar constancia de cómo será el proceso de formación (**Ver anexo F**).

Se confirmó que la asistencia es un requisito para la aprobación del curso, por medio de formato (**Ver anexo G**), ya que en cada una de las sesiones se realizaran actividades evaluativas y se orientarán trabajos para desarrollar en casa.

El horario estipulado para estas capacitaciones fue de 8:00 am a 10:00 am para las orientaciones en la materia de Contabilidad Básica, con un receso de treinta (30) minutos y luego de 10:30 am a 1:00 pm la materia de Administración Básica.

Durante las clases se realizaron dinámicas de aprendizaje tomando como ejemplos casos de la vida real de cada uno de los participantes de la capacitación, del total las doce (12) personas inscritas únicamente ocho (8) terminaron el curso satisfactoriamente y cumplieron a cabalidad los objetivos propuestos.

Al finalizar el curso en la última sesión cada estudiante realizó una presentación de un proyecto de creación de negocio individual y en grupo en donde se aplicaron cada uno de los temas vistos de ambas temáticas, tanto Administración como Contabilidad Básica.

El proyecto del señor **Luis Alberto Parra**, tiene como objetivo la creación de su propia Panadería "Mi Tolima", él es una persona víctima del conflicto armado y en su lugar de origen, ese negocio ya estaba implementado. Al estar en situación de desplazado quiere comenzar de ceros y crear nuevamente su negocio. Al exponer su idea de negocio aplica los temas vistos y realiza una proyección para la creación de su negocio en un lapso de aproximadamente 1 año, ya que actualmente trabaja como independiente en labores del campo y se encuentra ahorrando para su proyecto.

Imagen 2. Presentación proyectos Noviembre 2015.



Fuente: Las autoras.

El señor Luis es una persona muy introvertida la cual durante el transcurso del curso no participaba mucho y sus intervenciones eran muy cortas y concisas, en el momento de la presentación no quiso pasar al frente y como estaba acompañado por su esposa e hija ellas le ayudaron a exponer su proyecto de la panadería "Mi Tolima".

La señora **Adriana Marcela Rincón**, tiene en funcionamiento un Salón de Belleza "Adriana" el cual se encuentra abierto al público desde hace aproximadamente 2 años. En la exposición de su proyecto afirmó, que los temas vistos en cada una de las sesiones la motivó para que su negocio pudiera crecer en el lapso de tiempo no muy largo y poder contratar a una persona que junto con ella ofreciera más servicios de belleza; Adicionalmente a la proyección de su negocio, explicó un estado de resultados y la utilización del Marketing Mix en la publicidad de su negocio.

Imagen 3. Presentación proyectos Noviembre 2015.



Fuente: Las autoras.

Para la publicidad de su negocio realizó unos flyers de ofertas en donde promocionó su salón de belleza mostrando los servicios que presta, la ubicación, los precios y presentó la elaboración de un bono que ofrecía un servicio gratis por el pago de otro “2 por 1” y los entregó a cada uno de los asistentes.

María Alejandra López es una estudiante de 10° grado de Bachiller, y su proyecto se basó en el proceso de la elaboración de una mermelada de Uchuvas, que es una fruta típica de esta región y se caracteriza por ser una esfera pequeña de color naranja y acida, característica por la cual no es muy utilizada para este tipo de procesos. En el lugar de estudio de Alejandra se generó gran controversia ya que los elementos que necesita para este producto son muy económicos y proyecta crear una PYME que pueda producir este alimento y formar un negocio que solviente sus estudios superiores.

Imagen 4. Presentación proyectos Noviembre 2015



Fuente: las autoras.

La estudiante explico el paso a paso del proceso de producción de la mermelada y la cantidad de elementos que se utilizaría en su elaboración en donde comento que con ayuda del SENA; Servicio Nacional de Aprendizaje, se generó el primer producto y se dejaron las puertas abiertas para la creación de PYMES con proyectos similares.

La señora **Slendy Jurado** basó su proyecto en la creación de una fundación que brindará apoyo escolar a los niños y jóvenes de este Municipio ya que la gran mayoría de sus padres trabajan durante el día y no pueden acompañarlos en este proceso de aprendizaje, ella tomo los temas de las capacitaciones y los aplicó en el proceso de creación de empresa y confirmó que en un lapso de 6 meses se establecería la formación de la fundación en las instalaciones de una iglesia cristiana a la cual ella pertenece.

Imagen 5. Presentación proyectos Noviembre 2015



Fuente: Las autoras.

Slendy tomo como punto de partida para su proyecto la distribución de roles por medio de la identificación de las necesidades básicas que quiere cubrir de los estudiantes con respecto a las materias dictadas en el colegio como lo son Español, Ciencias Naturales y Matemáticas, utilizando la ayuda de 4 maestras que presten este servicio. Su fundación también brindará un refrigerio, una orientación para los juegos y actividades de manualidades para identificar las habilidades de los niños y jóvenes que participen en su proyecto.

María Cecilia Quicazan es una estudiante que desde el principio de las capacitaciones estaba muy atenta y a pesar de su desconociendo en varios temas participaba activamente impactando positivamente a los demás capacitandos; su proyecto se basó en la exposición de su Tienda de víveres "Puerto Rico", la cual esta aperturada desde que llego al Municipio hace un año aproximadamente desplazada por el conflicto armado, utilizo los temas de contabilidad y administración en su negocio explicando tanto administrativa como financieramente el estado de este.

Imagen 6. Presentación proyectos Noviembre 2015



Fuente: las autoras.

La señora Cecilia creo su negocio como una tienda de abarrotes que buscara cubrir las primeras necesidades de las personas cercanas al sector; con el pasar del tiempo y por varios comentarios de los vecinos creo una cancha de “Turmequé” en donde aparte de jugar “Tejo”; como también es conocido esta es constantemente utilizada por los residentes según comenta ella, adicional a esto ofrece el servicio de venta de cerveza;

y aclara que la competencia del sector es muy fuerte ya que cada día se apertura negocios similares pero piensa ampliar su negocio para un mejor servicio.

Las estudiantes **Yenny Marcela Buelvas, Olga Judith Rojas y Yenny Pilar Carreño**, elaboraron su proyecto juntas, ya que tienen una finca en donde se produce y se cultiva la granadilla; “fruta típica de la región de forma ovalada la cual en su interior consta de una semilla cubierta por una pulpa dulce que se consume”; esta fruta es cultivada por ellas para venta nacional como de exportación y aplicaron todos y cada uno de los temas vistos en clases para mostrar el estado tanto financiero como administrativo de su empresa y una proyección de crecimiento para la generación de empleo en el Municipio con ayuda de la Fundación.

Imagen 7. Presentación proyectos Noviembre 2015.



Fuente: las autoras.

Las capacitadas muestran como es el Estado de la Situación Financiera de su proyecto tomando como base para el ejemplo un mes en donde se evidencia gran potencial de su negocio y adicional explican las proyecciones de crecimiento y expansión ya que indicaron tener convenios con exportadores y empresarios de la Central Mayorista de Abastos, en la ciudad de Bogotá.

Imagen 8. Finalización capacitación Noviembre 2015



Fuente: las autoras.

Una vez culminadas las exposiciones de los proyectos se dio por terminado el proceso de; “Desarrollo de formación estratégica en conceptos administrativos y contables básicos para el emprendimiento, creación de negocio y obtención de empleo - Fundación “ASOCIACIÓN DE VICTIMAS VULNERABLES DE SILVANIA”, Municipio de Silvania”; en donde a pesar de la alta deserción de personas inscritas fue satisfactorio dar un reconocimiento a ocho (8) participantes que cumplieron con los objetivos propuestos en la capacitación. El día 11 de Diciembre de 2015 se realizó la ceremonia de graduación a las 10:00 am en el Auditorio del Hermano Daniel Sede Candelaria De la universidad de la Salle con la participación del director del proyecto Dagoberto Reyes, los graduandos, sus familiares y las capacitadoras María Garavito y Paola Rueda.

CONCLUSIONES

Como resultado de las capacitaciones realizadas a la comunidad de la Fundación “ASOCIACIÓN DE VICTIMAS VULNERABLES DE SILVANIA”, en el lapso de tiempo de sesenta (60) horas, donde se identificó que los temas explicados a la comunidad estaban acordes con las prácticas de la vida cotidiana y el aprovechamiento de los recursos que brinda el entorno y no solo para el momento.

Las necesidades de cada uno de los participantes en las capacitaciones se constituyeron en el punto de partida del programa, ya que fueron desarrolladas a través del aprendizaje de los temas vistos y las soluciones aplicadas en los diferentes ejercicios, que partían de casos de la vida cotidiana y su adaptación en cualquier posible situación tanto laboral como personal.

Los conceptos básicos de Administración de Empresas y Contabilidad Básica que se pudieron explicar en cada una de las sesiones buscaban como objetivo principal hallar una solución práctica y aplicable a cada una de las necesidades económicas, personales y de emprendimiento para posibles proyectos iniciados o en proceso de apertura. De esta manera, los temas abordados, son herramientas que le brindaran a cada uno de los capacitados la convicción y el criterio para la toma de decisiones, la organización de su negocio, la asignación de tareas, la publicidad, el sostenimiento y fortalecimiento de su idea en una sociedad de crecimiento económico y desarrollo de empresarial.

La implementación del programa académico formativo con la comunidad de la fundación asociación víctimas vulnerables del municipio de silvania, promovió el trabajo autónomo de sus participantes tanto en las tareas propias de la capacitación como en la muestra exposición final que demostró los alcances y objetivos planteados desde el inicio de la propuesta.

La culminación del programa de capacitación tuvo un impacto positivo ya que los participantes lograron plasmar y en algunos casos viabilizar sus ideas en proyectos y

negocios muy concretos y sostenibles a mediano y largo plazo. A continuación se refleja en la tabla No. 3 cada uno de los proyectos y sus respectivos autores.

Tabla 3. Proyectos Empresariales.

ESTUDIANTE	PROYECTO/NEGOCIO	ESTADO
Luis Alberto Parra	Panadería "Mi Tolima"	En proyecto de apertura
Adriana Marcela Rincón	Salón de Belleza "Adriana"	En funcionamiento
María Alejandra López	Mermelada de Uchuvas	Idea de proyecto escolar.
Slendy Jurado	Fundación apoyo escolar	En proyecto de apertura
María Cecilia Quicazan	Tienda de víveres "puerto rico"	En funcionamiento
YENNY MARCELA BUELVAS	Finca productora de granadillas	En funcionamiento
OLGA JUDITH ROJAS	Finca productora de granadillas	En funcionamiento
Yenny Pilar Carreño	Finca productora de granadillas	En funcionamiento

Fuente: las autoras.

La experiencia de las capacitadoras en el proceso de aprendizaje a la comunidad fue gratificante debido a que ninguna de ellas contaba con el conocimiento de trabajar con grupos y enseñar a otras personas, convirtiéndose en un aprendizaje continuo y reciproco lo que conlleva a un acercamiento a una realidad que solo conocemos por los medios de comunicación.

Finalmente cada una de las exposiciones que se realizaron dejaron la satisfacción en cada una de las capacitadoras al ver que los temas vistos fueron entendidos y aplicados de forma práctica y fue un gran aliciente para confirmar que el proceso de

formación que se implementó cumplió con las proyecciones iniciales y generó una gran motivación entre los participantes, quienes a la vez alcanzaron un alto convencimiento acerca de que la persistencia son la clave del ser humano que lo lleva al alcance de sus metas.

Imagen 9. Ceremonia de grado.



Fuente: las autoras.

RECOMENDACIONES

- Continuar con el proceso de formación y capacitación en las comunidades vulnerables y de escasos recursos, ya que el hecho de adquirir conocimiento es una necesidad que cada uno de los asociados quiere seguir satisfaciendo para el mejoramiento de su calidad de vida.
- A partir de la experiencia expuesta en este trabajo, sugerimos la implementación de metodología de grado “proyección social” en los diferentes programas de pregrado de la universidad de la Salle ya que el trabajo con las comunidades, especialmente las rurales contribuye al mejoramiento de la calidad de vida en los diferentes ámbitos de la vida nacional.
- Popularizar la formación de proyección social para que otras entidades ayuden con el proceso de aprendizaje enfocado hacia víctimas del conflicto armado.

REFERENCIAS

Alcaldía de Silvania (s.f). *Mapa Político de Silvania*. [En línea]. Recuperado de <http://silvania-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/64346262346532323461336338613264/mapa-politico-de-silvania.jpg>

Alcaldía de Silvania. (2015a). *Información General. Geografía*. [En línea]. Recurado de http://www.silvania-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml#geografia

Alcaldía de Silvania. (2015b). *Información General. Símbolos*. [En línea]. Recuperado de http://www.silvania-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml#simbolos

Alcaldía de Silvania. (2015c). *Nuestro Municipio. Información General*. [En línea]. Recuperado de http://www.silvania-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml

Congreso de la República. (2006). *Ley 1014 De fomento a la cultura del emprendimiento*. [En línea]. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>

Champo, N. (2011). La víctima en el derecho penal. En *Entre libertad y castigo: Dilemas del estado contemporáneo estudios en homenaje a la maestra Emma Mendoza Bremauntz*. [PDF en línea]. Recuperado de <http://bibliohistorico.juridicas.unam.mx/libros/7/3104/13.pdf>

CreceNegocios.com (2012). *Persona natural y persona jurídica*. [En línea]. Recuperado de <http://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica/>

Descubra se Ser Empresarial, guía práctica para emprendedores, Alberto Herrera Guzman, Fundacion Interamericana para el Desarrollo, Bogotá 2007.

Hernández, C. & Maubert, C. (2009). *Fundamentos de Marketing*. [PDF en línea]. Recuperado de <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/100504/2016-1/10022014fundamentos-de-marketing-hernandez.pdf>

Gámez, J. (2012). Cómo apoyar el emprendimiento con personas en situación de desplazamiento. En *Revista Gestión & Sociedad*. Vol. 5. N° 1. [PDF en línea]. Recuperado de <http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/viewFile/751/667>

Gerencie.com (2010). *Método de la partida doble*. [En línea]. Recuperado de <http://www.gerencie.com/metodo-de-la-partida-doble.html>

Introducción a la Teoría General de la Administración, Idalberto Chiavenato, editorial McGRAW-HILL, latinoamericana (1981).

Kerr, E. (2010). Desplazamiento forzado en Colombia: un crimen contra la humanidad. En *Colombia. Boletín Especial*. N° 14. [PDF en línea]. Recuperado de <http://docplayer.es/11767444-Desplazamiento-forzado-en-colombia-crimen-y-tragedia-humanitaria.html>

La Organización. (s.f.). En *Universidad de Piura. Biblioteca Central. Biblioteca Virtual*. [PDF en línea]. Recuperado de http://www.biblioteca.udep.edu.pe/BibVirUDEP/libro/pdf/1_48_204_13_360.pdf

Mahecha, W. (2012). *Plan territorial de salud 2012 – 2015. Municipio de Silvania, Cundinamarca*. [PDF en línea]. Recuperado de http://www.silvania-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/33656239316136383835393965633337/silvania_plan-territorial-de-salud.pdf

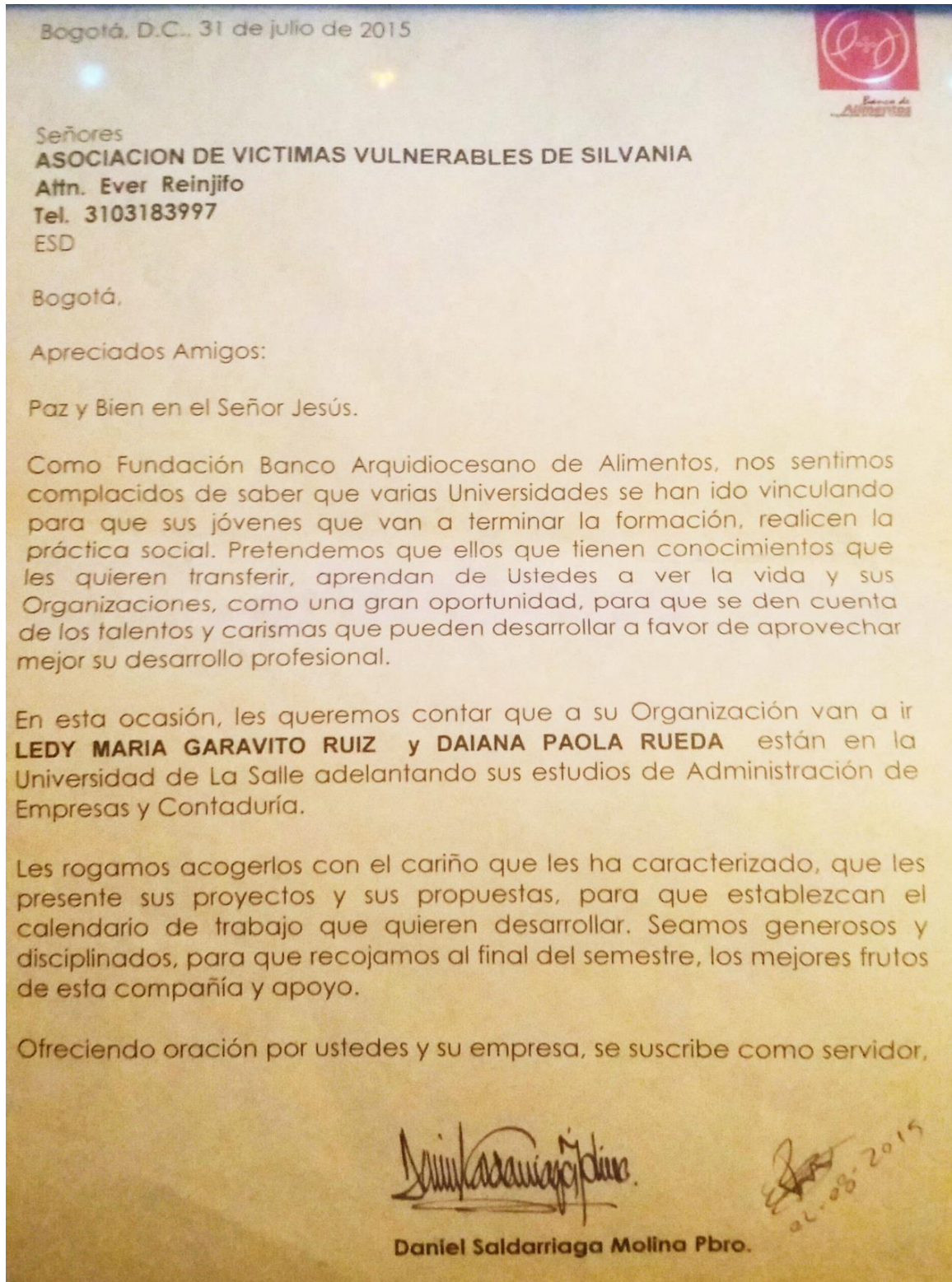
Misión de Observación Electoral. (s.f.). *Monografía Político Electoral. DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA 1997 a 2007*. [PDF en línea]. Recuperado de http://moe.org.co/home/doc/moe_mre/CD/PDF/cundinamarca.pdf

Presidencia de la República. (1971). *Decreto 410 Por el cual se expide el Código de Comercio*. [En línea]. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

Thornton, P. (1999). The sociology of entrepreneurship. En *Annuary Rev. Sociol.* Vol. 25. pp.19-46. [PDF en línea]. Recuperado de http://patriciathornton.com/wp-content/uploads/2012/02/Thornton_ARS_1999.pdf

Vergara, C. (2004). *Sistema de Protección Social. Antecedentes, avances y retos. Segundo Taller Internacional sobre Transferencias Condicionadas en Efectivo (TCE)*. [PDF en línea]. Recuperado de http://siteresources.worldbank.org/SAFETYNETSANDTRANSFERS/Resources/281945-1131468287118/1876750-1140119752568/Vergara_Sp.pdf

ANEXO A



ANEXO B



#	NOMBRE	CEDULA	TELEFONO	DIRECCION	EDAD
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					

Anexo C



UNIVERSIDAD
DE LA SALLE
Alfonsina Torres Páez, Decana y Rectora

#	NOMBRE	CEDULA	TELEFONO
1	Victor Ayala	6656026	3144273250
2	Alberto Farra	5884695	3124744617
3	Janeth Garzon	1135939169	3103188397
4	Diana P. Ortiz	Ti 9198041860979	3144199257
5	Troyid Rinzon		3178181902
6	Bianca J. Cardenas	20927415	3125271272
7	Maria Belen Perez	25135849	3124589848
8	Fabi Rengifo	71985384	3103183997
9	Mary Garcia	41685942	3214562561
10	Mary Herrera	28994148	3168601973
11	Maria Chaux	9904241610	3102922434
12	Christian C Ruiz	3133693973	3133693973
13	Cesar Romero	11378352	3144081846
14	Aldemar Zuboga	12225642	313693973
15	Hector Daza	348576	3123037178
16	Henny Obelva	1069726846	3142684923
17	Andrea Castañeda	1072493498	3105558265
18	Ruth Mora	52418406	3222806381
19	4a Garzon	24587215	3143027116
20	Deili E. Ortiz	1083528216	3114419928
21	Aleida Loaza	28935699	3143297441
22	Christian Castillo	98082117261	3139399103
23	Rosa Mayo	4122547	3133273996
24	Angel Obelva	4759324	320368639
25	Rubiel Paredes	14256299	3163720191
26	Jonathan Estiven Hernandez	1005576897	3115650866
27	Jesdy Johana Perez	602899273	3124589848
28	Dario de Jesus Agudelo		3107569630

29	Grayson Estiven Boharguez	99032853862	3144080598
30	Mirya Vilandra Hernandez	89612450	3125265118
31	Ricardo Leon Fran Klein	79693017	3124127052



Roben Dario Boharguez 5'935805 3138730401
 Deiven Ronaldo Molina 0815-12945 Tl. 3193319009
 Jesus David Ortiz 1072495302 3114616017

Anexo D

UNIVERSIDAD DE LA SALLE		UNIVERSIDAD DE LA SALLE VICERRECTORÍA ACADÉMICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES	
MATERIA: ADMINISTRACION Y CONTADURIA PROFESORAS: PAOLA RUEDA Y MARIA GARAVITO NUMERO DE HORAS PRESENCIALES: 40 HORAS NUMERO DE HORAS NO PRESENCIALES: 20 HORAS DIAS: SABADOS Y DOMINGOS HORARIO: 8:00 AM A 1:00 PM			
DOCUMENTO			
NOMBRE COMPLETO			
EDAD		SEGURIDAD SOCIAL	
TELEFONO		CELULAR	CORREO
DIRECCION			
NOMBRE DE CONTACTO			
CELULAR		PARENTESTO	
NIVEL EDUCATIVO			
OBSERVACIONES			
FIRMA			

Anexo E

	<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE VICERRECTORÍA ACADÉMICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</p>
<p>MATERIA: ADMINISTRACIÓN NOMBRE DEL PROFESOR: DAIHANNA PAOLA RUEDA GUAYACAN NUMERO DE HORAS PRESENCIALES: 20 HORAS NUMERO DE HORAS NO PRESENCIALES: 10 HORAS DÍAS: SÁBADOS Y DOMINGOS HORARIO: 8:00 AM A 1:00 PM FECHA ELABORACIÓN SYLLABUS: OCTUBRE DE 2015</p>	

DESCRIPCIÓN
<p>Las treinta (30), horas impartidas se fundamentaran en dar a conocer las áreas de a Administración, evidenciando temas como; enfoques de la Administración, niveles de la organización, espacios del conocimiento humano enfocados en procesos administrativos, como lo es la solución de problemas, medición de recursos, planeación y aplicación de estrategias para la obtención de resultados basados en hábitos de aprendizaje y practica de ello.</p>

OBJETIVOS

GENERAL

Guiar de manera pedagógica y creativa a la población participante de las capacitaciones de la Fundación “ASOCIACIÓN DE VICTIMAS VULNERABLES DE SILVANIA”; en el desarrollo de estrategias productivas y organizaciones, identificando sus necesidades por medio del comportamiento y forma de vida diaria, aprovechando al máximo los recursos y las oportunidades que brinda su entorno para la creación de su negocio o proyecto de vida.

ESPECÍFICOS

- Motivar a cada uno de los capacitandos en la identificación de sus cualidades para el mejor desarrollo y aprovechamiento de estas, en donde se puede alcanzar las metas o proyectos planteados.
- Identificar la forma de aprendizaje y ejecución del conocimiento adquirido para su implementación en el negocio o proyecto de vida.
- Utilizar los espacios y elementos de trabajo para el desarrollo de todas y cada una de las capacitaciones, brindando el conocimiento adquirido en el proceso de formación de la Universidad de la Salle a los capacitandos.

CONTENIDO POR UNIDADES	
1.	INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN
1.1	Concepto de Administración
1.2	Proceso de la Administración
1.3	Teorías Administrativas
2.	ORGANIZACIÓN
2.1	Definición
2.2	Organización como sistema
2.3	Niveles de la Organización
2.4	Organización informal
2.5	Análisis DOFA.
3.	MARKETING – (MERCADERO)
3.1	Definición
3.2	Producto
3.3	Precio

- 3.4 Plaza
- 3.5 Promoción
- 3.6 Proceso del Marketing (Mercadeo)
- 3.7 Plan de Marketing (Mercadeo)

4. PROYECCIÓN EMPRESARIAL

- 4.1 Negocio
- 4.2 Plan de negocios
- 4.3 Plan financiero
- 4.4 Constitución del negocio
- 4.5 Trámites para el funcionamiento

PLANEADOR ADMINISTRACIÓN		
SESIÓN	ESTRATEGIAS A DESARROLLAR	RESULTADO
1. Octubre 03 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la temática a trabajar; en donde se explicara la metodología y la forma de evaluación con respecto a los procesos que se quiere desarrollar. • Explicación del concepto de Administración y su implicación en la sociedad y el entorno. • Realización de ejercicios prácticos lluvia de ideas y ejercicio en grupo, relacionados con la vida cotidiana de los capacitandos en donde se aplique lo explicado en la sesión. • Iniciar el proceso de selección de un producto a servicio para exposición de muestra empresarial. • Indicar las pautas para la muestra empresarial que se desarrollara la última sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de los capacitandos en la lluvia de ideas. • Desarrollo de guía de trabajo en grupos para su socialización al final de la actividad; realizando un rompecabezas de los componentes del proceso administrativo. Organizar, dirigir, planear y controlar. (Anexo 1)
2. Octubre 04 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación de teorías Administrativas según Autores: Weber, Henri Fayol, Elton Mayo, Douglas McGregor y Taylor. • Explicación en forma didáctica del proceso administrativo: Planear, organizar, Dirigir y controlar. • Aplicación de los conceptos explicados, por medio de dos talleres que logren identificar las diferencias en cada uno de los temas vistos tomando como base ejemplos reales de la vida cotidiana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de guía (anexo 2) en donde se identifiquen los conceptos aprendidos de administración, sus autores y teorías para desarrollar en casa.

3. Octubre 17 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicar el concepto de Organización por medio de didáctica grupal. • Explicar de forma didáctica los componentes de la Organización como Sistema y su funcionamiento y aplicación en la vida diaria. • Aplicación de los conceptos por medio de talleres prácticos en forma grupal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formación de grupos para la realización del taller en casa (anexo 3) de forma que todos y cada uno de los integrantes de clase participen activamente.
4 Octubre 18 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de taller escrito aplicando los conceptos aprendidos en cuanto a la Organización. • Explicación didáctica del análisis DOFA, y su aplicación en la vida laboral y cotidiana. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de taller en casa (anexo 4) elaboración de Análisis DOFA PERSONAL.
5. Octubre 24 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación del concepto MERCADEO (Marketing), por medio de la unificación de ideas de los capacitandos, en donde se tome como base lectura informativa. • Explicación teórica de los conceptos Mezcla de Marketing, Productos, Precio, Plaza y Promoción (las 4 P) para realizar una didáctica grupal aplicando los conceptos aprendidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de guía (anexo 5) de los conceptos de Marketing y las 4P. • Creación de cuatro grupos que logren identificar los conceptos de (las 4P) para explicarlos por medio de representaciones.
6 Octubre 25 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación teórica del proceso de Mercadeo (Marketing), y su implicación en de desarrollo y funcionamiento de los comercios. • Explicación didáctica del plan de Mercadeo (Marketing), sus implicaciones e influencia en el proceso de creación de empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Por medio de videos se identificara del proceso de Mercadeo y la muestra de las mejores franquicias de Colombia y del porqué de las afectaciones en el mercado Colombiano.

<p>7. Noviembre 07 de 2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación del concepto de Proyección Empresarial, por medio de casos reales, en donde se marquen las pautas para poder incursionar en el negocio utilizando como base el Plan de Negocio y el Plan Financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar taller (anexo 6), de investigación en donde los capacitandos puedan identificar los conceptos aprendidos buscando visualizarlos en los negocios o comercios del sector.
<p>8. Noviembre 08 de 2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar los documentos y requisitos para la constitución del negocio los trámites y su funcionamiento en donde los capacitandos tengan las bases suficientes para su respectiva creación y se pueda evidenciar en la muestra empresarial a realizar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de muestra empresarial en donde los capacitandos puedan desarrollar su idea de negocio ya sea con un producto o servicio, que evidenciar los temas explicados en cada una de las cesiones y su respectivo desarrollo.
<p>9 y 10 Noviembre 14 y 15 de 2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación parcial escrito • Presentación proyecto empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar parcial por medio escrito. • Exposición de proyectos

INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN: La Administración, también conocida como Administración de Empresas, es la ciencia social y técnica que se ocupa de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, el conocimiento, etc.) de la organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo esto de los fines que persiga la organización.

TEORÍAS ADMINISTRATIVAS

MAX WEBER

Sistema burocrático es regulado por los principios siguientes:

- El desempeño de funciones oficiales es permanente y constante (en el sentido que los funcionarios no cambian tareas arbitrariamente y que siempre habrá alguien que desempeñe determinada función).
- Tales funciones se ejecutan estrictamente de acuerdo a las siguientes reglas:
 - a. Las tareas de cada funcionario están delineadas de acuerdo a criterios impersonales.
 - b. El funcionario tiene la autoridad para desempeñar sus tareas.
 - c. Los medios de coerción a disposición de ese funcionario son estrictamente limitados y las condiciones de su uso claramente definidas.
El funcionario debe ejercer su juicio y habilidad al servicio del que fue designado de acuerdo a los estatutos y reglamentos
- La especialización de tareas en el proceso de trabajo.
- La idea de la estandarización del desempeño de funciones.
- Centralización en la toma de decisiones, cuando así conviene a los fines de la institución. O en caso contrario, la descentralizarla.
- La uniformidad de prácticas institucionalizadas, que vienen a tipificar la moderna noción de imagen corporativa.
- No duplicidad de funciones ni de mandos.

- La profesionalización de la función administrativa para bien de la institución.
- La acenso y promoción en función de los méritos y talentos de las personas.
- En la institución se debe lograr altos niveles de estandarización, para lograr que se haga lo que se debe, y lo que se tiene que hacer.

HENRI FAYOL

La teoría Fayolista parte de un modelo de estructura funcional de la empresa, el cual fue presentado por él mismo así: El conjunto de las operaciones que realizan las empresas puede dividirse en seis grupos, a saber:

- Operaciones técnicas (producción, fabricación, transformación)
- Operaciones comerciales (compras, ventas, permutas)
- Operaciones financieras (búsqueda y administración del capital)
- Operaciones de seguridad (protección de bienes y personas)
- Operaciones de contabilidad (inventario, balance, precio de costo, estadística, etc.)
- Operaciones administrativas (previsión, organización, mando, coordinación y control).

Para ampliar este último grupo que hace referencia a las funciones netamente administrativas, se debe mencionar que:

Prever (planear) es conocer o suponer el futuro con anticipación y diseñar el programa o procesos a seguir.

Organizar, es constituir el organismo material y social de la empresa
Mandar, es dirigir al personal

Coordinar, es ligar, unir y armonizar todos los actos y todos los esfuerzos para el logro de las metas.

Controlar, es vigilar para que todo suceda de acuerdo a las reglas establecidas y a las órdenes impartidas.

Fayol describe en su obra 14 Principios básicos para el ejercicio eficiente de la función administrativa los cuales son:

1. **Principio de la división del trabajo:** la división del trabajo es una necesidad de orden natural. Todos no deben hacer de todo al mismo tiempo. Por ello se requiere la distribución de tareas o actividades. Esto produce como consecuencia la especialización de las funciones y la asignación de responsabilidades concretas.
2. **Principio de autoridad:** la autoridad consiste en la facultad de mandar y en el derecho de ser obedecido. Esta facultad tiene dos fuentes: la legal (inherente a la función) y la personal (que emana de la inteligencia, juicio, prudencia, valor moral y aptitud de mando)
3. **Principio de disciplina:** consiste en el respeto y acatamiento de las normas establecidas. Esto surge como consecuencia del establecimiento de acuerdos claros y justos entre superiores y subalternos.
4. **Principio de unidad de mando:** la organización de las actividades, en una empresa, debe estar dispuesta de tal manera que una persona reciba ordenes únicamente por parte de un solo jefe.
5. **Principio de unidad de dirección:** la distribución de las actividades debe darse de tal manera que cada grupo de ellas esté bajo la dirección de un solo jefe. Esto conlleva a la departamentalización de la empresa.
6. **Principio de la subordinación del interés particular al interés general:** Fayol explica este principio, señalando cómo en la empresa el interés de un trabajador no debe prevalecer sobre los objetivos de la empresa.
7. **Principio de remuneración del personal:** la remuneración constituye el precio del servicio prestado, por ello debe ser equitativa y satisfactoria, tanto para quien la recibe como para quien la da.
8. **Principio de centralización:** la centralización, para Fayol, es un hecho natural, consistente en cómo en una empresa- como en los organismos- las sensaciones convergen hacia un cerebro y de aquél emanan las ordenes que ponen en movimiento todas las partes del organismo.

9. **Principio de jerarquía:** está representado por la serie de jefes que van desde la autoridad superior hasta el jefe de menor categoría. Son los jefes la vía a través de la cual descienden y ascienden las comunicaciones en la empresa.
10. **Principio de orden:** expresado en la frase "un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar", además el orden se detecta en la buena presentación física de los lugares de trabajo, el aseo, la decoración y la ubicación funcional del personal. Para Fayol, existe, no solo un orden material, sino también un orden social, que se alcanza cuando hay una buena organización, un reclutamiento técnico de personal y una comprensión y atención de necesidades del personal.
11. **Principio de equidad:** Lealtad y dedicación deberían inculcarse al personal mediante una combinación de benevolencia y justicia por parte de los administradores al tratar con los subordinados.
12. **Principio de estabilidad del personal:** Estabilidad en la tenencia de un cargo o puesto. Encontrando innecesaria la rotación, por ser tanto la causa como el efecto de una mala administración, Fayol señaló sus peligros y sus costos.
13. **Principio de iniciativa:** La iniciativa se concibe como el diseño y ejecución de un plan. Precisamente por ser una de las más sutiles satisfacciones que un hombre inteligente puede experimentar, Fayol exhorta a los administradores a "sacrificar la vanidad personal" para permitir a los subordinados que la ejerzan.
14. **Principio de la unión del personal o espíritu de cuerpo:** Este es el principio de "la unión hace la fuerza", y también una extensión del de unidad de mando, y subraya la necesidad del trabajo de equipo, así como la importancia de la comunicación para obtenerlo.

ELTON MAYO

Se caracteriza la escuela humanística por la importancia que da al factor humano en la administración. Al contrario de Taylor y sus seguidores que se preocuparon inicialmente por la Organización racional del trabajo, los psicólogos realizaron investigaciones que los llevaron a descubrir que la eficiencia industrial, es decir, el rendimiento en el trabajo, no es solamente materia de organización y

racionalización, sino también un problema de motivación del trabajador y de satisfacción de sus necesidades humanas.

La teoría de las Relaciones Humanas, se originó por las motivaciones, necesidades y el estudio del hombre y su entorno social dentro de la empresa. Esta teoría postula que el elemento humano es lo más importante en la empresa bajo las investigaciones realizadas por psicólogos industriales que estudiaban el comportamiento del trabajador para el análisis del trabajo y descubrió los aspectos psicológicos que permiten al trabajador adaptarse a las condiciones y características que exige su labor.

La investigación en el campo de la psicología industrial comenzó primero por averiguar, como podría seleccionar científicamente el trabajador y que métodos deberían emplearse para lograr el de un trabajador eficiente. Se aplicaron técnicas que dieron origen a un sistema de administración más refinado, cuya práctica ha llegado hasta nuestros días. Estas técnicas comprenden procesos de administración de personal como los siguientes:

- Reclutamiento y selección.
- Orientación y capacitación.
- Fisiología del trabajo.
- Estudio y prevención de accidentes.
- Estudio sobre la fatiga.

Los estudios e investigaciones se enfocaron hacia las características de la personalidad del trabajador y los aspectos sociales del trabajo, en la certidumbre de que ambas, personalidad y sociabilidad, adquieren – dentro de la empresa, connotaciones que influyen en la productividad.

La psicología industrial se enriquece entonces, enfocando la atención hacia la persona del trabajador, la personalidad de los jefes y la manera de dirigir y ejercer

la autoridad; hacia los factores que generan la motivación: incentivos, premios y castigos; las relaciones interpersonales y sociales dentro de la empresa y la influencia que la educación y el estatus, las creencias y las expectativas ejercen en el comportamiento de las personas incorporadas a un proceso industrial.

DOUGLAS McGREGOR

Está basada en el antiguo modelo de amenazas y la presunción de mediocridad de las masas, se asume que los individuos tienen tendencia natural al ocio y que el trabajo es una forma de castigo, lo cual presenta dos necesidades urgentes para la organización: la supervisión y la motivación.

TEORÍA X

- Los seres humanos promedio poseen disgusto inherente por el trabajo y lo evitarán tanto como sea posible.
- Dada esta característica humana de disgusto por el trabajo, la mayoría de las personas deben ser obligadas, controladas, dirigidas y amenazadas con castigos para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- Los seres humanos promedio prefieren que se les dirija, desean evitar toda responsabilidad, poseen una ambición limitada y, por encima de todo, ansían seguridad.

"Este comportamiento no es una consecuencia de la naturaleza del hombre. Más bien es una consecuencia de la naturaleza de las organizaciones industriales, de su filosofía, política y gestión" McGregor.

TEORÍA Y

Los directivos de la Teoría Y consideran que sus subordinados encuentran en su empleo una fuente de satisfacción y que se esforzarán siempre por lograr los

mejores resultados para la organización, siendo así, las empresas deben liberar las aptitudes de sus trabajadores en favor de dichos resultados.

- La invención de esfuerzo físico y mental en el trabajo es tan natural como el juego o el descanso.
- El control externo y la amenaza de castigo no son los únicos medios para producir esfuerzo dirigido al cumplimiento de objetivos organizacionales. Las personas ejercen autodirección y autocontrol a favor de los objetivos con los que comprometen.
- El grado de compromiso con los objetivos están en proporción con la importancia de las recompensas asociadas con su cumplimiento.
- En las condiciones adecuadas, los seres humanos promedio aprenden no solo a aceptar responsabilidades, sino también a buscarlas.
- La capacidad de ejercer un grado relativamente alto de imaginación, ingenio y creatividad en la solución de problemas organizacionales se halla amplia, no estrechamente, distribuida en la población.
- En las condiciones de la vida industrial moderna, las potencialidades intelectuales de los seres humanos promedio se utilizan solo parcialmente.

Ninguna de las dos serían funcionales si se trabajaran individualmente porque cada una tiene un enfoque diferente y se ven afectados en ambas teorías los trabajadores

TAYLOR

Frederick Taylor desarrolló métodos para organizar el trabajo, considerando los materiales, el equipo y las habilidades de cada individuo. Éstos se han llamado tiempos y movimientos, hoy conocidos como operaciones del proceso o sistema.

4 Principios

1. Sustitución de reglas prácticas por preceptos científicos.
2. Obtención de armonía, en lugar de discordia.
3. Cooperación en lugar del individualismo.
4. Selección científica, educación y desarrollo de los trabajadores.

Mecanismos Administrativos

1. Estudio de tiempos y movimientos
2. Supervisión funcional
3. Sistemas o departamentos de producción
4. Principio de la excepción
5. Tarjetas de inscripción
6. Uso de la regla de cálculo
7. Estandarización de las tarjetas de instrucción
8. Bonificación de las tarjetas de instrucción
9. Estudio de las rutas de producción
10. Sistema de clasificación de la producción
11. Costo de la producción.

PROCESO ADMINISTRATIVO:

Planear: Es el proceso que comienza con la visión del Nro. 1 de la organización; la misión de la organización; fijar objetivos, las estrategias y políticas organizacionales, usando como herramienta el Mapa estratégico; todo esto teniendo en cuenta las fortalezas/debilidades de la organización y las oportunidades/amenazas del contexto (Análisis FODA). La planificación abarca el largo plazo (de 5 años a 10 o más años), el mediano plazo (entre 1 años y 5 años) y el corto plazo donde se desarrolla el presupuesto anual más detalladamente.

Organizar: Responde a las preguntas de, ¿Quién? va a realizar la tarea, implica diseñar el organigrama de la organización definiendo responsabilidades y

obligaciones; ¿cómo? se va a realizar la tarea; ¿cuándo? se va a realizar; mediante el diseño de Proceso de negocio, Corsogramas que establecen la forma en que se deben realizar las tareas y en que secuencia temporal; en definitiva organizar es coordinar y sincronizar.

Dirigir: Es la influencia, persuasión que se ejerce por medio del Liderazgo sobre los individuos para la consecución de los objetivos fijados; basado esto en la toma de decisiones usando modelos lógicos y también intuitivos de Toma de decisiones.

Controlar: Es la medición del desempeño de lo ejecutado, comparándolo con los objetivos y metas fijados; se detectan los desvíos y se toman las medidas necesarias para corregirlos. El control se realiza a nivel estratégico, nivel táctico y a nivel operativo; la organización entera es evaluada, mediante un sistema de Control de gestión; por otro lado también se contratan auditorías externas, donde se analizan y controlan las diferentes áreas funcionales de la organización.

ORGANIZACIÓN

Las organizaciones son entidades sociales compuestas por dos o más individuos con la finalidad de cumplir metas y objetivos. Existe una diversidad de tipos de organizaciones, por ejemplo: universidades, empresas de servicios, colegios, institutos armados, clubs sociales, la familia, etc. Cada uno con sus características específicas que apuntan a una meta a cumplir.

Se ha precisado que las organizaciones son entes sociales integrados por dos o más individuos para alcanzar metas y objetivos teniendo como soporte las normas, procedimientos y métodos que las rige. Siendo los seres humanos la esencia de las organizaciones es importante mencionar la posición de la teoría de las relaciones humanas en la organización.

Las organizaciones son sistemas, cada sistema recibe recursos o entradas de su entorno, procesan estas entradas y exportan productos o salidas a su entorno. La salida del sistema nunca es la misma de su entrada. La organización hace entradas con el fin de efectuar salidas que ayudaran a cumplir sus metas (modelo de transformación) por ejemplo: clientes, dinero, tecnologías, materiales, alimentos, personal y exporta productos: bienes, entretenimiento, información procesada.

- La interdependencia: todas las partes de una organización están interrelacionadas (sistema y entorno circundante).
- La apertura: implica que la organización debe estar consciente de los cambios en su entorno.
- Marco analítico macroscópico y microscópico: a nivel macro la teoría de sistemas identifica las influencias externas sobre las organizaciones (la teoría de recursos humanos se identifica con las influencias internas).
- La adaptación y la innovación de la organización: implica que las organizaciones no son entidades estáticas, son flexibles y adoptivas innovan continuamente para hacer frente a restricciones cambiantes del entorno del sistema. Los canales de comunicación externa se utilizan para recolectar la información relevante del entorno e informar a los miembros acerca de las necesidades del cambio.

ORGANIZACIÓN COMO SISTEMA

Las organizaciones como partes de una sociedad mayor y constituida de partes menores: son vistas como sistemas dentro de sistemas. Dichos sistemas son complejos de elementos colocados en interacción, produciendo un todo que no puede ser comprendido tomando las partes independientemente. Se enfatiza sobre la visión global, la integración, destacando que desde el punto de vista de organización, esta era un parte de un sistema mayor, tomando como punto de partida el tratamiento de la organización como un sistema social, siguiendo el siguiente enfoque:

- a. La organización se debe enfocar como un sistema que se caracteriza por todas las propiedades esenciales a cualquier sistema social.
- b. La organización debe ser abordada como un sistema funcionalmente diferenciado de un sistema social mayor.
- c. La organización debe ser analizada como un tipo especial de sistema social, organizada en torno de la primacía de interés por la consecución de determinado tipo de meta sistemática.
- d. La organización debe ser considerada como un sistema abierto, en constante interacción con el medio, recibiendo materia prima, personas, energía e informaciones y transformándolas o convirtiéndolas en productos o servicios que son exportados al medio ambiente.
- e. La organización debe ser concebida como un sistema con objetivos o funciones múltiples.
- f. La organización debe ser visualizada como constituida de muchos subsistemas que están en interacción dinámica unos con otros.
- g. Al ser los subsistemas mutuamente dependientes, un cambio en uno de ellos, afectará a los demás.
- h. La organización existe en un ambiente dinámico que comprende otros sistemas.
- i. Los múltiples eslabones entre la organización y su medio ambiente hacen difícil definir las fronteras de cualquier organización.
- j. Las características de la organización deben ser definidas por la especie de situación en que necesita operar, consistente en la relación entre ella y los otros subsistemas, componentes del sistema mayor del cual parte. Tal como si fuera un sociedad.

ORGANIZACIÓN COMO UN SISTEMA ABIERTO

- 1. Entradas: todo sistema recibe entradas o insumos del ambiente circundante. Mediante las entradas (inputs) el sistema consigue los recursos e insumos necesarios para su alimentación y nutrición.

2. Procesamiento: es el núcleo del sistema; transforma las entradas en salidas o resultados.; salidas: son el resultado de la operación del sistema. Mediante éstas (outputs) el sistema envía el producto resultante al ambiente externo.
3. Retroalimentación: es la acción que las salidas ejercen sobre las entradas para mantener el equilibrio del sistema.
4. La retroalimentación (feedback) constituye una acción de retorno. La retroalimentación es positiva cuando la salida (por ser mayor) estimula y amplía la entrada para alimentar el funcionamiento del sistema; es negativa cuando la salida (por ser menor) restringe y reduce la entrada para disminuir la marcha del sistema. La retroalimentación sirve para lograr que el sistema funcione dentro de determinadas condiciones o límites. Cuando el sistema no llega a esos límites, ocurre la retroalimentación positiva; la retroalimentación negativa tiene lugar cuando el sistema sobrepasa tales límites. Los sistemas se clasifican en cerrados o abiertos, según el modo como interactúan con el ambiente.

ORGANIZACIÓN COMO SISTEMA CERRADO

El sistema cerrado tiene pocas entradas y salidas en relación con el ambiente externo que son bien conocidas y guardan entre sí una razón de causa y efecto: a una entrada determinada (causa) sigue una salida determinada (efecto); por esta razón, el sistema cerrado también se denomina mecánico o determinista (los motores, las máquinas y la mayor parte de la tecnología inventada por el hombre). Hay una clara separación entre el sistema y el ambiente, es decir, las fronteras del sistema están determinadas. No existe un sistema totalmente cerrado, ni uno totalmente abierto. El sistema abierto posee numerosas entradas y salidas para relacionarse con el ambiente externo, las cuales no están bien definidas; sus relaciones de causa y efecto son indeterminadas. El sistema abierto también se llama orgánico (organizaciones, empresas, hombre). Tiene una gran interdependencia con el ambiente, lo cual no obedece a las leyes de la física.

ANÁLISIS DOFA

Esta sigla significa Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas y permite hacer un profundo análisis de las estrategias, de la posición en que se encuentra la empresa en el mercado, de la dirección que está tomando, de los negocios a cerrar, etc.

Un análisis DOFA es una evaluación muy sencilla de hacer, ya que es una evaluación subjetiva de datos, que se ponen ordenada y lógicamente y que ayuda a comprender los problemas, presentar soluciones, discutirlos y finalmente tomar decisiones respecto del futuro de la compañía. Tiene la ventaja, que hace que quienes la elaboren, piensen proactivamente en lugar de actuar de forma reactiva.

Generalmente, una matriz DOFA es una plantilla con cuatro secciones, una para cada ítem donde cada uno contiene una serie de preguntas a contestar por parte de los involucrados en el tema y que se desarrollan de acuerdo con el tema a analizar. Una vez estén respondidas las preguntas, se procede a hacer un análisis de las respuestas para llegar a un consenso y finalmente desarrollar estrategias o tomar decisiones.

Un análisis DOFA no deja de lado ningún aspecto que afecte la compañía, así que los ítems de Oportunidades y Amenazas se refieren al entorno, al exterior de la empresa y cómo éste afecta a la compañía, mientras que los ítems de Debilidades y Fortalezas se refieren al interior de la empresa, a sus problemas internos con los trabajadores y demás personal relacionado o con las cosas buenas que tienen interiormente y que los hacen mejor que otras empresas.

Si una empresa anticipa sus oportunidades y amenazas, puede generar y proyectar escenarios futuros que le permiten definir el rumbo que tomará la organización antes de que se presente cualquier inconveniente, por su parte, el análisis del interior de la empresa (Fortalezas y Debilidades) es útil al momento de desarrollar una

planeación estratégica ya que le permite saber qué obstáculos tiene para el logro de sus objetivos y que cualidades le permiten alcanzarlos.

- **Debilidades:** son las falencias de recursos financieros u organizacionales que ponen a las empresas por debajo de la competencia.
- **Oportunidades:** Oportunidades: como se dijo anteriormente, tienen que ver con el entorno, así que un buen análisis de las oportunidades puede incluir: Una necesidad insatisfecha del mercado, la llegada de nuevas tecnologías o la remoción de barreras de comercio internacional.
- **Fortalezas:** son los recursos y las capacidades de una empresa que pueden emplearse para desarrollar una ventaja competitiva. Algunas fortalezas pueden ser: tener patentes de los productos, una marca fuerte, buena reputación entre los clientes, excelentes canales de distribución, total acceso a los recursos naturales, etc.
- **Amenazas:** son cambios en el mercado que pueden afectar el desempeño del negocio, por ejemplo cambios en los gustos de los consumidores que los hagan alejarse de los productos de la compañía, el surgimiento de productos sustitutos, nuevas regulaciones o la aparición de barreras comerciales.

Un análisis DOFA es de mucha utilidad al momento de tomar decisiones acerca del rumbo a seguir por la empresa, si se quiere lanzar un nuevo producto o servicio o incursionar en un nuevo mercado, todos los datos arrojados son de vital importancia para saber qué terreno se está pisando y poder ir con paso firme hacia el éxito de la compañía.



(http://dofamatriz.blogspot.com.co/2009_06_01_archive.html)

MARKETING (MERCADEO)

Es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.

- Es un sistema total de actividades: Es decir, el Marketing incluye todas las actividades que sean necesarias realizar (investigación de mercados, elaboración de planes de marketing, participación activa en el desarrollo de producto(s) o servicios(s), fijación de precios, elección e implementación de los canales de distribución, implementación de actividades de promoción, monitoreo y control, etc...) pero de forma responsable, las cuales, deben actuar e interactuar entre sí, es decir; estar perfectamente coordinadas para lograr los resultados propuestos.
- Incluye un conjunto de procesos: Todas las actividades de Marketing que se realicen deben seguir un orden (paso a paso), por ejemplo, 1) Empezar identificando una oportunidad de mercado, 2) Realizar una investigación de mercado para validar o no la oportunidad identificada, 3) Seleccionar las estrategias de mercadotecnia... Y así, sucesivamente.

- Identificación de las necesidades y/o deseos de un determinado mercado: Las necesidades se pueden definir como aquellas situaciones en las que el ser humano siente la falta o privación de algo; en cambio, los deseos son necesidades que se dirigen a objetos o servicios específicos que podrían satisfacerlos. La identificación de ambos es una labor fundamental del marketing y es la base para la creación de productos y servicios.
- Satisfacción de las necesidades y/o deseos de la mejor manera posible: Esto significa que luego de identificar las necesidades y/o deseos, se las debe conceptualizar en un producto o servicio capaz de lograr la satisfacción del mercado meta, a un precio que pueda ser pagado, mediante canales de distribución que lo hagan accesible y comunicado de una forma que dé a conocer adecuadamente su existencia.
- Promover el intercambio de productos o servicios de valor: El marketing promueve el intercambio, es decir, dar algo a cambio de algo, pero con la salvedad de que sea de valor. Dicho en otra forma, se le da a un cliente un producto o servicio de valor (que lo necesita o desea y es satisfecho por este) y a cambio se recibe algo de valor (por ej. Su dinero, su recomendación a otras personas, su fidelidad con la marca).
- Obtener una utilidad o beneficio para la empresa u organización: Toda las actividades y procesos que se realizan apuntan a algo: Por una parte, a lograr clientes satisfechos, y por otra, a generar una determinada utilidad o ganancia para la empresa, o algún tipo de beneficio para las organizaciones sin fines de lucro. En este punto, cabe señalar que lograr el beneficio para ambas partes es lo que caracteriza al marketing.

MARKETING MIX “4P” PRECIO, PRODUCTO, PLAZA Y PROMOCIÓN

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente por las empresas para analizar cuatros variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior.

Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (Precio), product (Producto), place (Plaza) y promotion (Promoción).

Precio

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

Producto

Esta variable engloba tanto el producto (core product) en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc.

Plaza

En esta variable se analizan los canales que atraviesa un producto desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor. Además, podemos hablar también del almacenaje, de los puntos de venta, la relación con los intermediarios, el poder de los mismos, etc.

Promoción

La promoción del producto analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc.

PLAN DE MARKETING

DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN

En la descripción de la situación actual externa se describen aquellos factores que son externos y por tanto incontrolables por la empresa pero que afectan directamente a su desarrollo. En este punto hemos de describir:

- ✓ **Entorno general:** información relacionada con datos económicos, sociales, tecnológicos, políticos, culturales, medioambientales.
- ✓ **Entorno sectorial:** grado de dificultad de entrada de nuevos competidores, análisis de proveedores clave, obtener información detallada sobre gustos e intereses de los clientes.
- ✓ **Entorno competitivo:** hemos de realizar un estudio detallado sobre nuestros principales competidores.
- ✓ **Mercado:** en este apartado hemos de incluir información sobre la evolución y tendencia de nuestro mercado (productos, segmentos, precios)

En la descripción de la situación actual interna hemos de detallar información relevante sobre: producción, finanzas, marketing, clientes y recursos humanos de nuestra empresa.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

El objetivo de la etapa del análisis de la situación es dar a conocer la situación actual en la que se encuentra la empresa. Tenemos que estudiar y analizar la información recopilada en la etapa anterior para ello utilizaremos la matriz de análisis DAFO

FIJACIÓN DE OBJETIVOS

Una vez hemos analizado la situación, ya estamos en disposición de establecer nuestros objetivos de una forma realista. Para fijar correctamente los objetivos en nuestro plan de marketing, tenemos que seguir las siguientes pautas:

- ✓ -Los objetivos tienen que ser adecuados y coherentes, de nada sirve fijar unos objetivos inalcanzables, lo único que podemos conseguir con ello es la desmotivación.
- ✓ -Los objetivos tienen que estar definidos claramente para que no puedan inducir a ninguna clase de error.
- ✓ -Definidos de una forma concreta. Objetivos específicos por unidades de negocio, zonas geográficas, productos, etc.
- ✓ -Es necesario marcar plazos para su consecución, esto ayudara a motivar su cumplimiento.

En todo plan de marketing existen dos clases de objetivos que se deben de fijar, los objetivos cuantitativos y los cualitativos. Los objetivos cuantitativos expresan todos aquellos objetivos que se pueden cuantificar, por ejemplo volumen de ventas, porcentajes de fidelización de clientes, beneficios, facturación, etc. Sin embargo los objetivos cualitativos son aquellos objetivos que por la dificultad o su elevado coste de cuantificar se expresan de forma cualitativa. Como por ejemplo: aumentar la notoriedad de marca o ser líderes de mercado.

PROYECCIÓN EMPRESARIAL

INCURSIÓN EN EL NEGOCIO

La base de su empresa está constituida por la idea o el concepto del mismo, la idea debe ser viable, para que cuando la ponga en práctica, le brinde una buena calidad de vida, no solo en el aspecto económico.

Por lo general decidir cuál va a ser el destino de su negocio requiere de mucha reflexión y una investigación muy rigurosa. Una vez tenga una idea en mente, deberá someterla a una larga y detallada verificación.

IDEA

Para llevar a cabo la creación de una empresa necesitaremos partir siempre de la concepción de una idea desarrollada. Muchas veces la idea no es del todo nueva, sino que por el contrario viene a mejorar o a complementar ideas de empresas que ofrecen determinados productos o servicios.

Algunas fuentes de donde podemos extraer ideas son las siguientes:

- Desarrollar la idea básica del negocio a partir de un hobby o de aquel por lo que las personas tengan un interés especial.
- Encontrar la respuesta a la pregunta “¿Por qué no habrá un...?”
- Observar y aprovechar los fallos que se vean en otros productos servicios.
- Encontrar usos extraordinarios para cosas ordinarias.
- Buscar oportunidades en los cambios sociales.
- Desarrollar nuevos medios para resolver problemas.
- Aprovechase de los avances de la tecnología.
- Pensar en la salir de la ocupación actual.

ANÁLISIS DEL NEGOCIO.

- **PRODUCTO O SERVICIO:** ¿Qué beneficios tendrá para el consumidor?, ¿Cuáles serán sus productos diferenciales respecto a la competencia?, ¿existe en el mercado disponibilidad de la tecnología necesario para este desarrollo?
- **SECTOR:** ¿Cuáles son los márgenes habituales en este tipo de emprendimiento?, ¿Cuál es la dinámica habitual del sector en términos de novedades y operaciones?, ¿existen barreras legales o fiscales que protegen a la competencia?, ¿Qué ideas pondré en práctica para escalarlas?
- **MERCADO:** ¿Quién será mi cliente?, ¿Qué edad tiene?, ¿donde vive?, ¿Dónde trabaja?, ¿Dónde compra?, ¿Qué precio está dispuesto a pagar?, ¿cuál será la mejor manera de comunicar mi producto o servicio?, ¿Qué canales de distribución voy a usar?, ¿los tradicionales o voy a generar alternativos?
- **FINANZAS:** ¿Qué disponibilidad de capital necesito para el comienzo y en qué plazo estimo llegar al punto de equilibrio?,
- **EQUIPO HUMANO:** ¿Las habilidades claves las tiene el emprendedor o necesita de un equipo que lo complemente? Este puede ser de colaboradores efectivos pero también tiene que contar con consejeros eventuales.

IDEA BÁSICA DE NEGOCIO.

- Describa su producto o servicio con tantos detalles como pueda.
- Vea claramente que característica de su servicio o productos lo distinguen de los demás.
- Piense en su mercado propuesto; defina sus límites, tanto en términos geográficos, como los diversos tipos de clientes.
- Busque opciones de venta para su producto o servicio, a través de tiendas distribuidores, por teléfono, por internet, etc.

- Si su negocio se basa en la venta de productos, ¿los fabricara usted mismo o encontrar alguien más que lo haga?
- Piense en lo que puede necesitar para la comenzar en cuento a instalaciones, personal, equipo, finanzas y experiencia.
- Sea crítico con su idea, trate de detectar y de resolver imperfecciones potenciales.

PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocio es un proyecto escrito que evalúa todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales. Es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente, independientemente de la magnitud del negocio. En muchos casos es una exigencia de banqueros, gerentes e inversionistas

Los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

- 1) Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.
- 2) Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, antes de su puesta en marcha.
- 3) Busca la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
- 4) Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el siguiente ahorro de tiempo y recursos.
- 5) Proveer necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.
- 6) Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
- 7) Valuar una empresa para su fusión o venta.
- 8) Guiar la puesta en marcha de un emprendimiento o negocio.

El plan de negocios es un documento que se utiliza para analizar, evaluar y presentar un proyecto comercial. Con él se examinan las alternativas para llevar adelante un negocio evaluando la factibilidad técnica (¿puede hacerse?), económica) ¿dará los resultados esperados?) Y financiera (¿existen los recursos necesarios?)

El plan de negocios resume las variables, producto o servicio, producción, comercialización, recursos humanos, costos y resultados, finanzas.

PLAN FINANCIERO

Se determina la financiación con el que se hará frente a las inversiones, es decir de donde va a salir el capital para financiar el proyecto.

Primero se valora el capital, es decir, todos aquellos recursos propios ya sean en aportaciones en dinero o en especie.

El segundo elemento es la financiación ajena compuesta principalmente por los préstamos, en entidades de crédito o particulares y las deudas de contraer tanto con los proveedores de inmovilizado como con los proveedores habituales de existencias.

Con respecto a las ayudas y subvenciones que se pueden recibir de las diferentes administraciones estas no se pueden incluir en la inversión inicial, puesto que probablemente no se contarán con ellas en el momento de montar la empresa o negocio.

RECURSOS PROPIOS	
CAPITAL SOCIAL	\$
OTRAS	
APORTACIONES	\$

RECURSOS AJENOS	
PRESTAMOS BANCARIOS	\$
ACREEDORES	\$
FINANCIACIÓN TOTAL	\$\$\$\$

(Elaboración propia, Daihanna Rueda y María Garavito, 2015")

Para la obtención de los recursos necesarios se debe tener una idea clara y concisa de cuánto dinero se necesitara realmente para que el negocio quede establecido y en marcha y aún más, cuánto dinero más necesitara para mantenerlo funcionando.

Por lo anterior se relacionan varios establecimientos financieros para la obtención de los recursos entre los más importantes:

FONDO EMPRENDER

Es un fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de carrera profesional), o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título Profesional. Otorga recursos hasta el (100%) cien por ciento del valor del negocio.

BANCO AGRARIO

Según acuerdo firmado entre el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Garantías y el Banco Agrario se dispuso a programar la creación de empresa con recursos propios con un cupo inicial de \$5.000.000 millones con el fin de contribuir a la generación de empleos, mejorar la capacitación y la productividad y eficiencia de los pequeños empresarios del país.

FUNDACIONES

Las fundaciones deben desarrollar un plan de capacitación y asesoría en la creación del negocio y el proceso de seguimiento y acompañamiento para verificar la

inversión realizada y las visitas posteriores para garantizar una norma de atención de la obligación crediticia.

CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO

Personas naturales

Para registrarse se debe diligenciar el formulario de persona natural y establecimiento de comercio en la Cámara y Comercio diligenciarlo y pagar los respectivos derechos de matrícula.

CONSTITUCIÓN ANTE LA CÁMARA Y COMERCIO.

- Verificar que no exista otro comercio o empresa con el mismo nombre con el que se pretende registrar el negocio o empresa.
- Tanto la sociedad comercial o civil se constituyen mediante escritura pública ante notaria y debe contener como mínimo varios de los requisitos establecidos en el artículo 110 del Código de Comercio.
- Comparecía y firma de los socios o sus apoderados.
- Nombre, domicilio e identificación de los socios.
- Nombre de la sociedad.
- Domicilio social.
- Objeto social, enunciado en forma clara las principales actividades.
- Capital social, el número de cuotas en que se dividen el valor de cada aporte de los socios.
- Forma de administración o representación legal de la sociedad.
- Duración de en tiempo de la sociedad.
- Nombramientos de representantes legales y órganos administrativos.
- Constancia de aceptación cargos y sus identificaciones
- Clausula compromisoria.

TRÁMITES PARA EL FUNCIONAMIENTO

Para el ejercicio del comercio en los establecimientos abiertos al público es obligatorio reunir los siguientes requisitos, contemplados en el artículo 2 de la ley 232 de 1995.

- Solicitar ante la curaduría urbana el concepto de uso de suelo, cumplir todas las normas referenciadas para el uso de suelo, intensidad aditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio.
- Registrar ante la cámara de comercio el establecimiento de comercio verificando que no exista un nombre igual o similar al que se desea inscribir, diligenciar el respectivo formulario y pagar los derechos de inscripción que dependen del valor de activos con los que se inicie la actividad.
- Solicitar concepto de bomberos (anual).
- Cumplir las condiciones sanitarias descritas en la ley 9na de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia, si es necesario, realizar el curso de manipulación de alimentos en el hospital más cercano al establecimiento.
- Cuando en el establecimiento se ejecuten públicamente obras musicales que causen pago por derechos de autor, estos se deben pagar y presentar a la autoridad legalmente reconocida de acuerdo con la ley 23 de 1982 y de más normas complementarias.
- Registrar ante el Invima (si es el caso), los alimentos, medicamentos, productos de aseo o cosméticos que la empresa vaya a producir.
- Licencias ambientales.
- Estudio impacto ambiental.

TALLER 1

Identificar los elementos de la Administración por medio de una dinámica en la cual se debe dividir el grupo de capacitación en parejas o grupos de 3 personas en donde se entrega a cada grupo un caso de la vida real y un grupo de palabras para que las organicen e identifiquen el elemento correspondiente.

Planear:

Saber qué se va a hacer por anticipado, cuál va a ser la dirección que se va a tomar para alcanzar los objetivos de la manera más eficiente. Visión hacia el futuro.

Organizar:

Es un proceso en donde se determina qué es lo que debe hacerse para lograr una finalidad establecida o planeada, dividiendo y coordinando las actividades y suministrando los recursos

Dirigir:

Lograr que todos los involucrados en la organización contribuyan al logro de sus objetivos. Se ejerce a través de tres subfunciones: el liderazgo, la motivación y la comunicación.

Controlar:

La función que efectúa la medición de los resultados obtenidos comparándolos con los esperados (planeados) con el fin de buscar la mejora continua.

NOMBRE:

TEMA

FECHA

TALLER 2

1. Defina con sus palabras el significado de Administración:

2. Indique según el número al que corresponda el autor y su teoría o modelo de administración explicados en la sesión de clase.

- | | |
|---|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> MAX WEBER | (1) TEORÍA BUROCRÁTICA |
| <input type="checkbox"/> HENRI FAYOL | (4) TEORÍA X Y, Y |
| <input type="checkbox"/> ELTON MAYO | (6) ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO |
| <input type="checkbox"/> DOUGLAS MCGREGOR | (3) TEORÍA HUMANÍSTICA |
| <input type="checkbox"/> TAYLOR | (2) MODELO ESTRUCTURALISTA |

3. Escriba los pasos del proceso administrativo.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

NOMBRE:

TEMA

FECHA

TALLER 3

1. Defina que es una organización

2. Describa las cuatro pautas del sistema de la organización

a. La interdependencia:

b. La apertura:

c. Marco analítico macroscópico y microscópico:

d. La adaptación y la innovación

2. Escriba los 4 elementos de las organizaciones abiertas.

_____ ,	_____
_____ ,	_____

NOMBRE:

TEMA

FECHA

TALLER 4

Identifique sus debilidades, oportunidades, amenazas y fortalezas para elaborar su Análisis DOFA personal.

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
FORTALEZAS	AMENAZAS

NOMBRE:

TEMA

FECHA

TALLER 5

1. Indicar cada uno de los conceptos y la definición de los elementos del Marketing Mix o (4P)

[illegible]

NOMBRE:

TEMA

FECHA

TALLER 6

1. Explique cuáles son los 5 pasos del análisis del Negocio

1. _____

_____.

2. _____

_____.

3. _____

_____.

4. _____

_____.

5. _____

_____.

2. Escriba en los espacios correspondientes los costos de los recursos propios y ajenos que se utilizaran en su idea de negocio.

RECURSOS PROPIOS	
CAPITAL SOCIAL	\$
OTRAS APORTACIONES	\$
RECURSOS AJENOS	
PRESTAMOS BANCARIOS	\$
ACREEDORES	\$
FINANCIACIÓN TOTAL	\$

3. Enuncie los establecimientos para la potencial de recursos en la creación de pequeña empresa

1. _____

2. _____

3. _____

NOMBRE: _____

TEMA: _____

FECHA: _____

PARCIAL

1. Que es Administración.

2. Indique los paso del proceso administrativo.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

3. Que es una organización

4. Que es el análisis DOFA

5. Indicar el concepto y su definición de las 4P.









6. Indique cuales son los 5 pasos del análisis del Negocio

1. _____

_____.

2. _____

_____.

3. _____

_____.

4. _____

_____.

5. _____

_____.

<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE</p>	<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE VICERRECTORÍA ACADÉMICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</p>
<p>MATERIA: CONTABILIDAD BÁSICA NOMBRE DEL PROFESOR: MARÍA GARAVITO RUIZ NUMERO DE HORAS PRESENCIALES: 20 HORAS NUMERO DE HORAS NO PRESENCIALES: 10 HORAS DÍAS: SÁBADOS Y DOMINGOS HORARIO: 8:00 AM A 1:00 PM FECHA ELABORACIÓN SYLLABUS: OCTUBRE 2015</p>	

DESCRIPCIÓN

En la asignatura se aprende los conceptos fundamentales de contabilidad, la importancia de conocer el balance general y el estado de resultados para tomar buenas decisiones en la empresa, además conocer las herramientas para la creación de empresa y desarrollar ideas para mejorar el entorno.

OBJETIVOS

GENERAL

El estudiante al finalizar sus estudios se encuentre en la capacidad de elaborar los estados financieros (Estado de situación financiera) y pueda analizar, comprender la información y así tomar decisiones responsables en la empresa.

ESPECÍFICOS

- Conocer y tener un manejo apropiado del lenguaje contable.
- Conocer las cuentas básicas que estructuran el balance general y el estado de resultado.

- Proporcionar una imagen clara de la situación financiera de la empresa y así participar en la toma de decisiones.
- Conocer y diligenciar correctamente los documentos para crear la empresa.

Contenido Por Unidades

- 5.** Introducción a la contabilidad.
 - 5.1 ¿Qué es la contabilidad?
 - 5.2 ¿Para qué sirve?
 - 5.3 Conceptos básicos de contabilidad
 - 5.4 Tipo de empresas y tipo de sociedades

- 6.** Aspectos básicos de la contabilidad
 - 6.1 Activo
 - 6.2 Pasivo
 - 6.3 Patrimonio
 - 6.4 Balance general
 - 6.5 Ingreso
 - 6.6 Gasto
 - 6.7 Costo
 - 6.8 Estado de resultado

- 7.** Presentación de los Estados financieros
 - 7.1 Interpretación e importancia de un balance general y estado de resultados
 - 7.2 Toma de decisiones

- 8.** Parámetros para crear empresa
 - 8.1 Requisitos
 - 8.2 Documentación
 - 8.3 Entidades de interés.

Planeador de Metodología		
SESIÓN	ESTRATEGIAS PARA EL TRABAJO	RESULTADO
1. Octubre 03 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del curso, normas de trabajo en clase, evaluación. • Explicación de que es contabilidad • Explicación para qué sirve la contabilidad en el entorno que nos rodea • Explicación de conceptos básicos como persona natural, persona jurídica, empresa etc. 	Que los participantes obtengan un conocimiento básico de la contabilidad para ser aplicado en su entorno.
2. Octubre 04 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación tipos de empresa, grandes, medianas y pequeñas • Explicación tipos de sociedades. 	Que los estudiantes conozcan la dinámica de las empresas y los tipos de sociedades en las cuales se pueden conformar la empresa
3. Octubre 17 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación el activo y las cuentas básicas que lo conforman. • Explicación del pasivo y las cuentas básicas que lo conforman. • Explicación del patrimonio y las cuentas básicas que lo conforman. • Explicación de la estructura balance general 	Los estudiantes deben tener en cuenta la dinámica de las cuentas mediante talleres prácticos enfocados en la vida real.
4. Octubre 18 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los Ingresos y las cuentas básicas que lo conforman. • Explicación de los Gastos y las cuentas básicas que lo conforman. 	Conocimiento de la dinámica de las cuentas para la

	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación de los costos y las cuentas básicas que lo conforman. • Explicación de la estructura estado de resultados 	elaboración de un estado de resultado
5. Octubre 24 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Explicación e interpretación de los estados financieros 	Interpretar los estados financieros mediante un ejercicio practico.
6. Octubre 25 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de decisiones 	Taller práctico.
7. Noviembre 07 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Parcial Final 	Realizar los estados financieros Balance y estado de resultado.
8. Noviembre 08 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización parcial final 	Socialización
Noviembre 14 y 15 de 2015	<ul style="list-style-type: none"> • Sustentación proyecto de grado 	Exposición de proyecto

CONCEPTOS BÁSICOS DE CONTABILIDAD

¿QUÉ ES CONTABILIDAD?

Es un conjunto de procedimientos estandarizado para todas las empresas, que permite reflejar de forma ordenada la actividad económica de la empresa en el día a día. Así a través de la contabilidad las personas responsables de la administración y gestión de una empresa pueden responder. En definitiva, la contabilidad es la herramienta que permite a la administración de la empresa tomar decisiones partiendo de la información más adecuada. (<http://www.plangeneralcontable.com/>)

¿PARA QUE SIRVE?

Sirve para registrar todas las operaciones que se realizan en la empresa siguiendo un orden cronológico y aplicando unas normas de obligado cumplimiento. La contabilidad es una herramienta clave para conocer en qué situación y condiciones se encuentra una empresa en cualquier momento y, con esta información, poder tomar las decisiones necesarias para mejorar su rendimiento económico.

Realizar una contabilización correcta sirve internamente para la toma de decisiones de gestión y administración y externamente para que cualquier persona interesada en conocer la marcha de la empresa lo pueda hacer, caso de los accionistas, proveedores, etc...

Interno: porque la empresa la utiliza para conocer, en cualquier momento, cuál es su situación económica.

Externo: para proporcionar información relevante a accionistas, inversores, bancos, hacienda... Hay que tener en cuenta que son los registros contables de la empresa la información que se toma como base para el cálculo de los impuestos a

los que está sujeta la empresa, impuesto de sociedades, etc.
(<http://www.plangeneralcontable.com/>)

¿A qué llamamos actividades comerciales?

Son todas las operaciones que se realizan en una empresa con objeto comercial, es decir, con fin lucrativo. Es toda acción que se origine con el fin de obtener una contraprestación económica. (Apuntes del autor)

¿Qué es Partida doble?

El sistema de partida doble consiste en que, en cada hecho contable, se ha de producir al menos un cargo en una cuenta y un abono en otra.
(<http://www.gerencie.com/metodo-de-la-partida-doble.html>)

¿Qué es persona?

Es un ser racional e inteligente consciente de sí mismo y de sus actos con identidad propia y totalmente independiente. (<http://www.significados.com/persona>)

¿Qué es una persona natural?

Persona Natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal. (<http://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica>)

¿Qué es una persona jurídica?

Es una empresa con derechos y obligaciones que existe, pero no como individuo, sino como institución y que es creada por una o más personas físicas para cumplir

un objetivo social que puede ser con o sin ánimo de lucro.
(<http://www.crecenegocios.com/persona-natural-y-persona-juridica/>)

¿Qué es una empresa?

Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio. (Código de Comercio art 25)

Actividad 1

EMPRESAS

En el desarrollo de la actividad el objetivo es que los participantes puedan identificar el sector a que pertenece cada empresa, y conozcan las diferentes actividades que desarrollan; también que identifiquen las tipos de sociedades para que cuando conformen sus empresas sus deberes y derechos.

1. Clasificar las empresas de acuerdo a su actividad y sector según pertenesca.
2. ¿Mencione los tipos de sociedades existen y de un ejemplo diferentes a los visto en clase?

- 1) Sociedad Colectiva: Hermanos e Hijos & Compañía
- 2) Sociedad en comandita simple: Torres & Cía. S. en C.
- 3) Sociedad Anónima: Galletas Tostaditas S.A.
Sociedad en comandita por acciones: Computadores y Equipos S. C. A
- 4) Sociedades mixtas: Almacén El Estudiante, Ltda.
- 5) Sociedad sin ánimo de lucro: Fundación Silvania

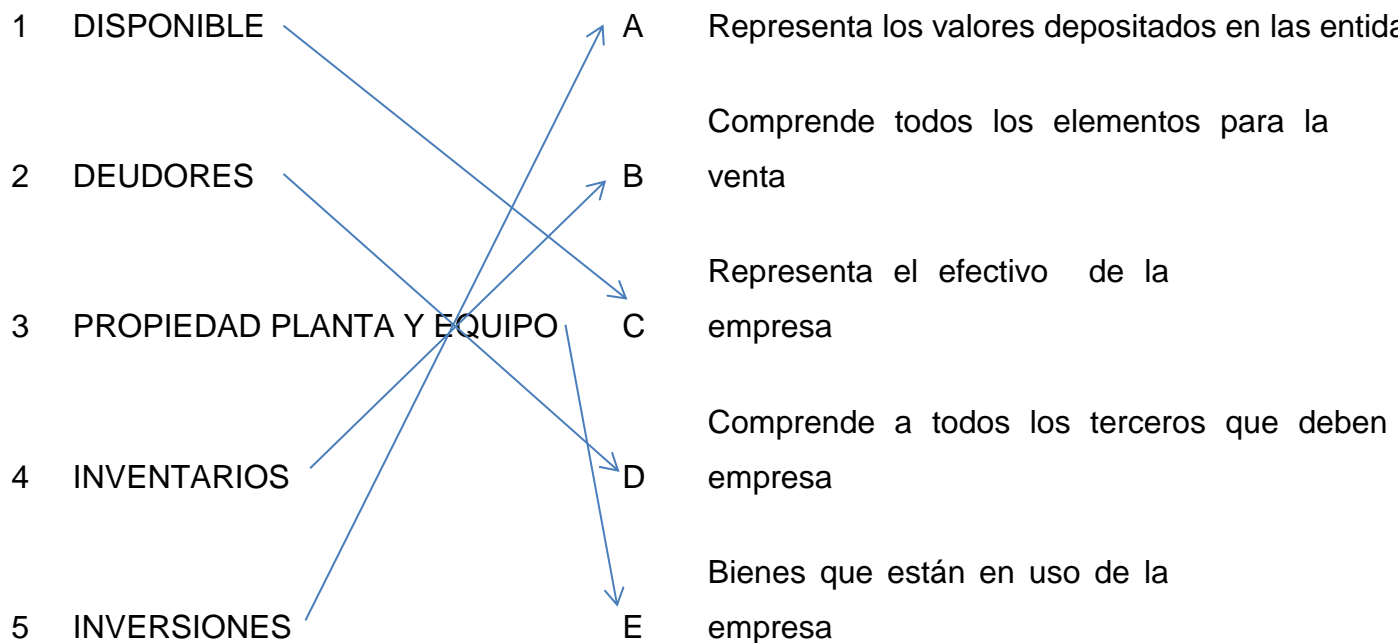


Actividad 3

BALANCES Y REGISTROS

El objetivo de la actividad es que los participantes conozcan un balance general, que cuentas lo conforman y cual es importancia en la empresa.

1. De acuerdo a lo visto en clase encuentre la definición correcta de disponible, deudores, propiedad planta y equipo, inventarios.



2. Realizar los siguientes asientos

a) La empresa YUI compro muebles por valor de \$ 50.000 en efectivo

MUEBLES		CUENTAS POR PAGAR		CAJA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
50.000		50.000	50.000		50.000

b) La empresa YUI compro 3 electrodomésticos para la venta por \$100.000 c/u de contado.

INVENTARIO		CUENTAS POR PAGAR		CAJA	
DEBE	HABER	DEBE	HABER	DEBE	HABER
200.000		200.000	200.000		200.000

c) La empresa YUI vendió 1 electrodoméstico por \$150.000 a crédito.

DEUDORES		INGRESO	
DEBE	HABER	DEBE	HABER
150.000			150.000

d) La empresa YUI compra 3 televisores por \$150.000 pagan el 50 % en efectivo y el resto a crédito.

INVENTARIO	
DEBE	HABER
450.000	

CAJA	
DEBE	HABER
	225.000

PROVEEDOR	
DEBE	HABER
450000	225.000

ACTIVIDAD 4
REGISTROS CONTABLES

Con el desarrollo de esta actividad buscamos que los participantes conozcan los principios de partida doble, que reconozcan todos los hechos económicos que se realizan en la empresa.

1) Supongamos la constitución de una empresa por cinco socios llamada ASA LTDA Registrar las siguientes operaciones.

- a) El socio Jesús Pórtela aporta \$30.000.000
- b) El socio Martin Chaparro aporta \$20.000.000
- c) Un vehículo valorado en \$30.000.000 de los cuales debe \$5.000.000 la empresa asume la deuda
- d) Una oficina valorada en \$15.000.000
- e) Una deuda por \$10.000.000 y mercancía por \$5.000.000

CAJA

DEBE	HABER
50.000.000	

CLIENTES

DEBE	HABER
10.000.000	

MERCANCÍA

DEBE	HABER
5.000.000	

OFICINA

DEBE	HABER
15.000.000	

VEHÍCULO

DEBE	HABER
30.000.000	

OBLIGACIONES

DEBE	HABER
	5.000.000

APOORTE SOCIAL

DEBE	HABER
	105.000.000

2) El balance inicial es aquel balance que se hace al momento de iniciar una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio con que se constituye e inician operaciones.(apuntes del autor).

Con los datos anteriores realizar el balance inicial

ASA LTDA			
BALANCE INICIAL			
ACTIVO		PASIVOS	
Caja	50.000.000	Obligaciones	5.000.000
Clientes	10.000.000		
Inventarios	5.000.000	total pasivos	5.000.000
Oficina	15.000.000		
vehículos	30.000.000	PATRIMONIO	
		Aportes sociales	105.000.000
		total pasivo y	
total activos	110.000.000	patrimonio	110.000.000
<hr/> GERENTE		<hr/> CONTADOR	

ACTIVIDAD 5
ESTADO DE RESULTADOS

El Objetivo de esta actividad es que los participantes pudieran identificar los costos y los gastos, además que conocieran que conformaba un estado de resultados, para así poder tomar decisiones en sus proyectos.

1). De acuerdo en lo visto en clase dibuje o estructure el estado de resultados

NOMBRE DE LA EMPRESA	
NOMBRE DEL DOCUMENTO	
VENTAS	
(-) Devoluciones y descuentos	
INGRESOS OPERACIONALES	
(-) Costos de ventas	
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL	
(-) Gastos operacionales de administrador	
(-) Gastos operacionales de ventas	
UTILIDAD OPERACIONAL	
(+) Ingresos no operacionales	
(-) gastos no operacionales	
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	
(-) Impuesto de renta y complementarios	
UTILIDAD LIQUIDA	
(-) Reservas	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	
<div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 20px;"> <div>_____ GERENTE</div> <div>_____ CONTADOR</div> </div>	


2) Determinar la utilidad neta con la siguiente información:

- ✓ La empresa XYZ en el 2014 genero ventas por \$160.000 y su costo de ventas es de \$12.000. La empresa XYZ tuvo gastos de administrativos por \$5.000 y gastos en ventas por \$4.000.
- ✓ El deterioro de los equipos y maquinaria esta por un valor de \$1.000.
- ✓ Los gastos financieros del año fueron 3.000
- ✓ El impuesto es del 33%


XYZ			
ESTADO DE RESULTADO 2014			
VENTAS			160.000
(-) Devoluciones y descuentos			-
INGRESOS OPERACIONALES			160.000
(-) Costos de ventas			120.000
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL			40.000
(-) Gastos operacionales de administrador			5.000
(-) Gastos operacionales de ventas			4.000
(-) Depreciacion			1.000
UTILIDAD OPERACIONAL			30.000
(+) Ingresos no operacionales			-
(-) gastos no operacionales			3.000
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS			27.000
(-) Impuesto de renta y complementarios			8.910
UTILIDAD LIQUIDA			18.090
(-) Reservas			1.809
UTILIDAD DEL EJERCICIO			16.281
GERENTE		CONTADOR	

CÁMARA Y COMERCIO

Hace pública la calidad de comerciante, en la medida que hace visible al empresario frente a potenciales clientes que consultan los registros y contiene información sobre los datos generales de los comerciantes y de las sociedades. (<http://www.ccb.org.co>).



ESTE FORMULARIO SERÁ COBRADO ÚNICAMENTE AL MOMENTO DE PAGAR LA MATRÍCULA O RENOVACIÓN
REGISTRO ÚNICO EMPRESARIAL
CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL



CAMARA
DE COMERCIO DE BOGOTÁ
Por nuestra sociedad

IDENTIFICACIÓN

NIT 01 C.C. 02 C.E. 03 PASAPORTE 04

No. D.V.

País Pasaporte

REGISTROS: MERCANTIL, ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO / DE PROPYENIENTES

INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA 01 RENOVACIÓN 02

04 CAMARA INSCRIPCIÓN / MATRÍCULA

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES

1. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA LGGR

2. NOMBRE COMERCIAL 3. SIGLA

4. DOMICILIO PRINCIPAL O DIRECCIÓN DE GERENCIA 5. MUNICIPIO

6. DEPARTAMENTO 7. TELÉFONO 8. FAX 9. A.A.

10. E-MAIL 11. PÁGINA WEB

12. DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN LGPR 13. MUNICIPIO

14. DEPARTAMENTO 15. TELÉFONO 16. FAX 17. A.A.

18. E-MAIL 19. PÁGINA WEB

TIPO DE ORGANIZACIÓN

SOCIEDAD COLECTIVA <input type="text"/> 01	SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE <input type="text"/> 02	SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES <input type="text"/> 03	SOCIEDAD LIMITADA <input type="text"/> 04
SOCIEDAD ANÓNIMA <input type="text"/> 05	SOCIEDAD DE ECONOMÍA MIXTA <input type="text"/> 06	SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA <input type="text"/> 07	EMPRESA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DEL ESTADO <input type="text"/> 08
EMPRESA UNIPERSONAL <input type="text"/> 09	SOCIEDAD DE HECHO <input type="text"/> 10	PERSONA NATURAL <input type="text"/> 11	
ORGANIZACIONES DE ECONOMÍA SOLIDARIA ESPECÍFICAS <input type="text"/> 12	COOPERATIVA <input type="text"/> 12.1	PRECOOPERATIVA <input type="text"/> 12.2	INSTITUCIONES AUXILIARES DE ECONOMÍA SOLIDARIA <input type="text"/> 12.3
	EMPRESA DE SERVICIOS EN FORMA DE ADMIN. PÚBLICA COOPERATIVA <input type="text"/> 12.4	FONDO DE EMPLEADOS <input type="text"/> 12.5	COOPERATIVA DE TRABAJO ASOCIADO <input type="text"/> 12.6
	ASOCIACIÓN MUTUAL <input type="text"/> 12.7	EMPRESA SOLIDARIA DE SALUD <input type="text"/> 12.8	EMPRESA COMUNITARIA <input type="text"/> 12.9
	FEDERACIÓN Y CONFEDERACIÓN <input type="text"/> 12.10	EMPRESAS ASOCIATIVAS DE TRABAJO <input type="text"/> 12.11	
ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO <input type="text"/> 13	¿CUAL? <input type="text"/>	OTROS <input type="text"/> 99	¿CUAL? <input type="text"/>

FECHA DE CONSTITUCIÓN HASTA

COMPOSICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

1. NACIONAL % 1.1. PÚBLICO % 2. EXTRANJERO %

1.2. PRIVADO % 2.1. PÚBLICO % 2.2. PRIVADO %

ESTADO ACTUAL DE LA EMPRESA

ACTIVA 01 ETAPA PREOPERATIVA 02 EN CONCORDATO 03

INTERVENIDA 04 EN LIQUIDACIÓN 05 ACUERDOS DE REESTRUCTURACIÓN 06

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS QUE CONFORMAN LA EMPRESA, DE ACUERDO CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA QUE DESARROLLAN

1. AGROPECUARIOS	2. MINEROS	3. MANUFACTUREROS	4. SERVICIOS PÚBLICOS
5. CONSTRUCCIÓN Y OBRAS CIVILES	6. COMERCIALES	7. RESTAURANTES Y HOTELES	8. TRANSPORTE Y ALMACENAMIENTO
9. COMUNICACIÓN	10. FINANCIEROS, SEGUROS E INMOBILIARIOS	11. SERVICIOS COMUNALES Y PERSONALES	

ACTIVIDADES ECONÓMICAS (describa por orden de importancia las principales actividades económicas)

1.

2.

3.

4.

5.

FECHA DE DILIGENCIAMIENTO

DÍA <input type="text"/>	MES <input type="text"/>	AÑO <input type="text"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

REPRESENTANTE LEGAL O INSCRITO

NOMBRE

FIRMA C.C.

PERSONA QUE DILIGENCIA

NOMBRE

CARGO TEL.

E-MAIL

PARA USO EXCLUSIVO DE LA CAMARA DE COMERCIO

FECHA DE RECEPCIÓN

DÍA <input type="text"/>	MES <input type="text"/>	AÑO <input type="text"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------

FUNCIONARIO QUE RECIBE EL FORMULARIO

NOMBRE

FIRMA

PARA CONSULTAS O ACLARACIONES DIRIGIRSE A:

TELÉFONO

E-MAIL WEB

RECUERDE REPORTAR CUALQUIER CAMBIO QUE SE PRODUZCA EN SUS DATOS

IMPRESO POR: PERFORA S.A.S. NIT: 900.382.781-1 FAX: 2414145 BOGOTÁ 100.071.92 / 7.0706

Anexo 13. (Elaboración propia, Daihanna Rueda y María Garavito, 2015)

PARCIAL FINAL

- 1) ¿Defina que es contabilidad?
- 2) ¿cuantos tipos de sociedades hay menciónelas
- 3) ¿Qué es el balance General?
- 4) ¿Cuál es la ecuación patrimonial?
- 5) ¿Porque es importante la toma de decisiones?
- 6) La empresa solecitos S.A.S presenta la siguiente información, realizar el balance general y el estado de resultados
 - ✓ Solecitos S.A.S genero ventas de \$1.550.000, con un costo de \$850.000.
 - ✓ En ese periodo se generaron unas devoluciones por \$250.000.
 - ✓ Gastos administrativos por \$200.000
 - ✓ Solecitos S.A.S tiene unos ingresos no operacionales por \$450.000 y unos egresos no operacionales por \$150.000.
 - ✓ Impuesto de renta es del 33%
 - ✓ La empresa a final de año en el banco había \$1.765.159
 - ✓ Los deudores \$758.604
 - ✓ Inventario a final de año hay \$3.547.810
 - ✓ Equipos de oficina \$1.246.813
 - ✓ Obligaciones financieras \$1.365.471
 - ✓ Proveedores \$2.987.256
 - ✓ Capital social \$2.597.159

Anexo F

<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE</p>	<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE VICERRECTORÍA ACADÉMICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</p>
<p>MATERIA: ADMINISTRACION NOMBRE DEL PROFESOR: DAIHANNA PAOLA RUEDA GUAYACAN NUMERO DE HORAS PRESENCIALES: 20 HORAS NUMERO DE HORAS NO PRESENCIALES: 10 HORAS DIAS: SABADOS Y DOMINGOS HORARIO: 8:00 AM A 1:00 PM FECHA ELABORACION SYLLABUS: OCTUBRE DE 2015</p>	

DESCRIPCION
<p>Las treinta (30), horas impartidas se fundamentaran en dar a conocer las áreas de a Administración, evidenciando temas como; enfoques de la Administración, niveles de la organización, espacios del conocimiento humano enfocados en procesos administrativos, como lo es la solución de problemas, medición de recursos, planeación y aplicación de estrategias para la obtención de resultados basados en hábitos de aprendizaje y practica de ello.</p>

OBJETIVOS

GENERAL

- Guiar de manera pedagógica y creativa a la población participante de las capacitaciones de la Fundación "ASOCIACION DE VICTIMAS VULNERABLES DE SILVANIA"; en el desarrollo de estrategias productivas y organizaciones, identificando sus necesidades por medio del comportamiento y forma de vida diaria, aprovechando al máximo los recursos y las oportunidades que brinda su entorno para la creación de su negocio o proyecto de vida.

ESPECÍFICOS

- Motivar a cada uno de los capacitandos en la identificación de sus cualidades para el mejor desarrollo y aprovechamiento de estas, en donde se puede alcanzar las metas o proyectos planteados.
- Identificar la forma de aprendizaje y ejecución del conocimiento adquirido para su implementación en el negocio o proyecto de vida.
- Utilizar los espacios y elementos de trabajo para el desarrollo de todas y cada una de las capacitaciones, brindando el conocimiento adquirido en el proceso de formación de la Universidad de la Salle a los capacitandos.

Contenido Por Unidades

1. INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACION

- 1.1 Concepto de Administración
- 1.2 Proceso de la Administración
- 1.3 Teorías Administrativas

2. ORGANIZACIÓN

- 2.1 Definición
- 2.2 Organización como sistema
- 2.3 Niveles de la Organización
- 2.4 Organización informal
- 2.5 Análisis DOFA.

3. MARKETING – (MERCADEO)

- 3.1 Definición
- 3.2 Producto
- 3.3 Precio
- 3.4 Plaza
- 3.5 Promoción
- 3.6 Proceso del Marketing (Mercadeo)
- 3.7 Plan de Marketing (Mercadeo)

4. PROYECCION EMPRESARIAL.

- 4.1 Negocio
- 4.2 Plan de negocios
- 4.3 Plan financiero
- 4.4 Constitución del negocio
- 4.5 Trámites para el funcionamiento

<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE</p>	<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE VICERRECTORÍA ACADÉMICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</p>
<p>MATERIA: CONTABILIDAD BASICA NOMBRE DEL PROFESOR: MARIA GARAVITO RUIZ NUMERO DE HORAS PRESENCIALES: 20 HORAS NUMERO DE HORAS NO PRESENCIALES: 10 HORAS DIAS: SABADOS Y DOMINGOS HORARIO: 8:00 AM A 1:00 PM FECHA ELABORACION SYLLABUS: OCTUBRE 2015</p>	

DESCRIPCION
<p>En la asignatura se aprende los conceptos fundamentales de contabilidad, la importancia de conocer el balance general y el estado de resultados para tomar buenas decisiones en la empresa, además conocer las herramientas para la creación de empresa y desarrollar ideas para mejorar el entorno.</p>

OBJETIVOS

GENERAL

- El estudiante al finalizar sus estudios se encuentre en la capacidad de elaborar los estados financieros (Estado de situación financiera) , y pueda analizar, comprender la información y así tomar decisiones responsables en la empresa.

ESPECÍFICOS

- Conocer y tener un manejo apropiado del lenguaje contable.
- Conocer las cuentas básicas que estructuran el balance general y el estado de resultado.
- Proporcionar una imagen clara de la situación financiera de la empresa y así participar en la toma de decisiones.
- Conocer y diligenciar correctamente los documentos para crear la empresa.

Contenido Por Unidades

5. Introducción a la contabilidad.

5.1 ¿Qué es la contabilidad?

5.2 ¿Para qué sirve?

Nombre	CC.	Firma.
- Yenni Buenaes cañero	1.069 726 846	Yenni Buenaes.
- Olga Judith Rojas Sandoval	52466597 Bogotá	Olga R.O.
- Dora Nelly Rios Rubiano	201927.884	Dora Nelly Rios
- Lina L. Alberto Parra	3124744667	Lina L. Alberto Parra
- Diana Catherine Gonzalez Rincon	1092495579	Diana Catherine Gonzalez Rincon
- Mari coahuil Cuicquas Gato	39619350	Mari coahuil Cuicquas Gato
- Diana Paola Ortiz	98041860979	Diana Paola Ortiz
- Blanca Lidia Gombas.	201927415	Blanca Lidia Gombas.
- EVER CARLOS RIVERA FORZ	71985384	EVER CARLOS RIVERA FORZ
- Adriano Rincon	1069779277	Adriano Rincon
- Stendy Jurado Gomez.	35251053	Stendy Jurado Gomez.
- Castro roa cristian	98082117261	Cristian F. Castro B.
- Yenny Pilar Carrero P	201942221	Yenny Pilar Carrero

Anexo G

<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE</p>	<p>UNIVERSIDAD DE LA SALLE VICERRECTORÍA ACADÉMICA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES</p>
<p>MATERIA: ADMINISTRACION Y CONTADURIA PROFESORAS: PAOLA RUEDA Y MARIA GARAVITO NUMERO DE HORAS PRESENCIALES: 40 HORAS NUMERO DE HORAS NO PRESENCIALES: 20 HORAS DIAS: SABADOS Y DOMINGOS HORARIO: 8:00 AM A 1:00 PM</p>	

#	NOMBRE	CEDULA	FIRMA
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			