

1-1-2011

Programa de formación empresarial para las mujeres emprendedoras de la Fundación María Luisa de Moreno en el municipio de Mosquera, Cundinamarca

Gina Andrea Aranzazu Buitrago
Universidad de La Salle, Bogotá

César Alexander Correa Pérez
Universidad de La Salle, Bogotá

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

Citación recomendada

Aranzazu Buitrago, G. A., & Correa Pérez, C. A. (2011). Programa de formación empresarial para las mujeres emprendedoras de la Fundación María Luisa de Moreno en el municipio de Mosquera, Cundinamarca. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2999

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.

PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA LAS MUJERES
EMPRENDEDORAS DE LA FUNDACIÓN MARÍA LUISA DE MORENO EN EL
MUNICIPIO DE MOSQUERA, CUNDINAMARCA



GINA ANDREA ARANZAZU BUITRAGO
CÉSAR ALEXANDER CORREA PÉREZ

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BOGOTÁ
2011

PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA LAS MUJERES
EMPRENDEDORAS DE LA FUNDACIÓN MARÍA LUISA DE MORENO EN EL
MUNICIPIO DE MOSQUERA, CUNDINAMARCA

GINA ANDREA ARANZAZU BUITRAGO
CÉSAR ALEXANDER CORREA PÉREZ

Trabajo presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Director:
Francisco Daniel Méndez

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BOGOTÁ
2011

Nota de Aceptación

Aprueba el siguiente trabajo como requisito suficiente para optar al título de
Administrador de Empresas de la Universidad de la Salle

DEPARTAMENTO: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

RESPONSABLES: Gina Andrea Aranzazu Buitrago

Cesar Alexander Correa Pérez

DIRECTOR: Francisco Daniel Méndez

INSCRIPCIÓN POR PARTE DEL CONSEJO DE FACULTAD:

DECISIÓN: ACEPTADO () NEGADO () APLAZADO ()

ACTA No:

FECHA:

SALVEDAD DE RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

La Universidad de La Salle, no se responsabiliza de los conceptos emitidos por los investigadores en su trabajo, solo será orientador con el fin de llegar a la verdad, velando siempre por la ética y la justicia

AGRADECIMIENTOS

Primero a Dios, a nuestras familias que siempre nos apoyaron en este proceso de aprendizaje y a la Universidad de La Salle por permitir y guiar nuestra formación universitaria.

TABLA DE CONTENIDO

1.	<i>Introducción</i>	11
2.	<i>Tema: Formación Empresarial</i>	13
2.1	Línea de investigación	13
2.2	Sublínea de investigación	13
2.3	Relación con la Administración de Empresas	13
2.4	Título	14
3.	<i>Planteamiento del problema</i>	15
3.1	Formulación	16
4.	<i>Justificación</i>	17
5.	<i>Objetivos</i>	18
5.1	Objetivo general	18
5.2	Objetivos específicos	18
6.	<i>Marco referencial</i>	19
6.1	Marco filosófico empresarial	19
6.2	Marco histórico	20
6.2.1	Reseña histórica de la Universidad de La Salle	20
6.2.2	Reseña histórica de la fundación María Luisa de Moreno	21
6.3	Enfoque constructivista	23
7.	<i>Marco teórico</i>	24
7.1	Mujer y género	24
7.2	Emprendimiento	25
7.3	Plan de negocio	26
7.4	Pensamiento estratégico	31
7.5	Liderazgo transformador	33

7.6	Responsabilidad social	33
8.	<i>Marco conceptual</i>	36
9.	<i>Marco legal</i>	38
9.1	Normas y Leyes	38
10.	<i>Diseño metodológico</i>	42
10.1	Tipo de investigación	42
10.2	Población	44
10.3	Método de la investigación	45
10.4	Instrumento para la recolección de información:	45
11.	<i>Resultados obtenidos</i>	47
11.1	Desarrollo de la capacitación	66
12.	<i>Conclusiones</i>	68
13.	<i>Recomendaciones</i>	69
	<i>Referencias Bibliográficas</i>	70
	<i>ANEXOS</i>	73

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1. Objetivo principal de las etapas de plan de negocios</i>	30
<i>Tabla 2. Rangos de edad</i>	47
<i>Tabla 3 Estado civil</i>	48
<i>Tabla 4. Número de hijos</i>	49
<i>Tabla 5. Estrato</i>	49
<i>Tabla 6. ¿Qué actividad realiza en la actualidad?</i>	50
<i>Tabla 7. Nivel de estudio</i>	52
<i>Tabla 8. ¿ Qué le gustaría estudiar?</i>	53
<i>Tabla 9. ¿ Se considera una mujer emprendedora?</i>	54
<i>Tabla 10 .¿Prefiere trabajar sola o en equipo?</i>	55
<i>Tabla 11.¿ Toma sus propias decisiones?</i>	56
<i>Tabla 12 .¿Tiene miedo al cambio?</i>	56
<i>Tabla 13. ¿Prefiere ser empleado o dueño de su propio negocio?</i>	57
<i>Tabla 14. ¿Tiene usted su propio negocio?</i>	58
<i>Tabla 15. ¿Cuál negocio desea crear?</i>	59
<i>Tabla 16. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación empresarial?</i>	60
<i>Tabla 17.¿ Qué espera de la capacitación?</i>	61
<i>Tabla 18.¿ Qué manualidades, arte u oficio quisiera aprender?</i>	62
<i>Tabla 19. ¿Qué área administrativa le llama la atención?</i>	63
<i>Tabla 20. Posibles circunstancias para no terminar el curso</i>	64
<i>Tabla 21. ¿Qué la motiva a finalizar la capacitación?</i>	65

LISTA DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Desarrollo de un plan de negocio	28
<i>Figura 2.</i> El proceso de planificación estratégica	32
<i>Figura 3.</i> La responsabilidad social y la ética a lo largo del tiempo	35
<i>Figura 4.</i> Rangos de edad	47
<i>Figura 5.</i> Estado civil	48
<i>Figura 6.</i> Número de hijos	49
<i>Figura 7.</i> Estrato	50
<i>Figura 8.</i> ¿Qué actividad realiza en la actualidad?	51
<i>Figura 9.</i> Nivel de estudio	52
<i>Figura 10.</i> ¿Qué le gustaría estudiar?	53
<i>Figura 11.</i> ¿Se considera una mujer emprendedora?	54
<i>Figura 12.</i> ¿Prefiere trabajar sola o en equipo?	55
<i>Figura 13.</i> ¿Toma sus propias decisiones?	56
<i>Figura 14.</i> ¿Tiene miedo al cambio?	57
<i>Figura 15.</i> ¿Prefiere ser empleado o dueño de su propio negocio?	58
<i>Figura 16.</i> ¿Tiene usted su propio negocio?	59
<i>Figura 17.</i> ¿Cuál negocio desea crear?	60
<i>Figura 18.</i> ¿Ha recibido algún tipo de capacitación empresarial?	61
<i>Figura 19.</i> ¿Qué espera de la capacitación?	62
<i>Figura 20.</i> ¿Qué manualidades, arte u oficio quisiera aprender?	63
<i>Figura 21.</i> ¿Qué área administrativa le llama la atención?	64
<i>Figura 22.</i> Posibles circunstancias para no terminar el curso	65
<i>Figura 23.</i> ¿Qué la motiva a terminar la capacitación?	66

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. SYLLABUS PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	73
ANEXO B. FORMATO DE ENCUESTA	76
ANEXO C. SESIONES REALIZADAS DURANTE CAPACITACIÓN	81
ANEXO D. MATRIZ DE PROYECTOS	92
ANEXO E. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	93
ANEXO F. INVITACIONES	94

1. Introducción

A través de este proyecto investigativo de formación integral, se pretende desarrollar procesos de capacitación que favorezcan a la comunidad del Municipio de Mosquera Cundinamarca con el propósito de dar solución parcial a problemas tales como el desempleo, la falta de apoyo educativo a mujeres cabeza de familia y la realización de nuevos planes de negocio que mejoren y aumenten la calidad de vida de las mujeres y familias que habitan este sector.

Es por esto que la Fundación María Luisa de Moreno con el programa de “mujeres emprendedoras” y con apoyo de la Universidad de La Salle, desea generar nuevas oportunidades a las poblaciones más necesitadas de Colombia, desarrollando procesos de aprendizaje y emprendimiento, dirigidos a mujeres cabeza de familia, que proporcionen elementos de formación, conocimiento, habilidades y puntos de referencia, sobre temas empresariales que sirvan como herramienta para la creación de nuevos planes de negocio, que les permita obtener mayores ingresos y mejorar así la calidad, el tipo y el nivel de vida de las beneficiarias comprometidas con este proceso.

El desarrollo del programa de formación integral empresarial, se realizará a partir del estudio y comprensión de las necesidades, habilidades, capacidades y expectativas de las personas vinculadas al Programa “Mujeres emprendedoras”, con el fin de desarrollar adecuadamente el esquema de capacitación y precisar las actividades que se realizarán durante este proceso, satisfaciendo de esta manera, las necesidades de las mujeres inscritas en este programa.

Este proyecto contará con técnicas de transferencia y recepción de conceptos y contenidos en Administración de Empresas, además de poseer elementos de reflexión y concientización, que les permita tener y despertar una conciencia crítica de la vida propia, y de la sociedad que las rodea; desarrollando elementos de responsabilidad, iniciativa personal y aprendizaje.

El proyecto de investigación se ha estructurado en ocho capítulos en que evidencian paso a paso la labor desempeñada:

En la primera parte, en los capítulos 1, 2 y 3, se define la relación que existe entre la investigación y la administración de empresas, planteando y formulando la problemática a solucionar. En los capítulos 4 y 5 evidencian la importancia de la investigación y los objetivos a cumplir al finalizar la ejecución del proceso de formación empresarial.

Los capítulos 6 al 10 plantean los fundamentos teóricos, científicos, administrativos y técnicos, que darán respuesta al problema planteado, además, mostrará cual será el método por el cual se logrará el objetivo del proyecto.

Por último el capítulo 11 del proyecto muestra los resultados obtenidos durante cada sesión en el desarrollo de los contenidos temáticos del programa de formación y los planes de negocio realizados por las mujeres integradas al programa de mujeres emprendedoras, consolidando el objetivo de la investigación y la importancia de la implementación de este tipo de programas en la creación de empresas.

2. Tema: Formación Empresarial

2.1 Línea de investigación

La línea de investigación en que se inscribe el presente proyecto corresponde a Gestión, Administración y Organización.

2.2 Sublínea de investigación

El tema de investigación es creación de empresa.

2.3 Relación con la Administración de Empresas

Los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle, están formados en valores y principios para “pensar, decidir y servir” como profesionales a la comunidad; siendo este el fin que justifica el desarrollo de este proyecto. El cual, está dirigido a mujeres emprendedoras vinculadas a la Fundación María Luisa de Moreno, las cuales necesitan formación empresarial para llevar a cabo la creación de planes de negocio que ayuden al sustento de sus familias y al control y ejecución del mismo.

Además, es un proyecto que permite desarrollar temas fundamentales de la administración de empresas como: Planeación estratégica, fundamentos de administración, fundamentos contables, principios de mercadeo y financieros. Contribuyendo a la aplicación tratamiento de estos y otros conceptos, que permitirán

llevar a cabo una adecuada formación y capacitación que culmine con el desarrollo y la evaluación de nuevos planes de negocio

2.4 Título

Programa de formación empresarial para las mujeres emprendedoras de la Fundación María Luisa de Moreno en el municipio de Mosquera, Cundinamarca.

3. Planteamiento del problema

La Universidad de La Salle ha venido implementando a través del Centro de Desarrollo de Empresas de Familia, CEDEF (Centro de Desarrollo de Empresas de Familia), un plan de desarrollo en el cual se ha trabajado con la facultad de Administración de Empresas, alineando sus esfuerzos con los principios lasallistas, los que a su vez nos instan al desarrollo social de la comunidad, procurando llevar herramientas que posibiliten el emprendimiento, la sostenibilidad y el crecimiento de la familias vinculadas con el programa de Proyección Social.

Por la misma razón, este programa asocia a los estudiantes con madres cabezas de familia con el fin de ser transmisores de valores y conocimiento que contribuyan, consoliden y fortalezcan las ideas con el fin de que se conviertan en planes de negocio.

Para el desarrollo de esta labor la universidad de La Salle y el CEDEF, pone a disposición de la fundación María Luisa Moreno los conocimientos y el personal necesarios para la implementación del Programa “Mujeres Emprendedoras” ejecutado por la Fundación en el municipio de Mosquera, Cundinamarca dirigido a mujeres madres cabezas de familia de estratos uno y dos.

Las principales dificultades presentes en esta comunidad son las pocas oportunidades educativas, laborales, y sociales que impiden el espacio óptimo que les permita un correcto desarrollo de su potencial productivo mejorando los factores adversos a través de las capacitaciones empresariales.

De acuerdo a lo anterior podemos decir que las ideas de negocio se han desarrollado de manera elemental y artesanal, ya que no cuentan ni con los conocimientos ni con los recursos necesarios para ejecutar e impulsar sus ideas de empresa, por lo tanto no están aptas para introducirse y permanecer en el mercado.

Por esta razón se hace necesaria la implementación del programa de Desarrollo de Formación Empresarial con el fin de proporcionar herramientas que direccionen las políticas de cada una de estas ideas empresariales que han surgido a causa de su

necesidad económica y de querer brindar bienestar a sus familias.

3.1 Formulación

¿Cómo desarrollar un programa de formación empresarial para el Programa de “Mujeres Emprendedoras” de la Fundación María Luisa de Moreno ubicada en el municipio de Mosquera, Cundinamarca, que les permita elaborar un plan de negocio?

4. Justificación

Los valores inculcados en el desarrollo de nuestra carrera de Administración de Empresas, incidieron notablemente en nuestra decisión de optar como trabajo de grado por el programa de proyección social el cual por medio del CEDEF, involucra a la comunidad académica con los sectores menos favorecidos, con el fin de gestionar y fortalecer las ideas de negocio en proyectos reales.

Este programa crea un ambiente social en donde los estudiantes lasallistas ponen al servicio de la comunidad los conocimientos adquiridos durante la carrera, capacitando, orientando, incentivando y fomentando la creación de empresa, por medio de herramientas y procesos, que permitan dar solución a problemas administrativos, gerenciales, financieros y estratégicos, despertando el interés y el emprendimiento de la comunidad vinculadas al programa de “Mujeres Emprendedoras” de la Fundación María Luisa de Moreno.

La presente investigación también se realizó con el objetivo de sensibilizar a las madres cabeza de familia en la importancia de crear empresa, desde una óptica competente en términos de capacitación, de liderazgo y ante todo ofreciéndoles las herramientas necesarias para que sus ideas de negocios sean ejecutadas desde una perspectiva empresarial.

Este proyecto aportó en cada una de las participantes no solo fundamentos administrativos, si no la oportunidad de volver a creer en sí mismas como mujeres generadoras de ingresos, capaces de brindar estabilidad a sus familias, y de este modo, contribuir de forma productiva al avance económico y social de la comunidad.

5. Objetivos

5.1 *Objetivo general*

Desarrollar un programa de formación empresarial para el programa “Mujeres Emprendedoras” de la Fundación María Luisa de Moreno en el Municipio de Mosquera Cundinamarca, que les permita elaborar y ejecutar su propio plan de negocio.

5.2 *Objetivos específicos*

- Realizar un diagnóstico de las condiciones y necesidades de las participantes en el programa de mujeres emprendedoras a través de una encuesta que permita conocer sus características socioculturales.
- Elaborar el programa de formación empresarial y cronograma de actividades, donde se dé a conocer el proceso de aprendizaje que se desarrollará con la Fundación María Luisa de Moreno.
- A partir del programa diseñado, acompañar a las participantes en la elaboración y ejecución de los planes de negocio con el fin de fortalecer los conocimientos, técnicas, aptitudes y habilidades, permitiendo desarrollar en ellas una mentalidad empresarial.
- Realizar una muestra empresarial que permita dar a conocer los diferentes planes de negocio.

6. Marco referencial

A continuación se desarrollan los marcos que permitirán contextualizar el desarrollo del trabajo.

6.1 *Marco filosófico empresarial*

Para el enfoque de este trabajo se toma como lineamiento el Proyecto Educativo Lasallista (PEUL) definido como “el proyecto formativo inspirado en la tradición lasallista que ofrece programas académicos de educación superior, que realiza investigación con pertinencia e impacto social, y se proyecta socialmente con el objetivo de promover la dignidad y el desarrollo integral de la persona, la transformación de la sociedad, el fomento de la cultura y la búsqueda del sentido de la verdad.”(Universidad de La Salle, 2008, p.9).

Partiendo de ello se toma como guía inicialmente los fundamentos teóricos, científicos, técnicos y administrativos, que dan sentido al objetivo del proyecto, y base de la formación empresarial, para la aplicación de un plan de negocios, siendo el fundamento para la creación de cualquier proyecto pensado con el único propósito de crear empresa.

Nuestro proyecto tiene como fundamentación las teorías que exponen el cómo se debe desarrollar los programas de formación empresarial para quienes no cuentan con la capacitación y experiencia necesaria para el desarrollo de sus ideas empresariales, con el fin de dar soluciones a sus propuestas de negocios, para así poder llevarlos de un nivel de creación, a uno de implementación.

6.2 *Marco histórico*

Para la elaboración de este marco, se recurrió al abordaje de aspectos históricos, así como la evaluación de algunos elementos característicos de la Universidad de la Salle, y la fundación María Luisa de Moreno en la que se implementó nuestro proyecto “Madres emprendedoras”, y en donde se trabajó con algunos elementos que de manera relevante se encuentra ligados a la investigación aquí descrita.

6.2.1 *Reseña histórica de la Universidad de La Salle*

La universidad de La Salle, inició sus labores académicas en el primer semestre de 1965 con los programas de Economía, Filosofía y Letras, Ingeniería Civil y las licenciaturas en Química y Biología y en Matemáticas y Física. Hace 42 años tenía una planta de 20 profesores y 98 estudiantes.

Está reconocida por el Estado colombiano, se rige por su propio Estatuto Orgánico, y por lo estipulado en la Constitución Nacional y por la Ley 30 de 1992 y sus decretos reglamentarios.

Fue fundada por el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas (o Hermanos de La Salle) el 15 de noviembre de 1964. La Personería Jurídica le fue otorgada mediante Resolución No 0597 del 2 de febrero de 1965, expedida por el Ministerio de Justicia. Fue reconocida como Universidad mediante Decreto No 1583 del 11 de agosto de 1975, expedido por el Gobierno Nacional.

Hoy en día ofrece 21 Programas Académicos de Pregrado en diferentes áreas del conocimiento -de los cuales 5 corresponden a Educación, 16 Programas de Especialización -de los cuales 3 son de Educación y cinco Maestrías. Cuenta con 13.521 estudiantes matriculados en programas de Pregrado y 462 estudiantes en Postgrado, quienes son atendidos por 1.014 docentes, de los cuales el 87% cuenta con título de postgrado, y 739 personas de administración y servicios

a) Misión

Nuestra misión es la educación integral y la generación de conocimiento que aporte a la transformación social y productiva del país. Así, participamos activamente en la construcción de una sociedad justa y en paz mediante la formación de profesionales que por su conocimiento, sus valores, su capacidad de trabajo colegiado, su sensibilidad social y su sentido de pertenencia al país inmerso en un mundo globalizado, contribuyan a la búsqueda de la equidad, la defensa de la vida, la construcción de la nacionalidad y el compromiso con el desarrollo humano integral y sustentable.

b) Visión

Seremos reconocidos como una universidad que se distingue por:

- La formación de profesionales con sensibilidad y responsabilidad social.
- El aporte al desarrollo humano integral y sustentable.
- El compromiso con la democratización del conocimiento
- La generación de conocimiento que transforme las estructuras de la sociedad colombiana.

6.2.2 *Reseña histórica de la fundación María Luisa de Moreno*



La Fundación María Luisa de Moreno: Arquitectos de Corazones, es una entidad sin ánimo de lucro, creada en abril del año 2000 por la Licenciada María Luisa de Moreno, una mujer Santandereana que a pesar de las limitaciones económicas, fue instruida con

altos valores y principios morales que la han caracterizado hasta hoy.

La Fundación María Luisa de Moreno, nació como fruto de una ardua labor de permanencia y constancia, inspirándose en el sentir, principios y valores morales que la han caracterizado durante toda su vida. Asumiendo como principal labor, brindar a los niños y jóvenes las oportunidades que la violencia, la injusticia y la desigualdad económica les ha quitado. Instruyendo también a sus padres, mediante proyectos de vida, económicos y productivos para el fomento de empleo en su núcleo familiar, especialmente con las madres cabeza de familia, integradas al programa de Mujeres Emprendedoras, quienes trabajan como vendedoras ambulantes, recicladoras, desplazadas o se encuentran desempleadas.

Está conformada por un grupo interdisciplinario de profesionales, estudiantes y técnicos de diversas áreas como derecho, contaduría, enfermería, administración, artes, docentes de ética y humanidades, entre otras, quienes tienen como meta contribuir con la misión de la fundación ayudando con la transformación de la problemática actual (Fundación María Luisa de Moreno, 2009).

a) Misión

La Fundación María Luisa de Moreno ha sido creada con el propósito de brindar a padres, madres, niños y niñas de comunidades menos favorecidas la oportunidad de fortalecer habilidades y competencias a través de la integración de nuestros programas productivos y de infancia donde buscamos formar líderes generadores de cambio que promuevan la equidad de género, la construcción de ciudadanía, la convivencia pacífica y la prevención contra todas las formas de maltrato y abuso sexual infantil, con recursos provenientes de gestión propia, de personas y entidades con sentido de responsabilidad social.

b) Visión

En el año 2014 la Fundación María Luisa de Moreno será una ONG reconocida en el ámbito nacional e internacional por su aporte en la construcción de ciudadanos

transformadores y generadores de cambios, por el manejo ético de proyectos y la implementación de programas integrales de autogestión.

6.3 *Enfoque constructivista*

Básicamente puede decirse que el constructivismo es el modelo que mantiene que una persona, tanto en los aspectos cognitivos, sociales y afectivos del comportamiento, no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo como resultado de la interacción entre estos dos factores (Sanhueza, 2009). De esta manera, desde la posición constructivista, el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano, esta construcción se realiza con los esquemas que la persona ya posee (conocimientos previos), o sea con lo que ya construyó en su relación con el medio que lo rodea.

Es decir que busca la articulación de los conocimientos y la formación previa con los principios de una búsqueda, de un desarrollo personal que ofrezca a otros desde la visión de servicio espacios y oportunidades llevándolo al crecimiento de los sectores más pobres donde siempre se esté trabajando por una sana convivencia social.

Por lo que prima resaltar que este es un proyecto educativo, formativo y constructivista, donde lo más importante es el rol del profesional como trasmisor de cambio siempre modelado hacia la democracia, la armonía, el respeto y la ética.

Y haciendo una práctica del ejercicio profesional siempre con un sentido social, comprometidos en la participación de proyectos que hayan sido gestados con el ánimo de trabajar por el mejoramiento de la calidad de vida de aquellos que más lo necesitan, como un aporte de nuestra problemática social actual.

7. Marco teórico

Se sustenta en cada uno de los fundamentos teórico administrativos que ofrecerán una solución a la problemática planteada, y direccionará los lineamientos propicios para el cumplimiento de este proyecto.

7.1 *Mujer y género*

El género es una categoría social que explica las diferencias biológicas entre los sexos. Es igualmente, una forma primaria de relaciones de poder significantes. Los roles de género son el conjunto de expectativas, diferenciadas entre las de los hombres y las de las mujeres, sobre cómo ser, cómo sentir, cómo actuar y sobre qué posibilidades se tienen dentro de un grupo social. Estos roles son asignados por el grupo, y son asumidos por las personas, según éstas se asuman como hombres o como mujeres (Planeación, 1998)

Colombia, al parecer más aceleradamente que otras sociedades latinoamericanas y aún mundiales está registrando un inevitable proceso de incorporación de la mujer al ámbito externo del trabajo; en efecto, según estadísticas comparativas del Banco Mundial, es el país del mundo con mayor crecimiento en el porcentaje de mujeres dentro de la población activa al pasar de una (Mundiprensa, 1998) tasa de participación del 26% en 1980 al 38% en 1997.

De acuerdo a lo anterior tenemos que abordar al proyecto de mujeres emprendedoras, desde una perspectiva de género, lo que implica tener en cuenta que son las mujeres específicamente madres cabezas de familias el objeto de estudio de esta investigación, son las protagonistas activas de su propia vida y la de sus familias, de las cuales llevan la riendas económicas y asumiendo la doble responsabilidad como padres y madres de su núcleo.

Esta realidad de las sociedades latinoamericanas nos insta a detenernos de manera juiciosa en el quehacer profesional para brindarles soporte con responsabilidad social, siempre enfocado en una proyección de empresa desde la formación recibida por parte de nosotros como profesionales, y entendiendo que el emprendimiento es la base fundamental para la consecución del proyecto y el actuar concreto de la madre en sus ideas de negocios; de acuerdo a lo anterior es importante destacar aquí nuestra conciencia profesional a causa de los principios adquiridos en nuestra formación lasallista.

7.2 *Emprendimiento*

El emprendimiento a través del tiempo se ha convertido en uno de los conceptos más importante a la hora de desarrollar o generar acciones que aporten a la sociedad; donde el emprendedor es la persona que fija su atención en la innovación y la creatividad y transforma un sueño o idea en un negocio.

Los emprendedores poseen la capacidad de percibir una oportunidad y de obtener tanto el capital, trabajo y otros insumos necesarios como los conocimientos para poner en marcha una operación. Están dispuestos a correr riesgos personales de éxito o fracaso (Koontz, 1999).

Hoy en día en Colombia, el tema de emprendimiento es apoyado por el estado a través de instituciones gubernamentales, privadas y educativas, que finalmente son las que encausan y transforman estas ideas en planes de negocios reales; fortaleciendo así la creación de nuevas empresas las cuales aportarán al desarrollo de la economía colombiana.

La Universidad de la Salle mediante el Centro de Desarrollo de Empresas Familiares (CEDEF) de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables, ha involucrado a toda la comunidad académica en el proceso de desarrollo de ideas de negocio, proyectos e investigaciones relacionadas con el Emprendimiento y el desarrollo de PYMES especialmente Famiempresas, con el fin de expandir nuestro

conocimiento y aportar al desarrollo social.

7.3 *Plan de negocio*

El plan de negocios es un documento que ayuda al empresario a analizar y planificar la estrategia de un negocio, reuniendo la información necesaria para valorarlo y así poder establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha. Presentar un plan de negocios es fundamental en el ambiente empresarial para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

Cualquier iniciativa empresarial que pretenda competir en los complejos mercados actuales debe tratar de imaginar escenarios futuros. El plan de negocios muestra los escenarios más probables con sus variables más relevantes, para facilitar un análisis del entorno y poder establecer estrategias de acción ante posibles problemas.

El plan de negocios reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha y así explotar una oportunidad comercial. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, económicas, financieras, de operaciones y de recursos humanos (Ávila, 2008)

El plan de negocios es también una herramienta de trabajo, ya que durante su preparación se evalúa la factibilidad de la idea, se buscan alternativas y se proponen cursos de acción.

La elaboración de un plan de negocio cubre dos objetivos concretos:

- a) Por un lado permite al promotor de una oportunidad de negocio llevar a cabo un exhaustivo estudio de mercado que le aporte la información requerida para llevar a cabo un correcto posicionamiento de su proyecto y para determinar con bastante certeza la viabilidad de su proyecto. Además, el plan de negocio desarrollará las medidas estratégicas necesarias en cada área funcional concreta para llevar a cabo los objetivos que el propio Plan habrá previsto. Una vez en

marcha, el Plan de Negocio servirá como herramienta interna que permita evaluar la marcha de la empresa y sus desviaciones sobre el escenario previsto, y como fuente de valiosa información para la realización de presupuestos en informes.

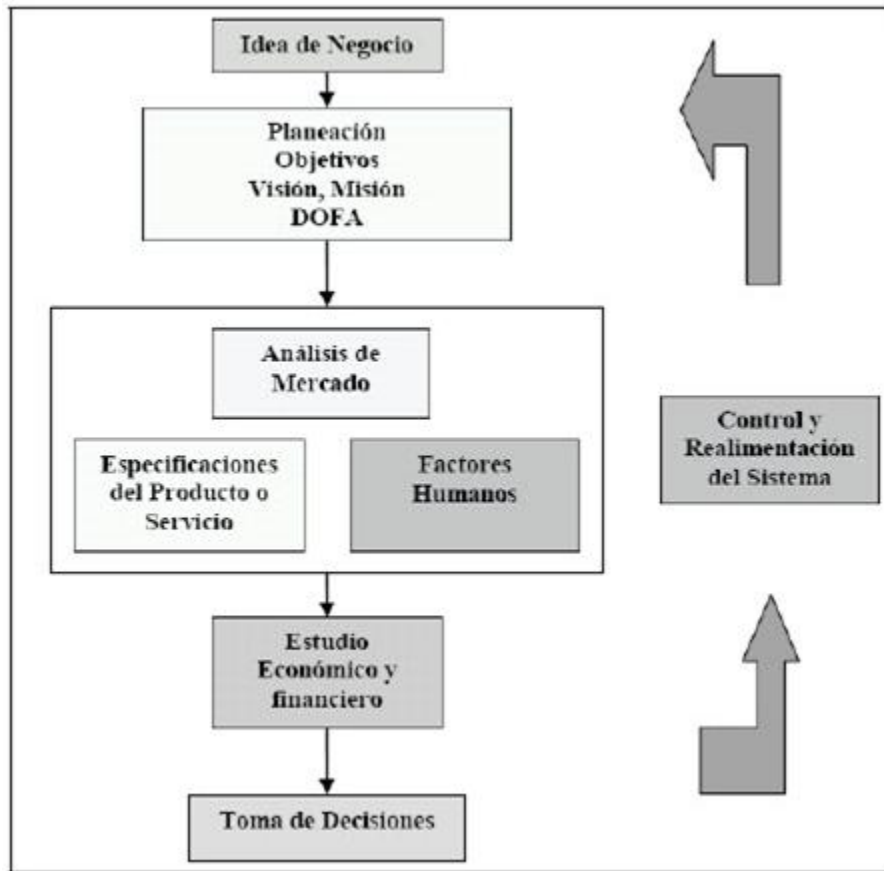
- b) Además, el plan de negocio, generalmente a través de su versión reducida, o Sumario Ejecutivo, cubre el objetivo de ser la tarjeta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas; organismos públicos y otros agentes implicados a la hora de recabar cualquier tipo de colaboración, ayuda y apoyo financiero.

La realización de un plan de negocios no se limita a una tarea de redacción. No es un proceso lineal. Por lo tanto, suele resultar necesario volver a analizar cada punto frente a cada avance.

Si bien el tiempo invertido puede significar costos, en realidad se trata de una inversión. Un plan de negocios bien realizado indica qué hacer y cómo hacerlo, lo que permite ahorrar tiempo y evitar contratiempos posteriores.

En el desarrollo de un plan de negocios se deben contemplar varias etapas que organicen la información que el empresario necesita. En Colombia y en muchas partes del mundo los planes de negocio se desarrollan de manera similar en cuanto a su contenido, es decir, que se tienen en cuenta etapas similares.

Desde la perspectiva colombiana se identifican varias etapas para la elaboración de un plan de negocios. El diagrama de la Figura 1 muestra las principales etapas identificadas. Estas etapas tienen cierta precedencia unas de otras, pues los resultados de unas sirven para alimentar a otras. La parte de control y realimentación del sistema se considera de vital importancia ya que esta logra una coordinación entre las etapas logrando la integridad mientras dure el desarrollo del plan. Igualmente, la etapa final, llamada aquí toma de decisiones, es de tránsito entre la elaboración del plan de negocios y la ejecución y puesta en marcha del proyecto.

Figura 1. Desarrollo de un plan de negocio

Fuente: (Ávila., 2008)

Cada una de las etapas presentadas tiene un conjunto de actividades específicas a realizar dentro del marco conceptual del plan de negocios, como se presenta a continuación:

Elementos a considerar durante la elaboración de un plan de negocios:

1. Idea de negocio.
 - 1.1 Identificación de una idea de negocio.
 - 1.2 Contenido de una idea de negocio convincente.
 - 1.3 Presentación de la idea del negocio.

2. Planeación
 - 2.1 Etapas de la planeación
 - 2.2 La visión
 - 2.3 La misión
 - 2.4 Los objetivos
 - 2.5 Análisis DOFA

3. Descripción del bien o servicio
 - 3.1 Características
 - 3.2 Funciones
 - 3.3 Beneficios

4. Análisis de mercado
 - 4.1 Objetivos del estudio de mercado
 - 4.2 Pasos del estudio de mercado
 - 4.3 Métodos para investigar un mercado
 - 4.4 Estudio de la demanda
 - 4.5 Estudio de la oferta
 - 4.6 Estudios de precios
 - 4.7 Estudio de comercialización

5. Factores humanos
 - 5.1 Seguridad social

6. Factibilidad económica y financiera
 - 6.1 Proyección de ventas

- 6.2 Proyección de costos
- 6.3 Punto de equilibrio
- 6.4 Determinación de la inversión inicial necesaria
- 6.5 Estudio de las fuentes de financiación disponibles
- 6.6 Proyecciones de resultados de la actividad empresarial
- 6.7 Proyección del estado de pérdidas y ganancias
- 6.8 Proyección del flujo de caja
- 6.9 Balance general
- 6.10 Rentabilidad

Además se adaptan perfectamente a empresas que tengan alguna trayectoria en el mercado o a nuevas unidades productoras.

Tabla 1. Muestra el objetivo principal de las etapas del plan de negocios

Etapa	Objetivo principal
Idea de negocio	Identificar la verdadera idea de negocio y desarrollarla hasta que sea lo suficientemente consistente.
Planeación	Definir los objetivos de la empresa. Considerar la misión, visión, análisis DOFA y herramientas de prospectiva.
Especificaciones del producto / servicio	Hacer un estudio técnico y operativo de las necesidades de la compañía en cuanto a maquinaria, equipos e instalaciones.
Análisis de mercado	Hacer un análisis de la demanda, estudio de precios, oferta y comercialización del producto / servicio.
Factores humanos	Determinar el personal necesario que debe actuar en el desarrollo del producto/servicio.
Estudio económico Estudio financiero	Determinar y justificar la rentabilidad del proyecto a futuro a través de herramientas matemáticas-financieras como los presupuestos y flujos de caja.

Fuente: Ávila, 2008

Todo negocio debe empezar con una excelente idea. Esta debe procurar ser atractiva e interesante especialmente para los inversionistas, muchos de los cuales forman equipos de trabajo con las incubadoras de empresa, las cámaras de comercio y el Sena.

Además se deben realizar estudios de mercado para conocer la posible aceptación que el producto o servicio tenga dentro de una comunidad; estudios técnicos y operativos que permitan identificar las características técnicas de la empresa y de los productos o servicios; estudios de factores humanos en donde se determina el recurso humano necesario para el negocio; estudios financieros y económicos que permitan visualizar la viabilidad y factibilidad económica y financiera del nuevo negocio. Además es importante tener claro un horizonte en el que se establezcan los objetivos y prioridades de la empresa, como también sus fortalezas y debilidades.

7.4 *Pensamiento estratégico*

Para muchos tratadistas el pensamiento estratégico de una institución es la coordinación de mentes creativas dentro de una perspectiva común que les permite avanzar hacia el futuro de una manera satisfactoria para todo contexto.

De otro lado podemos decir que el pensamiento estratégico conlleva a prepararse y estar en condiciones de recibir muchos desafíos futuros, tanto los previsibles como imprevisibles en materia de oportunidades perfectamente articuladas.

Un adecuado pensamiento estratégico debe partir siempre de la misión de la *entidad* la que a su vez se proyecta a una visión de futuro incorporando valores, basados en las variables de la realidad, en la mística y en la cultura organizacional, la que debe materializarse tácticamente, mediante la información y los conocimientos, articulando opciones (Mansilla, 1999).

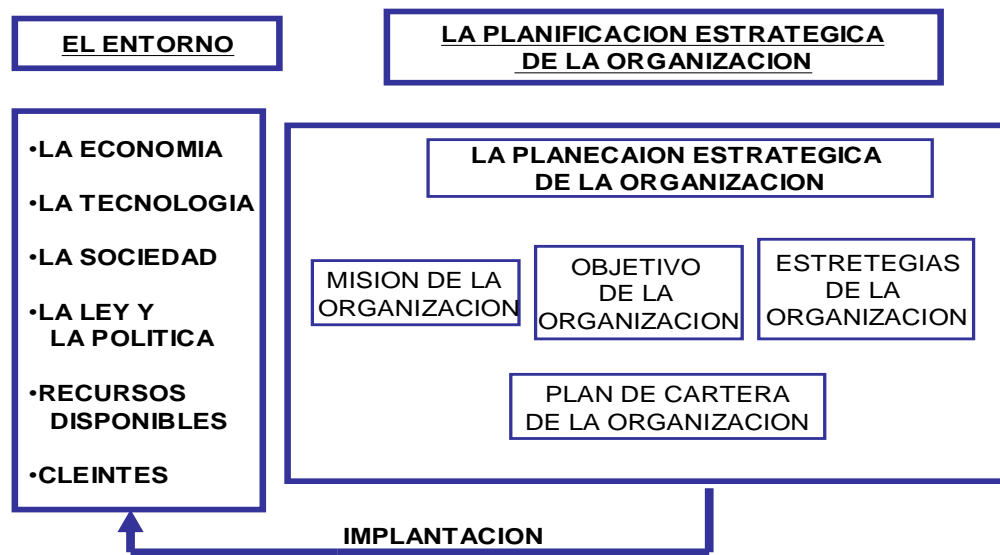
La planificación estratégica destaca la importancia del impacto que tiene el entorno sobre la organización. El desarrollo de planes estratégicos incluye obtener información del entorno y decidir la misión de la organización, así como sus objetivos,

estrategias y su plan de carrera (Mansilla, 1999).

La relevancia de la planificación estratégica se ha incrementado con la búsqueda por parte de la organización de respuestas más racionales hacia los cambios y las dificultades del medio, orientado la organización hacia el futuro, hacia lo que debe lograrse y cómo hacerlo.

Las organizaciones logran sus objetivos de dos maneras: dirigiendo mejor lo que la organización hace y descubriendo nuevas cosas que hacer; decidiendo dirigir su enfoque en los clientes actuales, buscando nuevos clientes y productos, logrando así sus objetivos e indicando que se puede crecer de diferentes modos.

Figura 2. El proceso de la planificación estratégica



Fuente: (Mansilla, 1999).

En definitiva, el pensamiento estratégico es la oportunidad decisiva de modelar el pensamiento artesanal diseccionándolo en la habilidad de crear, planificar y transformar las ideas de negocio en ideas productivas que represente de forma concreta un producto, alineándolas con un liderazgo capaz de reaccionar a la oportunidad.

7.5 *Liderazgo transformador*

Se entiende como liderazgo el factor consciente e inconsciente que impulsa a un ser humano a determinarse y conseguir un objetivo. El líder debe saber inspirar a sus colaboradores a arriesgarse a trabajar esa hora adicional, a hacer esa llamada extra o a trabajar ese día festivo, a través de ese algo mágico que magnetiza y compromete a su gente, y esto se logra cuando la organización y su gente encuentra su mayor expresión en la conciencia de una responsabilidad y trascendencia social común, lo cual significa traducir esa visión en una realidad viviente (Ángel, 1995).

El liderazgo transformador logra ese cambio significativo que refleja la comunidad de intereses entre líderes y seguidores; el liderazgo puede llevar a sus seguidores a más altos estados de conciencia tales como la libertad, la justicia y la autorrealización

La magia del líder proviene de la combinación de todos los elementos antes descritos, más sus ideales que hacen soñar a sus seguidores y los inspira a luchar por un sueño a realizar, que aunque parezca imposible lograrlo, esta imposibilidad, en lugar de desanimarlos, los obliga a poner todo su talento, y algo más, en realizarlo.

El magnetismo que atrae y amalgama voluntades es el resultado de la fe que tiene el líder en hacer posible lo imposible, y con ello les da la opción a sus seguidores de trascender, dándoles significado a sus vidas. En síntesis, la magia del líder es dar poder a sus seguidores para transformar sus vidas en trascendencias y realización.

El líder de excelencia convierte a sus seguidores en líderes comprometidos con un ideal por realizar.

7.6 *Responsabilidad social*

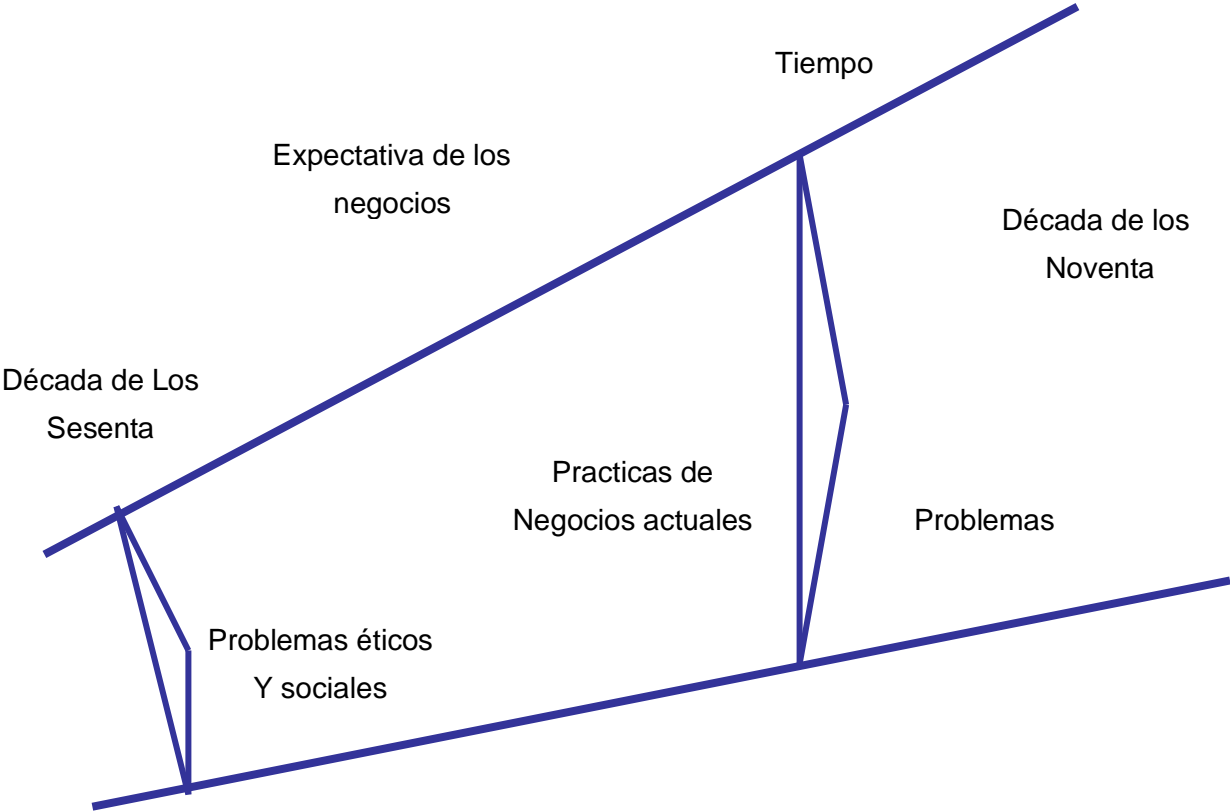
Obligación más allá requerida por la ley y la economía para que una empresa busque metas a largo plazo que sean buenas para sociedad.

Los argumentos principales que apoyan el hecho de que los negocios sean

socialmente responsables son:

- a) Expectativas públicas: las expectativas sociales de los negocios han crecido de manera espectacular desde la década de los 60, desde que la opinión pública apoya la idea de que los negocios tengan metas tanto sociales como económicas.
- b) Utilidades a largo plazo: los negocios socialmente responsables tienden a tener utilidades a largo plazo mejor aseguradas. Este es el resultado normal de mejores relaciones con la comunidad y una mejor imagen de negocios que conlleva el comportamiento responsable
- c) Obligación ética: los negocios pueden y deben tener conciencia social; deben ser socialmente responsables por que las acciones responsables son las correctas para su propio beneficio.
- d) Imagen pública: una firma o una persona busca resaltar su imagen pública para tener mejores resultados, mayores ventas, mejores empleados, y otros beneficios. Dado que el público considera las metas sociales importantes, los negocios pueden crear una imagen pública favorable al perseguir metas sociales.
- e) Mejor entorno: la participación del negocio puede contribuir a resolver problemas sociales ayudando a crear una mejor calidad de vida y una comunidad más agradable a la cual atraer y mantener.
- f) Superioridad de prevención sobre remedios: los problemas sociales siempre deberán enfrentarse en algún momento. Los negocios deben actuar antes de que estos problemas se vuelvan más serios y costosos en su corrección, alejando la energía de la gerencia del cumplimiento de sus metas de producir bienes y servicios (Robbins, 1996)

Figura 3. La responsabilidad social y la ética a lo largo del tiempo.



Fuente: Robbins, 1996

8. Marco conceptual

En este marco se plantearán los conceptos que se encuentran relacionados con el diseño y desarrollo de un plan de negocio, de acuerdo con Koontz (2004), con el fin de tener un enfoque correcto de la terminología utilizada en este proyecto.

- a) Creatividad: Capacidad para desarrollar nuevos conceptos, ideas y soluciones a problemas.
- b) Direccionamiento: Función de los administradores que implica el proceso de influir sobre las personas para que contribuya a las metas de la organización y del grupo; se relaciona principalmente con el aspecto interpersonal de administrar.
- c) Emprendedores: Personas con capacidad de ver una oportunidad para obtener el capital, el trabajo y otros insumos necesarios, así como los conocimientos para estructurar exitosamente una operación. También deben estar dispuestos a correr el riesgo personal del éxito o del fracaso.
- d) Estrategia: Determinación del propósito (o la misión) y los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y adopción de cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograr estos propósitos.
- e) Ética: Sistema de principios o valores morales que se relacionan con el juicio moral, el deber y la obligación; disciplina que trata del bien y del mal, de lo correcto e incorrecto.
- f) Motivación: Fuerzas que inducen a las personas a actuar o realizar algo; fuerzas

que influyen sobre la conducta humana.

- g) Misión o propósito: Es una formulación de los propósitos, la razón de ser de una organización y la responsabilidad que tiene con la sociedad, determinando sus diferencias con las demás organizaciones.
- h) Planeación o planificación: Selección de misiones y objetivos, y estrategias, políticas, programas y procedimientos para lograrlos; toma de decisiones; selección de un curso de acción entre varias opciones.
- i) Productividad: Razón producción-insumos en un periodo, tomando en cuenta debidamente la calidad.
- j) Sensibilidad social: Capacidad de una empresa para relacionar las políticas y operaciones con el ambiente para que éstas sean beneficiosas tanto para la organización como para la sociedad.
- k) Toma de decisiones: selección de un curso de acción entre varias opciones; selección racional de un curso de acción.
- l) Visión: Es un conjunto de ideas generales que proveen un marco de referencia de lo que es una empresa y de lo que quiere llegar a ser.

9. Marco legal

Muestran los requisitos que se deben cumplir para el desarrollo del proyecto teniendo en cuenta las normas, leyes y requisitos vigentes tanto para la legalización de una empresa como la formalización de su actividad económica permitiendo que se desarrolle de manera confiable y rentable.

9.1 Normas y Leyes

Para el desarrollo de la investigación se tendrán en cuenta las siguientes normas:

- a) Los principios fundamentales, derechos y deberes planteados por la ley de leyes la Constitución Política de Colombia y los convenios firmados con la ONU y la Carta Magna de derechos Internacionales (Colombia, 1991).
- b) La normatividad vigente en el campo laboral, comercial, tributario y administrativo.
- c) Ley 051 de 1981: en la que se definen y constituyen los conceptos jurídicos más importantes sobre los derechos de las mujeres (Colombia, 1981). La Ley 575 de 2000: que reforma la Ley 294 de 1996 donde se establecen las normas de prevención y sanción de la violencia intrafamiliar (Colombia, 2000).
- d) La ley 590 de 2000: Ley de PYMES, fue modificada por Ley 905 de 2004, por medio de la cual se establecen incentivos para la creación de empresas, la promoción y formación de mercados altamente competitivos, mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de

PYMES. Igualmente se hace referencia a la creación de procedimientos administrativos que faciliten a las PYMES el cumplimiento de los requisitos y trámites relativos a pedidos, recepción de bienes o servicios, condiciones de pago y acceso a la información por medios idóneos sobre sus programas de inversión y de gasto (Colombia, 2004).

- e) Ley 1014 de 26 de enero de 2006: Fomento a la Cultura del Emprendimiento, con ella se resalta la importancia de la educación Teórico-Práctica para la creación de empresa (Colombia, 2006).

8.3 *Documentos necesarios para registrar la empresa ante la Cámara de Comercio*

A continuación se enumeran los documentos correspondientes para el registro de una empresa, según la normatividad vigente (Cámara de Comercio, 2009)

- a) Formulario del Registro Único Tributario RUT (se diligencia en www.dian.gov.co).
- b) Escritura pública de constitución de empresa (sólo para persona jurídica) o documento privado (art. 22 Ley 1014 de 2006).

“Artículo 22. Constitución nuevas empresas. Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la

Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales” (Colombia, 2006).

- c) Original del documento de identidad.
- d) Confirmar que el nombre que desea usar para la nueva empresa, no haya sido registrado, esta consulta de nombre para la nueva empresa se puede realizar a nivel nacional en el Registro Único Empresarial (RUE) en la página www.rue.com.co o en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio.
- e) Consultar el tipo de sociedad.
- f) Conviene consultar en la Secretaría Distrital de Planeación www.dapd.gov.co si la actividad que va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento. El trámite se denomina "Consulta de Uso del Suelo".
- g) Ingresar al portal www.dian.gov.co, seleccionando la opción "Solicitud Inscripción RUT" y diligenciar el formulario RUT.
- h) Imprimir el formulario RUT el cual contiene el número de formulario, que debe ser registrado en el "Formulario adicional de Registro con otras entidades" en las casillas correspondientes al "Número de Formulario DIAN".
- i) La persona natural o el representante legal que va a solicitar la Matrícula Mercantil, debe presentar personalmente el formulario del RUT. En caso de enviar a un tercero, este documento deberá tener reconocimiento notarial.
- j) Los formularios deben ser diligenciados completamente y firmados por la Persona Natural o el Representante Legal.

- k) Verificar que el nombre registrado en el formulario del RUT sea idéntico al registrado en el formulario del Registro Único Empresarial (RUE) y al formulario adicional de registro con otras entidades.
- l) Verificar que el teléfono registrado en el formulario del RUT sea idéntico al registrado en el formulario del RUE y al formulario adicional de registro con otras entidades.
- m) Tener una copia autenticada de la Escritura Pública de constitución (personas jurídicas) o documento privado para sociedades constituidas de acuerdo al artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Si se trata de documento privado debe ser reconocido notarialmente o presentado personalmente por todos los constituyentes (Cámara de Comercio, 2007).

10. Diseño metodológico

10.1 Tipo de investigación

Esta investigación está orientada al diseño de un programa de Capacitación y acompañamiento empresarial integral, dirigido a mujeres cabeza de familia vinculadas a la fundación María Luisa De Moreno, con el fin de afianzar los conocimientos y habilidades administrativas de los participantes.

Para el desarrollo de este proyecto, se adoptó la modalidad de Investigación Acción Participativa, en la cual se establecen las fases, procesos y métodos, para llevar a cabo de manera adecuada un programa de capacitación como este; buscando la obtención, elaboración y desarrollo de propuestas viables para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales.

Etapas de la investigación acción participativa:

a) Etapa de pre-investigación:

Esta etapa se basa en la identificación de las necesidades del municipio de Mosquera referente a formación integral empresarial, y a las posibilidades que existen para encaminar el desarrollo de este proyecto; además de un estudio piloto de la posible demanda que se generará al promover y dar a conocer este proyecto.

Para esto es necesario realizar una investigación que delimite las principales necesidades en formación y acompañamiento empresarial del municipio.

- La falta de recursos para acceder a la educación básica secundaria y superior.
- Falta de recursos para formar o fortalecer los diferentes planes de negocios que existen en el municipio

- La falta de conocimiento en formación y administración de empresas
- El aumento del comercio informal en el municipio de Mosquera. (Marti, 2002)

b) Primera etapa: Diagnóstico

La realización de una encuesta dirigida a los habitantes del municipio de Mosquera, permitirá obtener inicialmente el número de personas que tomaran el programa de capacitación, el nivel de ingresos de las mismas, su nivel de estudios, las necesidades y expectativas que tienen al tomar esta capacitación y demás características generales de la población que servirán para establecer el desarrollo adecuado del Programa de Formación Integral Empresarial.

c) Segunda etapa: Programación

Esta etapa metodológica está basada en el trabajo de campo que se desarrollara con el grupo de personas que integren el programa de formación integral empresarial del municipio de Mosquera.

Este con el fin de poder generar un profundo análisis social del sector, de dar un manejo adecuado y pertinente de la formación y capacitación de estas personas, generando ideas que aporten y contribuyan al desarrollo de nuevos planes de negocios, al acompañamiento empresarial de los planes ya existentes, para guiarlos y enfocarlos en una mejor dirección administrativa, con el propósito de estimular el crecimiento empresarial y el mejoramiento de la calidad de vida de las familias y de la comunidad en general.

d) Tercera etapa: Conclusiones y propuestas

Con este proyecto se pretende mejorar el nivel de vida de las personas y de las familias que habitan en el municipio de Mosquera, mediante la capacitación y formación empresarial, ofreciendo nuevos conocimientos y oportunidades en la creación de empresas, que con la ayuda de la Fundación María Luisa De Moreno se harán realidad.

Generando así la oportunidad de que nosotros como estudiantes de administración de empresas de la Universidad De La Salle, pongamos en práctica nuestros conocimientos y nuestra formación integral como servidores de todo un país (*Ibíd.*).

10.2 Población

a) Población objetivo:

Como fuente primaria y para establecer el mercado real y la factibilidad del proyecto, se realizó una encuesta cuya población objeto de estudio está conformada por mujeres madres cabeza de familia, madres solteras, desplazadas y desempleadas, entre los 17 y 60 años de estrato 1 y 2 vinculadas al Programa de mujeres emprendedoras de la Fundación María Luisa de Moreno, donde existe un registro de 20 mujeres en el municipio de Mosquera Cundinamarca.

b) Tamaño de la muestra

La Fundación María Luisa de Moreno está enfocada en mujeres cabeza de familia estratos 1 y 2, las cuales fueron invitadas a pertenecer al grupo de emprendimiento y creación de empresa.

La fundación tomo la iniciativa de promocionar el curso y con ayuda de los investigadores se logro tener la participación de 20 mujeres. Por eso para la muestra se toma el muestreo irrestricto, en donde el muestreo proporciona una probabilidad igual y conocida a cada unidad de la población debido a que el tamaño de la población permite y facilita obtener la información de cada uno de los integrantes de la población.

Tamaño de población =20 personas

Tamaño de la muestra = 20 personas.

Es así como podemos determinar que nuestra muestra son las personas vinculadas al Programa de Mujeres Emprendedoras de la Fundación María Luisa de Moreno, donde existe un registro de 20 mujeres en el municipio de Mosquera.

10.3 Método de la investigación

Para el desarrollo de este proyecto se utilizará la combinación de fuentes primarias como la observación directa y la aplicación de encuestas; y secundarias, como el Proyecto Educativo Lasallista “PEUL”, documentos, artículos y folletos sobre creación de empresa existentes en entidades como el Sena, cámara de comercio, trabajos de grado, páginas de Internet y otros materiales que contienen información pertinente y relevante sobre Formación integral Empresarial.

10.4 Instrumento para la recolección de información:

Con el objetivo de recolectar la información base de estudio, se seleccionó como instrumento la encuesta, mediante el diseño de un instrumento tipo cuestionario estructurado.

La encuesta es una técnica o instrumento que suministra información a partir de un número de individuos de una población, para proyectar sus resultados sobre la población total, se hace a través de formularios o cuestionarios que permiten el conocimiento de las actitudes, características, opiniones y motivaciones de los individuos con relación al objeto de investigación. En ella se tendrá en cuenta los pasos para la elaboración de un cuestionario, la definición de muestra, el tipo de pregunta, el tiempo, espacio o lugar donde se aplicara el formato.

En esta investigación se realizó una única encuesta como prueba piloto, dividida en cuatro grandes aspectos (personales, sociales, educativos y empresariales), con el

fin de identificar las necesidades y características de las mujeres vinculadas al programa de Mujeres Emprendedoras.

La encuesta fue aplicada a la muestra, es decir al grupo de Mujeres Emprendedoras del municipio de Mosquera conformado por 20 mujeres.

En el siguiente capítulo aparecen los resultados de la aplicación del instrumento descrito.

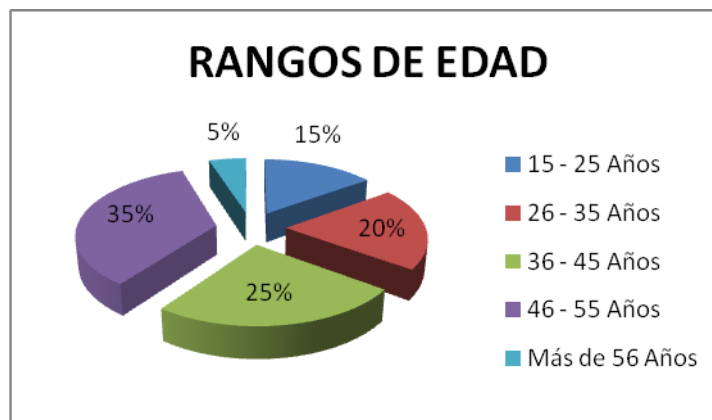
11. Resultados obtenidos

Para el desarrollo de esta investigación se realizó un proceso constante de observación participativa y una encuesta diagnóstica, que evidenció las necesidades y características principales de las mujeres integradas al programa, que fue la base para el planteamiento de el programa de formación empresarial.

Tabla 2. Rangos de edad

RANGOS DE EDAD	TOTAL	%
15 - 25 Años	3	15%
26 - 35 Años	4	20%
36 - 45 Años	5	25%
46 - 55 Años	7	35%
Más de 56 Años	1	5%
TOTAL	20	100%

Figura 4. Rangos de edad

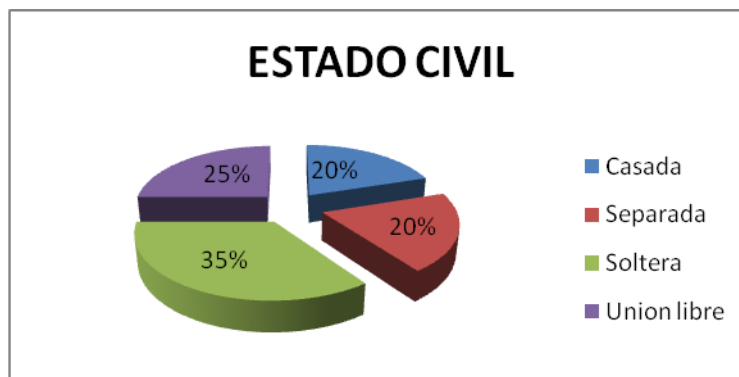


El mayor porcentaje de la población objeto de estudio se encuentra entre los 46 a 55 años de edad, con un 35% y un promedio de 40 años. Período en el cual la mujer desarrolla características específicas y diferentes de comportamiento, permitiendo establecer las metodologías y estrategias a utilizar, para lograr adaptación y aceptación de los contenidos del curso

Tabla 3. Estado civil

ESTADO CIVIL	TOTAL	%
Casada	4	20%
Separada	4	20%
Soltera	7	35%
Unión libre	5	25%
TOTAL	20	100%

Figura 5. Estado civil

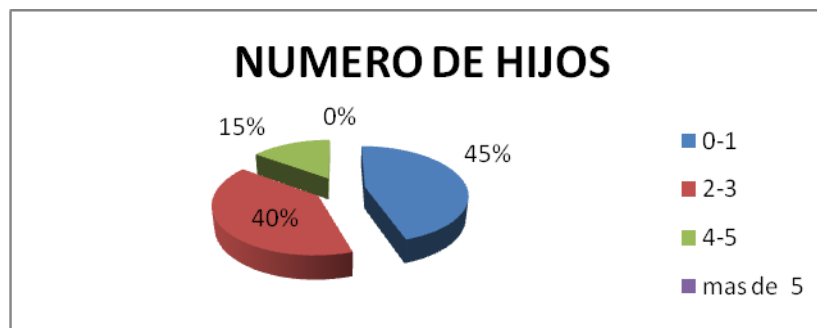


La encuesta evidenció que la mayor parte de las mujeres emprendedoras no tienen una situación sentimental estable ni definida, ya que existe un 35% de madres solteras, un 25% en unión libre y un 20% separadas; esto dificulta el óptimo desarrollo debido a que ellas deben responder prácticamente solas por su hogar con limitantes de tiempo para incurrir en otras actividades como la capacitación. Tan solo el 20% son casadas.

Tabla 4. Número de hijos

NUMERO DE HIJOS	TOTAL	%
0-1	9	45%
2-3	8	40%
4-5	3	15%
Mas de 5	0	0%
TOTAL	20	100%

Figura 6. Número de hijos



Todas las mujeres del curso se caracterizan por tener hijos el 40% por tener entre 2 y 3 hijos y es precisamente el amor de madres el que las impulso a ingresar a la capacitación así como a convertirse en mujeres emprendedoras por lo que clase tras clase se esforzaron dando lo mejor de sí con el fin de forjar un mejor futuro económico para sus familias

Tabla 5. Estrato

ESTRATO	TOTAL	%
Estrato 1	0	0%
Estrato 2	20	100%
Estrato 3	0	0%
TOTAL	20	100%

Figura 7. Estrato

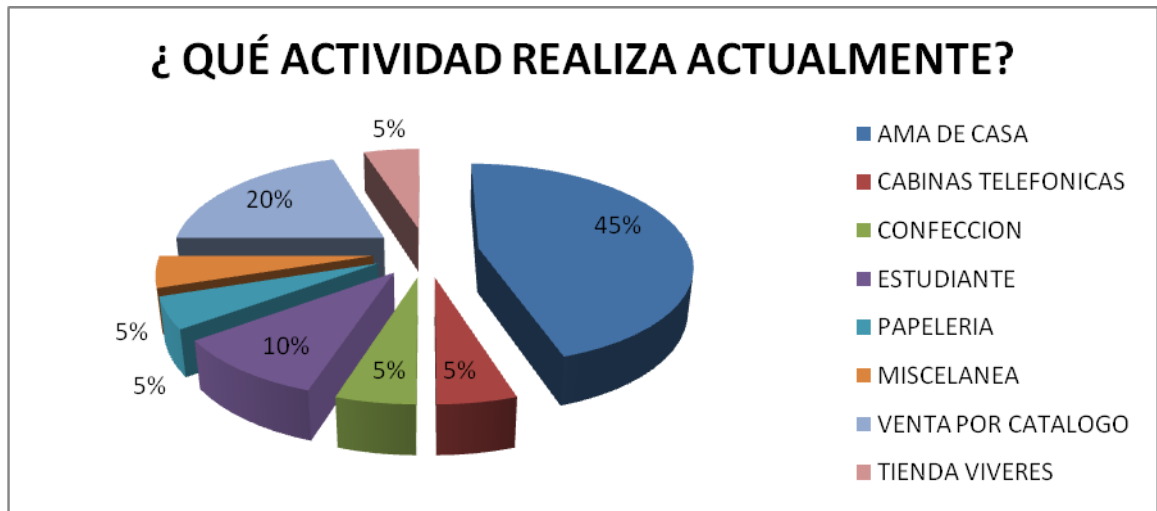


Debido al enfoque del programa de mujeres emprendedoras de la Fundación María Luisa de Moreno, la población objetivo está ubicada en su gran mayoría en estrato 2, para este caso, en el Municipio de Mosquera todas las mujeres están ubicadas en esta estratificación.

Tabla 6. ¿Qué actividad realiza actualmente?

¿QUÉ ACTIVIDAD REALIZA ACTUALMENTE?	TOTAL	%
AMA DE CASA	9	45%
CABINAS TELEFÓNICAS	1	5%
CONFECCIÓN	1	5%
ESTUDIANTE	2	10%
PAPELERÍA	1	5%
MISCELÁNEA	1	5%
VENTA POR CATÁLOGO	4	20%
TIENDA VÍVERES	1	5%
TOTAL	20	100%

Figura 8. ¿Qué actividad realiza en la actualidad?



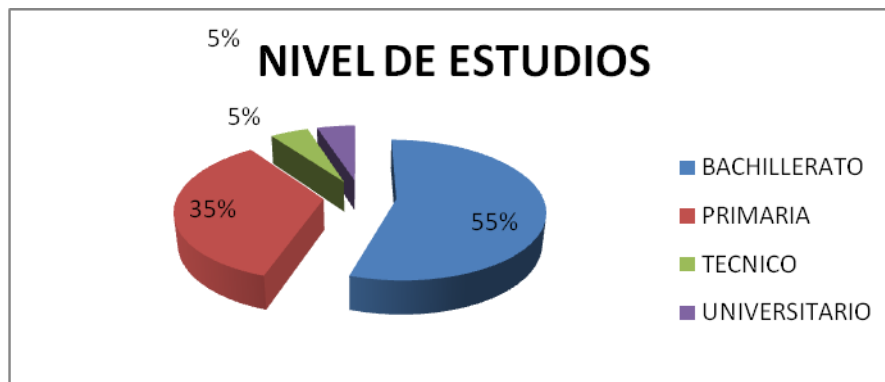
Muestra la diversidad de actividades que ejercen las madres cabezas de familia encontramos que el hogar es la más popular con un 45%, seguido de actividades que demuestran emprendimiento como venta por catalogo con un 20%, confección 5% papelería 5% miscelánea 5% tienda víveres 5% cabinas telefónicas 5%.

El 45% son amas de casa porque tienen niños que cuidar lo cual hacen habitualmente durante algunas horas del día disponiendo de otras horas en diferentes horarios en las cuales han deseado que las contraten laboralmente sin encontrar una actividad económica estable y bien remunerada por lo cual desde que iniciaron la capacitación han encontrado una nueva alternativa económica que no solo se adapta a su diario vivir sino que les ha hecho soñar en una prosperidad que no vislumbrado en los trabajos por horas que algunas veces obtenían.

Tabla 7. Nivel de estudio

NIVEL DE ESTUDIO	TOTAL	%
BACHILLERATO	11	55%
PRIMARIA	7	35%
TÉCNICO	1	5%
UNIVERSITARIO	1	5%
TOTAL	20	100%

Figura 9. Nivel de estudios

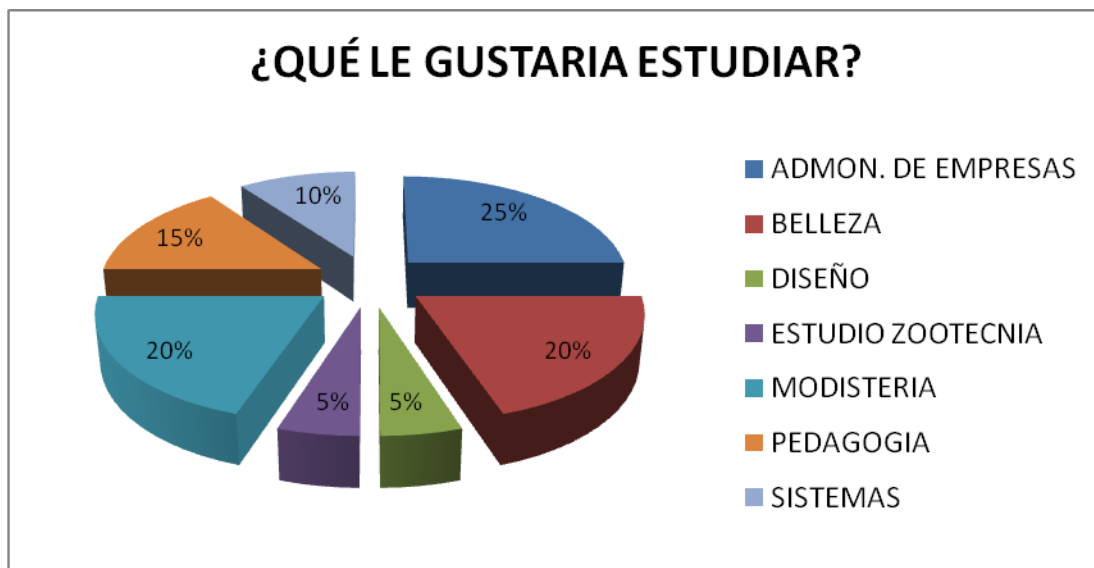


El nivel de estudios presente en cada madre cabeza de familia ha sido el punto de partida para el desarrollo de las metodologías del programa en donde el 50% de ellas son bachilleres y el 38% cuentan con la primaria vacíos académicos que durante la capacitación cuando se requirió reforzamos para así proceder a desarrollo los temas administrativos e implementarlos en el plan de negocios.

Tabla 8. ¿Que le gustaría estudiar?

¿QUÉ LE GUSTARÍA ESTUDIAR?	TOTAL	%
ADMÓN. DE EMPRESAS	5	25%
BELLEZA	4	20%
DISEÑO	1	5%
ZOOTECNIA	1	5%
MODISTERÍA	4	20%
PEDAGOGÍA	3	15%
SISTEMAS	2	10%
TOTAL	20	100%

Figura 10. ¿Que le gustaría estudiar?



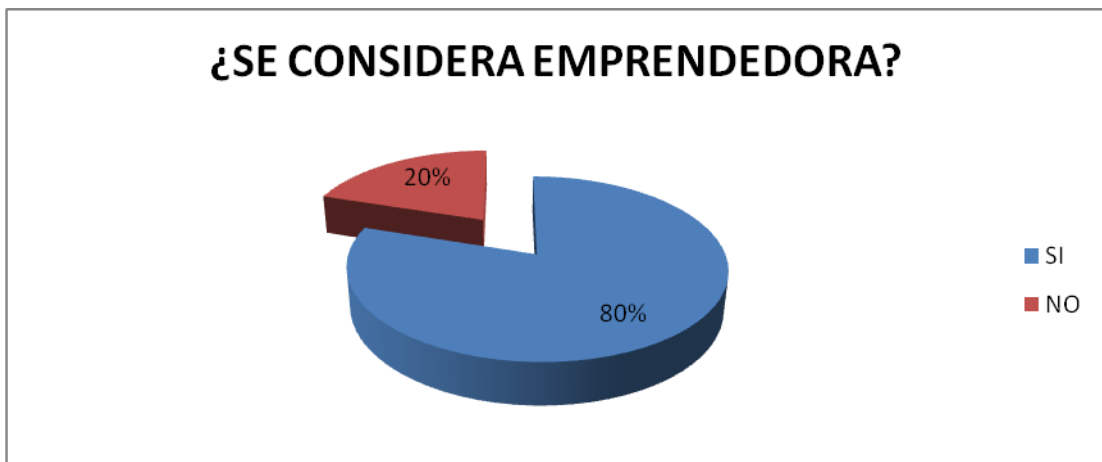
A través de los gustos, preferencias buscamos identificar los talentos habilidades presentes en cada una de las madres cabeza de familia concluyéndose que existe una gran variedad, pero se ven notorias las inclinaciones hacia las áreas artesanales como

modistería y belleza con el 20% cada uno, y más formales como pedagogía, sistemas y estudios de administración.

Tabla 9. ¿Se considera emprendedora?

¿SE CONSIDERA UNA MUJER EMPRENDEDORA?	TOTAL	%
SI	16	80%
NO	4	20%
TOTAL	20	100%

Figura 11. Se considera una mujer emprendedora.



Fundamentados en las diversas formas como cada madre cabeza de familia ha obtenido el sustento económico y el conocimiento detallado de cada caso sin duda alguna todas son mujeres con emprendimiento algunas siempre lo han sido otras lo han desarrollado, el 20 % de mujeres no se considera emprendedora derivado de la autoimagen equivocada que tienen de sí mismas y de las actividades que desarrollan.

Tabla 10. ¿Prefiere trabajar sola o en equipo?

¿PREFIERE TRABAJAR SOLA O EN EQUIPO?	TOTAL	%
EQUIPO	10	50%
SOLA	10	50%
TOTAL	20	100%

Figura 12. Prefiere trabajar sola o en equipo.

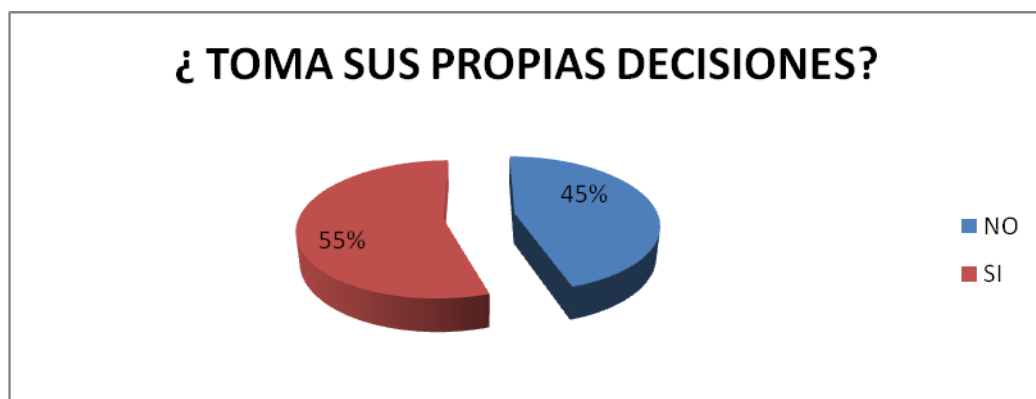


El resultado de esta pregunta nos permitió contribuir a la creación de grupos de trabajo en clase en los que cada madre cabeza de familia que prefería trabajar sola aprendiera a trabajar en equipo y las madres cabeza de familia que preferían trabajar en equipo aprendieran a ser líderes de grupo fortaleciendo de este modo habilidades sociales específicas que en la mayoría de los casos por situaciones emocionales y económicas adversas habían perdido.

Tabla 11. ¿Toma sus propias decisiones?

¿TOMA SUS PROPIAS DECISIONES?	TOTAL	%
NO	9	45%
SÍ	11	55%
TOTAL	20	100%

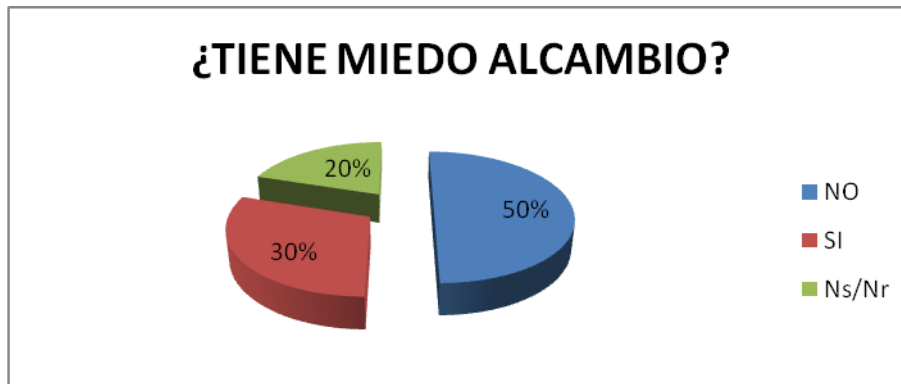
Figura 13. Toma sus propias decisiones.



El 45% de mujeres cabezas de hogar no toma decisiones trascendentales sin antes consultar con aquellas personas que les brindan apoyo emocional que en la mayoría de los casos son Padres o hermanos y el 55% deciden completamente en todo por sí mismas.

Tabla 12. ¿Tiene miedo al cambio?

¿TIENE MIEDO AL CAMBIO?	TOTAL	%
NO	10	50%
SI	6	30%
Ns/Nr	4	20%
TOTAL	20	100%

Figura 14. ¿Tiene miedo al cambio?

Todas las madres cabeza de familia son consientes que necesitan un cambio ante lo cual el 30% expresa temor en algunos cosas porque piensan por intentos anteriormente fallidos que no pueden que no lo logaran mientras que el 50% aunque también han tenido intentos fallidos la actitud de asumir las adversidades es completamente optimista lo cual sin duda marcara la diferencia.

Tabla 13. ¿Prefiere ser empleado o dueño de su propio negocio?

¿PREFIERE SER EMPLEADA O DUEÑA DE SU PROPIO NEGOCIO?	TOTAL	%
EMPLEADA	0	0%
DUEÑA NEGOCIO	20	100%
TOTAL	20	100%

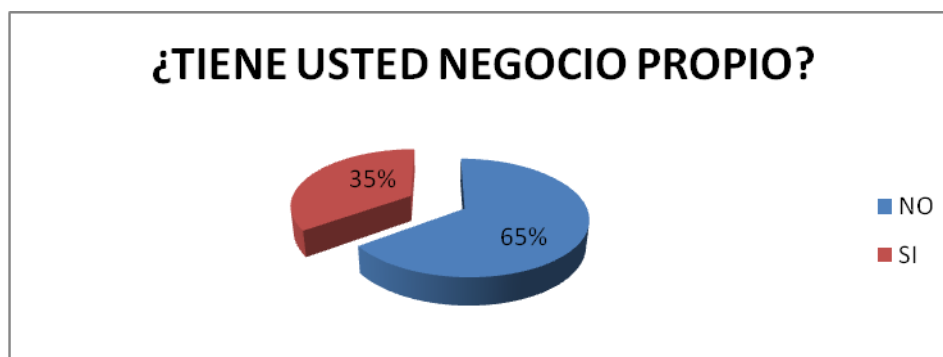
Figura 15. ¿Prefiere ser empleado o dueño de su propio negocio?

Es admirable que absolutamente todas las mujeres cabezas de familia encuestadas desean ser dueñas de sus propios negocios en algunos casos hay madres que siempre han sido independientes han vivido como ellas llaman del rebusque en otros casos ante la carencia de encontrar un empleo formal han decidido desarrollar actividades económicas independientes.

Tabla 14. ¿Tiene usted su propio negocio?

¿TIENE USTED NEGOCIO PROPIO?	TOTAL	%
NO	13	65%
SÍ	7	35%
TOTAL	20	100%

Figura 16. ¿Tiene usted su propio negocio?

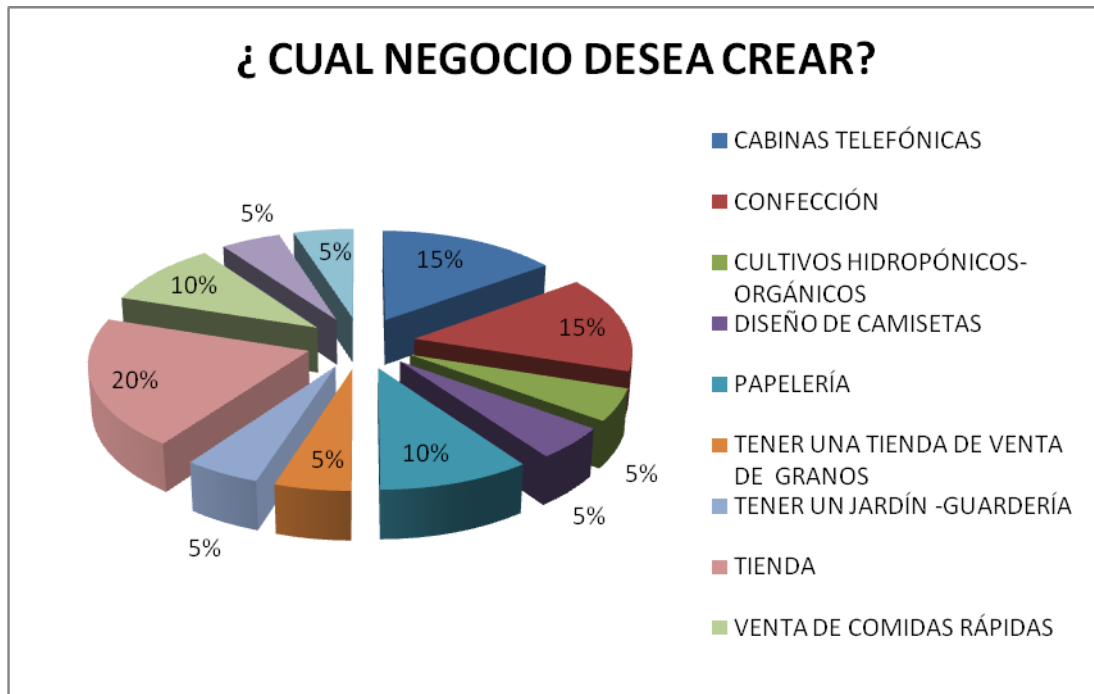


Si bien en la pregunta anterior todas las madres cabeza de familia encuestadas expresaban su deseo de tener negocio propio solo el 35% desarrolla alguna actividad económica independiente que le genera ingresos por lo tanto la falta de orientación de llevarles el conocimiento generado en la academia ha dejado un vacío en este tipo de grupos que esperamos comience a reducirse como consecuencia del desarrollo y puesta en marcha del plan de negocio.

Tabla 15. ¿Cuál negocio desea crear?

CUÁL NEGOCIO DESEA CREAR	TOTAL	%
CABINAS TELEFÓNICAS	3	15%
CONFECCIÓN	3	15%
CULTIVOS HIDROPÓNICOS-ORGÁNICOS	1	5%
DISEÑO DE CAMISETAS	1	5%
PAPELERÍA	2	10%
TENER UNA TIENDA DE VENTA DE GRANOS	1	5%
TENER UN JARDÍN - GUARDERÍA	1	5%
TIENDA	4	20%
VENTA DE COMIDAS RÁPIDAS	2	10%
VENTA DE MANUALIDADES PARA EL HOGAR	1	5%
SALÓN DE BELLEZA	1	5%
TOTAL	20	100%

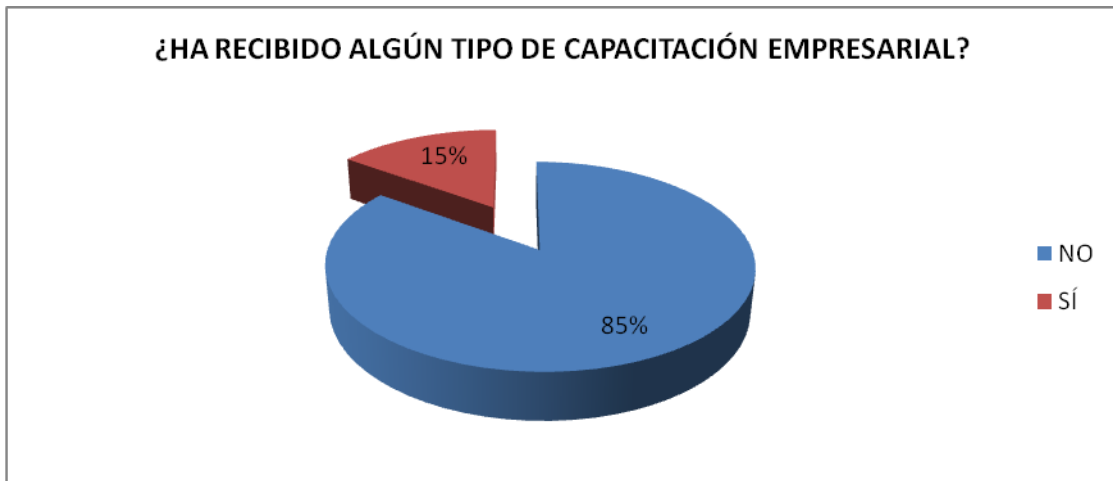
Figura 17. ¿Cual negocio desea crear?



Esta pregunta facilitó la decisión al momento de escoger el plan de negocio que se elaboro durante el proceso de capacitación, y direccionar de la mejor manera el mismo.

Tabla 16. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación empresarial?

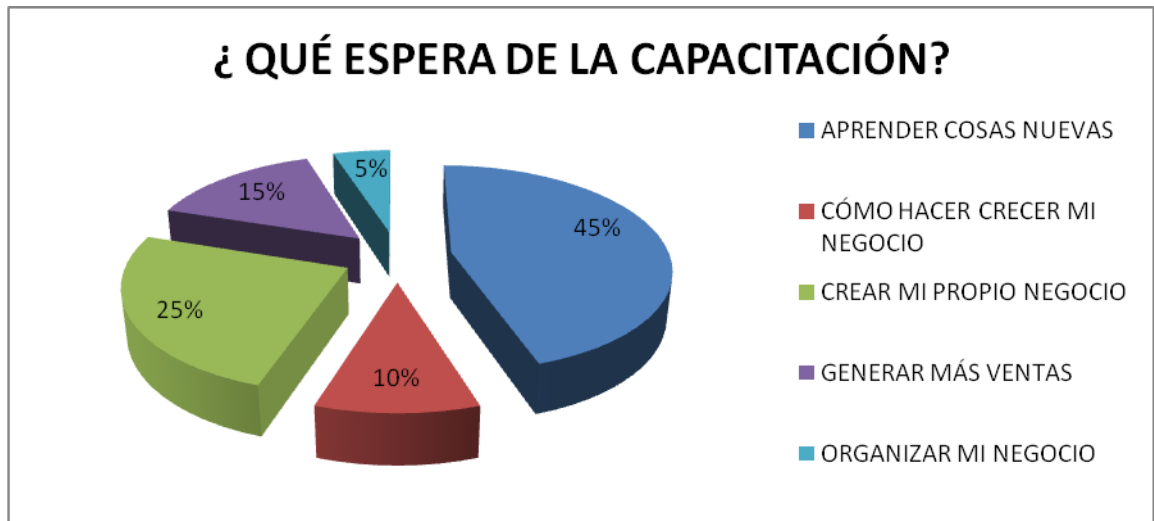
¿HA RECIBIDO ALGÚN TIPO DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL?	TOTAL	%
NO	17	85%
SÍ	3	15%
TOTAL	20	100%

Figura 18. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación empresarial?

Debido a la limitante de tiempo y recursos económicos, la mayoría de las mujeres emprendedoras no continuaron su educación ni han tenido anteriormente oportunidades como la capacitación que se les presento y desarrollo.

Tabla 17. ¿Qué espera de la capacitación?

¿QUÉ ESPERA DE LA CAPACITACIÓN?	TOTAL	%
APRENDER COSAS NUEVAS	9	45%
CÓMO HACER CRECER MI NEGOCIO	2	10%
CREAR MI PROPIO NEGOCIO	5	25%
GENERAR MÁS VENTAS	3	15%
ORGANIZAR MI NEGOCIO	1	5%
TOTAL	20	100%

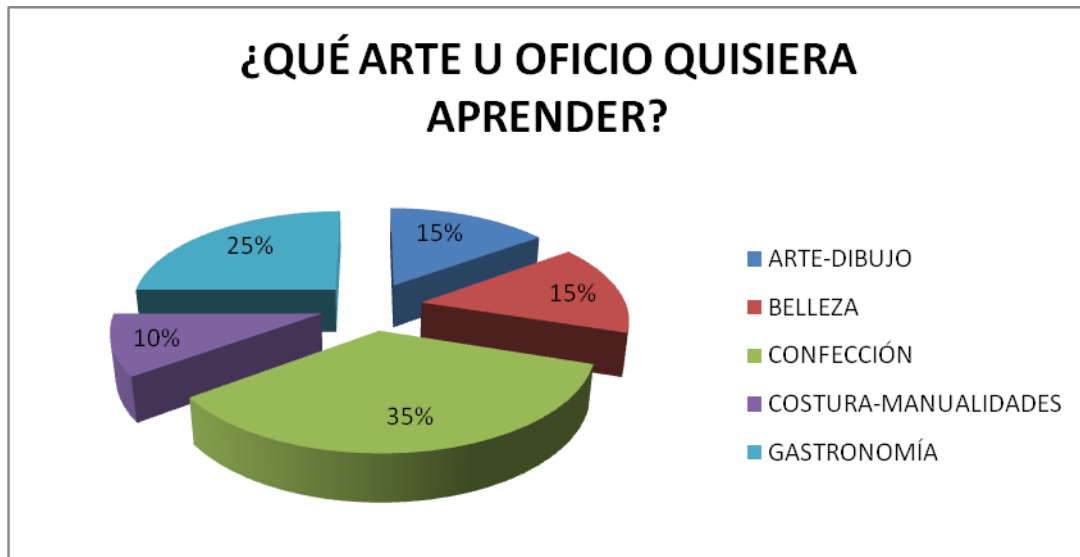
Figura 19. ¿Qué espera de la capacitación?

Las altas expectativas expresadas desde el principio y la difícil situación económica en la que viven se ha constituido desde el inicio para quienes dictamos la capacitación en el motivo por el cual preparamos con excelentes cada clase y más que dictar un tema nos acercamos persona por persona para guiarles orientarles con las herramientas administrativas y valores inculcados en la Universidad de La Salle con el fin de que la capacitación llene las expectativas depositadas en el curso.

Tabla 18. ¿Qué arte u oficio quisiera aprender?

¿QUÉ ARTES O OFICIO QUISIERA APRENDER?	TOTAL	%
ARTE-DIBUJO	3	15%
BELLEZA	3	15%
CONFECCIÓN	7	35%
COSTURA	2	10%
GASTRONOMÍA	5	25%
TOTAL	20	100%

Figura 20. ¿Qué arte u oficio quisiera aprender?

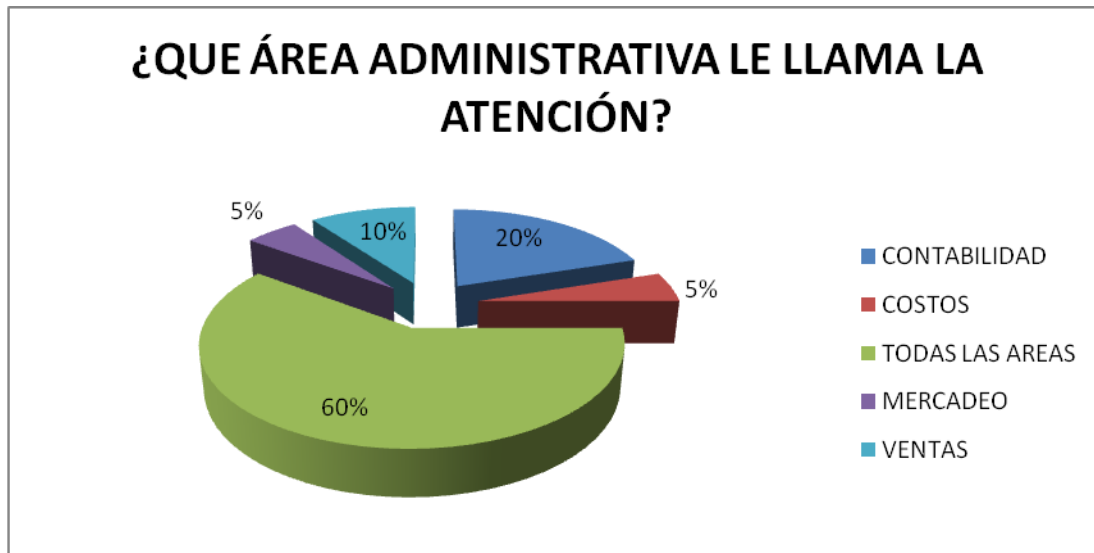


En esta pregunta concluimos, que existe un gran número de mujeres con inclinaciones por actividades manuales confección con un 35%, gastronomía 25% belleza 15% artes con 15% y costura con 10%.

Tabla 19. ¿Qué área administrativa le llama la atención?

¿QUÉ ÁREA ADMINISTRATIVA LE LLAMA LA ATENCIÓN?	TOTAL	%
CONTABILIDAD	4	20%
COSTOS	1	5%
TODAS LAS ÁREAS	12	60%
MERCADEO	1	5%
VENTAS	2	10%
TOTAL	20	100%

Figura 21. ¿Qué área administrativa le llama la atención?



Conocer el área administrativa que despierta en las madres cabeza de hogar mayor interés es fundamental porque de este modo podemos canalizar dicho gusto durante el curso para que el interés de cada integrante al final sea el mismo y aun mayor que el del inicio sembrándose de este modo una semilla que continúen regando hasta obtener mucho fruto.

Tabla 20. Posibles circunstancias para no terminar el curso

POSIBLES CIRCUNSTANCIAS PARA NO TERMINAR EL CURSO	TOTAL	%
ATENDER Y CUIDAR MI PAPELERÍA	1	5%
EL CUIDADO DE MIS HIJOS	5	25%
LAS OBLIGACIONES DE MI HOGAR	6	30%
LOS ESTUDIOS DE MI CARRERA	1	5%
NO SABE/NO RESPONDE	1	5%
NADA ME LO IMPIDE	6	30%
TOTAL	20	100%

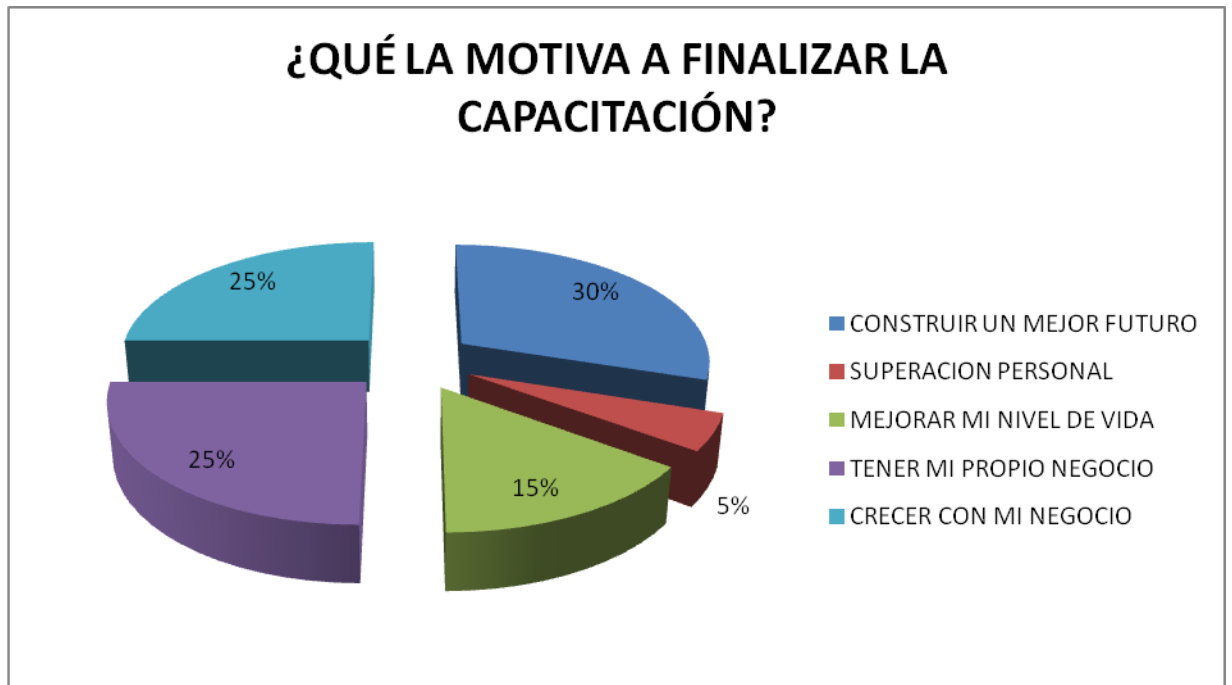
Figura 22. Posibles circunstancias para no terminar el curso.

La condición de mujer cabeza de hogar y las responsabilidades que esto conlleva se constituyó en la mayor causa por la cual algunas mujeres integrantes del curso se ausentaron durante alguna clase y en otros casos no les fue posible continuar.

Tabla 21. ¿Qué la motiva a finalizar la capacitación?

¿QUÉ LA MOTIVA A FINALIZAR LA CAPACITACIÓN?	TOTAL	%
CONSTRUIR UN MEJOR FUTURO	6	38%
SUPERACIÓN PERSONAL	1	6%
MEJORAR MI NIVEL DE VIDA	3	19%
TENER MI PROPIO NEGOCIO	5	31%
CRECER CON MI NEGOCIO	5	31%
TOTAL	16	100%

Figura 23. ¿Qué la motiva a finalizar la capacitación?



Desde el inicio nos dimos cuenta la óptima respuesta que las madres cabezas de familia daban ante las clases que además de la parte teórica administrativa incluían el cómo implementar dicho conocimiento en sus planes de negocio de tal modo que si podían hacer realidad sus sueños logrando un mejor futuro para sus familias mensaje implícito y directo que influencio notablemente en el ánimo que cada madre cabeza de familia luego mostraba en cada clase y desarrollo de su plan de negocio.

11.1 Desarrollo de la capacitación

Después de ser elegidos para participar con la Fundación María Luisa de Moreno se empezó a trabajar junto con el director del trabajo de grado y la representante de la fundación la Señora Johanna Zuluaga Cotrino, una vez al mes se hacían reuniones para concertar los temas de la capacitación. Lo acordando se presenta en el syllabus, que

aparece en el Anexo A.

11.2 *Desarrollo temático del programa de formación empresarial para el Programa de mujeres emprendedoras*

El programa se desarrollo en las instalaciones de la institución educativa de Mosquera ubicado en el barrio el Porvenir Rio, los días sábados de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. con una intensidad de dos a tres horas semanales por grupo, durante seis meses.

La investigación permitió el desarrollo y la aplicación de conceptos administrativos en el programa de Mujeres Emprendedoras, mediante la implementación un programa de formación empresarial, que permitió ejecutar los proyectos planteados por las mujeres emprendedoras de la Fundación, alcanzando un fortalecimiento de gestión empresarial con los fundamentos administrativos necesarios para estructurar un plan estratégico de negocios, donde se evaluaron los distintos riesgos y cursos de acción a seguir para lograr posicionar y estabilizar una empresa en el mercado.

Se implementaron cursos de acción para el mejoramiento de la producción y comercialización de bienes o servicios elaborados por las mujeres emprendedoras de la Fundación, en campos como: confección, gastronomía y aseo. Incentivando que la idea de negocio se oriente hacia el óptimo aprovechamiento de materiales, herramientas, espacio, tiempo y costos, enfocados hacia la segmentación del mercado y la satisfacción total del cliente, concibiendo cada idea como una visualización empresarial estable.

En el Anexo C se describen cada una de las sesiones realizadas dentro del programa.

12. Conclusiones

- Se les mostró a las madres cabeza de familia la posibilidad de mejorar la comercialización de los productos elaborados o comercializados por ellas en donde utilizando las herramientas administrativas se logra una optimización de recursos dando como resultado un mayor beneficio.
- Las madres lograron descubrir nuevas herramientas tecnológicas que facilitaran su desenvolvimiento en su vida empresarial y familiar, motivando su búsqueda y mejora de sus capacidades empresariales.
- Se elevó el perfil emprendedor de las madres cabeza de familia con lo cual se mejora las oportunidades de mejoramiento.
- Los profesionales no sólo se hacen productivos a través de ejercer su carrera en un ambiente laboral, sino compartiendo sus conocimientos a aquellos que por alguna circunstancia no tienen acceso a la educación formal.

13. Recomendaciones

- Es necesario realizar por parte de la universidad un seguimiento más exhaustivo a los proyectos que se lleven con las fundaciones sociales para darle mayor continuidad y lograr un mejor impacto en la sociedad colombiana
- Se deben realizar otros niveles de capacitación por parte de la fundación María Luisa de Moreno con el apoyo de la Universidad de La Salle para mejorar los conceptos aprendidos y elevar el nivel de vida de sus participantes.
- Se propone realizar una feria semestral en la cual las diferentes fundaciones expongan sus productos y servicios con la cual se pueda lograr realizar contactos con otros entes para brindar financiamiento e implementación de las futuras empresas.

Referencias Bibliográficas

Ávila, O. (2008). Hherramienta de *software* para preparar planes de negocios. *Revista ingeniería e investigación*, 28, 1,155-156.

Cámara y Comercio de Bogotá. (2008). “Documentos para formalizar una empresa”. Consulta en: <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=97&conID=3413>.

Colombia. (2006). Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2006/ley_1014_2006.html

Colombia. (2004). Ley 905 de 2004. Recuperado de <http://www.pymesfuturo.com/Pymes.htm>

Colombia. (2000). Ley 575 de 2000. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2000/ley_0575_2000.html

Colombia. (1991). Constitución Política Nacional. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/cp/constitucion_politica_1991.html

Colombia. (1981). Ley 51 de 1981. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5635>

Cornejo, M. (1999). Liderazgo de excelencia. México: Búho.

Fundación María Luisa de Moreno. (2009). “¿Quiénes somos?”. Consulta en: <http://fmlm.brinkster.net/>

- Harold, K. (2004). *Administración una perspectiva global*. 12° edición. México: McGraw Hill.
- López, M. (2003). *Administración: principios de organización y gestión empresarial*. Universidad Autónoma de Colombia.
- Mancilla, A. (1999). “*Derecho Positivo y diseño doctrinario del orden interno*”. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos68/pensamiento-estrategico/pensamiento-estrategico2.shtml>
- Porter, M. (1980). *Estrategia competitiva: Técnica para el análisis de los sectores industriales y de la compañía*. México: Compañía Editorial Continental S.A.
- Robbins, S. (2005). *Responsabilidad Social. Responsabilidad social y desempeño económico*. 8° edición. México: Pearson.
- Sanhueza, G. (2009). “El constructivismo”. Disponible en: <http://www.udlap.mx/promueve/ciedd/cr/ensenanza/constructivismo.pdf>
- Serna, H. *Planeación Estratégica: Planeación y gestión, teoría y metodología*. 5ª edición. Bogotá: 3R Editores.
- Stanton, W., Etzel, M. & Walker, B. (1999). *Fundamentos de marketing*. México: 11° Edición.
- Taylor, W. (1977). *Fundamentos de mercadeo*. Cincinnati: South-Western.
- Terragno, D. y Lecuona, M. “Como Armar un Plan de Negocios”. Consulta en: <http://www.dinero.com.ve/plandenegocios.html>

Universidad de la Salle. (2008). “Proyecto Educativo Lasallista PEUL”. Consulta en:
<http://unisalle.lasalle.edu.co/index.php/content/view/86/287/>

ANEXOS

ANEXO A

SILLABUS PROGRAMA DE CAPACITACIÓN	
PROYECTO: FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA EL PROGRAMA DE MUJERES EMPRENDEDORAS DE LA FUNDACIÓN MARÍA LUISA DE MORENO EN EL MUNICIPIO DE MOSQUERA CUNDINAMARCA.	Fecha: 01/08/2008
RESPONSABLES: GINA ANDREA ARANZAZU BUITRAGO Y CESAR ALEXANDER CORREA	
HORARIO: Grupo1: 9:00 AM A 11:00 AM	
<i>OBJETIVO</i>	
Abordar los principios, conceptos y herramientas relacionadas con los procesos administrativos fundamentales, para desarrollar la formulación de plan empresarial estratégico que permita la elaboración de un proyecto productivo.	
<i>OBJETIVOS ESPECÍFICO</i>	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicar los conceptos básicos de la administración y planeación estratégica. ▪ Lograr sensibilización y concientización acerca de los principios estratégicos tanto personales como laborales y empresariales. ▪ Determinar las diferencias conceptuales entre diagnostico, direccionamiento, proyección, alineación y monitoria estratégica. ▪ Explicar el proceso de desarrollo y evaluación de proyectos. ▪ Desarrollar actividades dinámicas que permitan tener aceptación y motivación con el tema y la aplicación en cada proyecto. ▪ Implementar los estudios necesarios para evaluar un proyecto. 	
<i>TEMAS:</i>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Liderazgo y emprendimiento. 2. Planeación Estratégica: <ul style="list-style-type: none"> • Proceso para el desarrollo de un plan estratégico • Filosofía, principios y valores • Diagnostico (D.O.F.A.- donde estamos hoy) • Direccionamiento (Donde queremos estar) • Proyección (Como lograrlo) 	

- Alineamiento (visión compartida)
 - Plan Operativo (Tareas)
 - Monitoria (logros ejecutados y esperados)
3. Administración, Idea, Plan de Negocio y Empresa.
4. Estudio de Mercado:
- Definición de Mercado, Mercadeo, Marketing, Cliente y Consumidor
 - Segmentación de Cliente y definición de Cliente Potencial y Objetivo
 - Análisis de Competencia y Proveedores
 - Mezcla de Mercado
 - Estrategias: Producto, Precio, Calidad, Plaza, Servicio y Administrativas
5. Estudio Técnico.
- Definición tamaño y estructura del negocio
 - Evaluación de materiales, materia prima, herramientas, maquinaria y equipo, mano de obra.
 - Determinación de de ubicación y espacio.
 - Inventarios y necesidades
6. Estudio Financiero.
- Investigación de proveedores y costos
 - Organización de inventarios y costos de producción directos e indirectos.
 - Análisis de costos, gastos, inversión, utilidades y rentabilidad
 - Estructuración de costos y precio
 - Análisis y comparación de costos y precios
 - Desarrollo de estados financieros básicos como Balance, Estado de Resultados y Flujo de Caja.
 - Estudió de Factibilidad y Viabilidad
 - Entidades de financiación o capitales semilla
7. Estudio Legal.
8. Análisis de Riesgos.
9. Empresa.
- Concepto de Empresa
 - Tipos de Empresa (Tamaño, Actividad, Sector)
 - Partes de la Empresa o Áreas Funcionales
 - Proceso Administrativo
 - Tipos de Organización Administrativa

<ul style="list-style-type: none">• Conceptos de Benchmarking y Coaching <p>10. Simulación de Rueda de Negocios.</p> <p>11. Muestra Empresarial.</p>
METODOLOGÍA
<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo conceptual participativo• Descubrimiento, construcción y direccionamiento de su proyecto de vida• Taller o actividad lúdica Individual y grupal• Lectura y análisis de textos, casos y reflexiones• Socialización de logros obtenidos en el tema y la actividad
RECURSOS
<ul style="list-style-type: none">▪ Papel kraft▪ Marcadores secos y borrables▪ Colores▪ plumones▪ lápices▪ Revistas▪ Periódico▪ tijeras▪ Colbón

ANEXO B
FORMATO DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

LA PRESENTE ENCUESTA SE VA APLICAR A LAS MUJERES VINCULADAS A
LA FUNDACIÓN MARÍA LUISA DE MORENO

El objetivo de esta encuesta es identificar expectativas, interés y nivel educativo de las beneficiarias vinculadas al proyecto Mujeres Emprendedoras, con el fin de brindar a esta población herramientas satisfactorias a través de formación humana empresarial de acuerdo a las condiciones y expectativas particulares de la comunidad.

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente las preguntas
- Conteste en su totalidad las preguntas y la encuesta
- Conteste de forma clara y breve las preguntas
- En caso de no entender alguna pregunta, solicite la colaboración de coordinador

I. DATOS PERSONALES

Nombre Completo: _____ Edad: _____

Dirección: _____ Teléfonos: _____

Nivel de Estudio: Primaria____ Secundaria o Bachillerato____ Técnico____ Universidad____

Postrado____ Otro(s) Cuál(es)?_____

Actividad que desarrolla actualmente (Profesión):_____

Estado Civil _____ No. De Hijos: _____ Estrato: _____

EPS: Sí__ No__ Cuál?_____ ó Sisbén Sí__ No__ Nivel de Sisbén:_____

Personas a cargo (Especifique con quien): _____

Personas con las que vive: _____

Número de Familias que viven con Ud. (Sí aplica): _____

Condición Especial:

Desplazamiento____ Mujer Cabeza de Familia____ Otro Cuál:_____

II. GENERALIDADES SOBRE EL PROGRAMA

1. ¿Le gustaría participar en este programa de capacitación empresarial?
Si ____ No ____ ¿Por qué? _____
2. ¿Qué piensa usted que le impediría terminar este programa de capacitación?

3. ¿Qué la motivaría para finalizar este programa de capacitación?

4. ¿Qué esperaría del programa de capacitación?

5. ¿Qué día(s) de la semana preferiría asistir a la capacitación?

6. ¿Cuántos días a la semana prefiere tomar las clases?

7. ¿En qué horario puede tomar las clases?
Mañana _____ Tarde _____ Especifique horas _____
8. ¿Cuánto tiempo considera que debería durar cada sesión?
3 Horas _____ 4 Horas _____ Otro Cuál? _____

III. ÁREA ACADÉMICA

1. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación empresarial anteriormente?

2. ¿En qué áreas, temas o manualidades tiene conocimiento?:

3. ¿Cuáles considera las áreas o los temas que necesita reforzar?

4. Usted considera que la educación para una persona es:
1. Muy importante ____ 2. Importante ____ 3. No es importante __ 4. Le da igual ____
¿Por qué? _____
5. Si tuviera la oportunidad de hacer una carrera o estudiar algo ¿Qué le gustaría?
_____ ¿Por qué? _____
6. ¿Sobre que temas de desarrollo humano, empresariales o de emprendimiento quisiera aprender?

7. ¿Qué manualidades, artes u otros oficios quisiera aprender dentro del programa?

IV. PERFIL EMPRESARIAL Y/O LABORAL

8. ¿Prefiere trabajar sola____ o en equipo____? ¿Por qué?_____
10. ¿Ha tenido capacitación o experiencia en el tema de crear su propio negocio? Si____No____
Cuál?_____
11. ¿Tiene usted su propio negocio o empresa? Si__ No__ ¿Cuál?_____
- ¿Desde cuándo?_____
- ¿Productos o servicios que ofrece o produce?_____
- ¿Con quién trabaja en su negocio o empresa? _____ ¿Tiene Cámara
de Comercio? Si____ No____
12. ¿Quiere usted crear su propio negocio? Si____ No____ ¿Cuál?_____
13. ¿Se considera una mujer emprendedora, es decir entusiasta, una persona que tiene una idea y la hace
realidad? Si____ No____
- ¿Por qué?_____
14. (Marque una sola respuesta) ¿Qué preferiría? Fabricar____ vender____
15. (Marque una sola respuesta) ¿Qué preferiría? Ser empleado____ o
Ser dueño de su propio negocio_____

V. COMPETENCIAS E INTERESES

16. ¿Qué sabe hacer?

17. ¿Qué le gustaría hacer, así no lo sepa hacer?

18. ¿En su tiempo libre que actividades le gusta realizar?

VI. ÁREA PERSONAL

(Marque una sola respuesta de la pregunta 20 a la 28)

20. En una situación problema usted:

1. Busca ayuda de otras personas_____

2. Prefiere usted mismo buscar una solución_____

3. Sale corriendo_____

4. No hace nada_____

21. ¿Tiene miedo al cambio? Si___ No___ ¿Por qué?_____

22. Cuando le toca hablar en público a usted:

1. Le sudan las manos_____

2. Entra en pánico, es decir se queda quieto y no dice nada_____

3. Expone sus ideas, así sienta cierto miedo_____

4. Considera que es tranquilo en una situación así_____

23. Cuando tiene que trabajar en equipo o en grupo:

1. Usted lidera al grupo, es decir, lo conduce_____

2. Su papel es pasivo, es decir, prefiere que otra persona dirija al grupo_____

3. Le da igual_____

24. ¿Se considera líder, es decir una persona capaz de influir en los demás y conducirlos al logro de objetivos en común? Si___ No___

25. ¿En cualquier tipo de situación toma sus propias decisiones?

Si___ No___ ¿Por qué?_____

26. ¿Considera que es capaz de llegar a ser una mujer exitosa?

Si___ No___ ¿Por qué?_____

27. En cuanto a su personalidad, usted se considera una persona:

1. Tímida_____ 2. Extrovertida _____ 3. Introversa_____ 4. Nerviosa_____

5. Otra ¿Cuál?_____

28. Si pudiera compararse con un animal lo haría con:

1. Un león_____

2. Una oveja_____

3. Un conejo_____

4. Un caballo_____

5. Otro ¿Cuál? ____ ¿Por qué?_____

29¿Qué cualidades (fortalezas) cree usted que tiene?_____

30¿En que aspectos a nivel personal, cree que podría mejorar?_____

31. Si pudiera definir su relación con los miembros de su familia en una sola palabra ¿Cuál sería?

1. Esposo_____

2. Hijos_____

3. Padres_____

4. Hermanos_____

32. ¿Qué sueños tiene?

33. ¿Qué ha hecho para alcanzar sus metas?

34. ¿Cómo se ve en un año?

35. ¿Cómo se ve en cinco años?_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN
SU OPINIÓN ES IMPORTANTE PARA NOSOTROS

OBSERVACIONES

ANEXO C

SESIONES REALIZADAS DURANTE EL PROCESO DE CAPACITACIÓN

Sesión 1: Liderazgo y Emprendimiento

Objetivo: Despertar interés y motivación por el programa de formación, en las mujeres emprendedoras de la fundación.

Objetivos específicos:

- Explicar los conceptos básicos de la administración y planeación estratégica.
- Lograr sensibilización y concientización acerca de los principios estratégicos tanto personales como laborales y empresariales.
- Determinar las diferencias conceptuales entre diagnóstico, direccionamiento, proyección, alineación y monitoria estratégica.
- Desarrollar actividades dinámicas que permitan tener aceptación y motivación con el tema y la aplicación en cada proyecto

Metodología

- Se inicia con el saludo de bienvenida:
- Se indican las instrucciones de la actividad lúdica: DOFA Personal y descripción personal (imagen y texto).
- Refrigerio.
- Se realiza una breve exposición del tema de manera abierta permitiendo la participación activa de las mujeres.
- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: Proyecto de vida y planteamiento de ideas de negocio.

En esta sesión se realizó una integración grupal y presentación entre las mujeres y sus capacitadores, lo que permitió crear un ambiente de confianza. Además, partir desde el autoconocimiento para el desarrollo de un proyecto de vida basado en una idea de negocio, donde ellas se perfilaron como emprendedoras y líderes.

Sesión 2: Administración, Idea, Plan de Negocio y Empresa

Objetivo: Dar a conocer los fundamentos básicos de la administración y su importancia en el desarrollo de empresa.

Objetivos específicos:

- Definir que es la administración y cuál es el proceso administrativo.
- Establecer cuál es la diferencia entre un negocio y una empresa.
- Mostrar la importancia de la administración para lograr el éxito empresarial.

Metodología

- Se inicia con el Saludo de Bienvenida
- Se realiza una exposición voluntaria de algunas mujeres de su proyecto de vida, DOFA personal y planteamiento de idea de negocio.
- Desarrollo de conceptos teóricos de manera magistral.
- Refrigerio.
- Se indican las instrucciones de la actividad lúdica: Competencia Grupal mediante puntajes en el tiro al blanco donde se realizan preguntas teórico-prácticas del tema visto.
- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: Realización de lluvia de ideas, organización por conocimiento y gusto, comparación con capacidad de realización y elección y definición de 3 posibilidades de ideas de negocio.

Sesión 3: Planeación Estratégica

Objetivo: Dar a conocer el plan de estudio que se desarrollara durante las próximas semanas, desarrollar el planteamiento de la idea para el plan de negocio y a su vez la misión y visión del mismo; y comprender la función y la importancia del estudio de mercado en el desarrollo del plan de negocio y su aplicación en un entorno de mercado.

Objetivos específicos:

- Desarrollar y explicar el plan de estudio a seguir
- Desarrollar La idea del Plan de Negocio
- Desarrollar la misión y visión del plan de negocio
- Desarrollar conocimientos acerca del estudio de mercado
- Conocer los principales elementos que componen el plan de negocios
- Entender como los consumidores toman decisiones de compra y cuales son los actores que ejercen influencia.

Metodología

- Se inicia con el Saludo de Bienvenida
- La reflexión del día: Realizada por el grupo de mujeres
- Revisión de ideas de negocio.
- Participación activa en la conformación de conceptos básicos en la planeación estratégica como: planeación, misión, visión, estrategia, objetivos, principios y planes.
- Desarrollo de conceptos teóricos de manera magistral.
- Refrigerio.
- Se indican las instrucciones de la actividad lúdica grupal en la que asignaba una actividad empresarial, se coloca nombre a la empresa y se realiza misión, visión, principios, objetivos y estrategias.

- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: Realización del DOFA de la idea de negocio, nombre a la empresa y se realiza misión, visión, principios, objetivos y estrategias.

Sesión 4: Estudio de Mercado

Objetivo: Analizar los principios, conceptos y criterios básicos para comprender la función de mercadeo, y su aplicación práctica en un entorno de economía de mercado.

Objetivos específicos:

- Conocer el significado de mercado y mercadeo
- Conocer la clasificación de los productos
- Conocer el concepto de Producción
- Conocer y ejemplificar la importancia de las cuatro “p”; (Marketing Mix).
- Conocer el contraste entre ventas y mercadeo
- Conocer los principales elementos que componen el proceso de mercadeo y que afectan interna y externamente a una organización.
- Entender como los consumidores toman decisiones de compra y cuáles son los factores que ejercen influencia.
- Analizar la forma como las empresas diseñan ofertas de productos para satisfacer las necesidades de sus consumidores meta.
- Comprender la importancia del factor precio en la mezcla de mercadeo y entender las principales estrategias de precio combinadas con promoción de ventas

Metodología

- Se inicia con el Saludo de Bienvenida
- La reflexión del día.

- Revisión del DOFA de la idea de negocio, nombre a la empresa y se realiza misión, visión, principios, objetivos y estrategias.
- Participación activa en la conformación de conceptos básicos de mercado, mercadeo, marketing, precio, promoción, cliente, consumidor, publicidad, cliente objetivo.
- Desarrollo de conceptos teóricos de manera magistral.
- Refrigerio.
- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: Realización de investigación de mercados mediante la visita a establecimientos parecidos a la idea de negocio, verificar producto, servicio, publicidad, instalaciones, precio, estrategias de venta, promociones y ubicación. Diseñar una encuesta de investigación de mercados.

Sesión 5: Estudio Administrativo

Objetivo: Dar a conocer el desarrollo del estudio de la administración, para poder conocer y comprender la empresa desde una perspectiva global; analizar sus componentes, estructuras, procesos y entender su desarrollo y evolución en el entorno socio-económico en el que se desenvuelve

Objetivos específicos:

- Conocer y analizar las principales escuelas y estudio de administración
- Conocer las estructuras y procesos importantes en la organización
- Analizar la administración actual, las decisiones en las que se debe incurrir para desarrollar una exitosa administración
- Analizar y ejemplificar los procesos de desarrollo de las estrategias, de la administración y de las organizaciones informales
- Conocer la importancia de la motivación en las organizaciones y el direccionamiento que se debe desarrollar a partir de la comunicación

Metodología

- Se inicia con el Saludo de Bienvenida
- La reflexión del día.
- Compartir experiencias vivenciadas basadas en el manejo de los negocios de mujeres emprendedoras que son independientes
- Entrega del primer adelanto del proyecto para revisión
- Desarrollo de conceptos teóricos de manera magistral.
- Refrigerio.
- Se indican las instrucciones de la actividad lúdica grupal por sector o actividad económica en campos como: artes, confección, belleza, gastronomía y aseo, para realizar el inventario de los recursos físicos, materiales, herramientas, humanos y determinar ubicación y tamaño de manera individual o por proyecto.
- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: Realización de investigación de precios o costos del inventario realizado en clase teniendo cotizaciones y variedad de proveedores.

Sesión 6-7: Estudio Financiero

Objetivo: Desarrollar la capacidad de conseguir y elaborar un adecuado estudio financiero con el fin de Reducir la incertidumbre natural de los Planes de Negocio, dando como resultado menos riesgo para la puesta en marcha de los proyectos y menor probabilidad de errores. Además lograr y conseguir la factibilidad económica de los proyecto.

Objetivos específicos:

- Definir conceptos básicos de contabilidad.
- Definir que es un estudio financiero y para que sirve.
- Dar a conocer los principales estados de financieros de una empresa y libros exigidos por la ley como balance, libro de entradas y salidas, PYG, Flujo de caja

y cuentas.

- Realizar un estudio de los costos y precios.
- Determinar precios y margen de rentabilidad de los productos.
- Determinar cuál es el costo aproximado del proyecto.
- Analizar la viabilidad y rentabilidad de los proyectos.

Metodología

- Se inicia con el saludo de bienvenida
- La reflexión del día.
- Desarrollo de conceptos teóricos de manera magistral, ejemplificando con los negocios de las mujeres vinculadas a la Fundación.
- Refrigerio.
- Se indican las instrucciones de la actividad lúdica grupal, para realizar el estudio de costos según investigación, intentando disminuir costos y aumentar rentabilidad, sin sacrificar calidad. Analizar y comparar precios.
- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: Realización de tabla de determinación de costos del proyecto, precio del producto, margen de rentabilidad, proveedores y cantidad. Realizar un esquema inicial del balance de la empresa, según el plan de negocio de cada una de ellas.

Sesión 8: Estudio Legal

Objetivo: Conocer el Estudio Organizacional, Legal y Tributario pertinente a la constitución de una empresa, facilitando el entendimiento y resaltando la importancia que tiene este tema Legal en la gestión y constitución de planes de negocios.

Objetivos específicos:

- Definir que es un estudio legal y para qué sirve.

- Identificar cuáles son los pasos básicos para formalizar una actividad económica.
- Especificar cuáles son los tipos de empresa y/o sociedad y los necesarios para constituirlos.
- Analizar las exigencias mínimas del mercado nacional e internacional en cuanto a calidad, producto, empaque, publicidad, presentación y proceso productivo.
- Evaluar políticas legales, leyes y normas vigentes que afecten el desarrollo de los proyectos.
- Definir las políticas mínimas de higiene y seguridad industrial.

Metodología

- Se inicia con el Saludo de Bienvenida.
- La reflexión del día.
- Entrega del segundo adelanto del proyecto para revisión.
- Desarrollo de conceptos teóricos de manera magistral.
- Refrigerio.
- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: Determinar qué tipo de empresa o sociedad se va a constituir y cuáles son los requisitos mínimos exigidos por la ley para su funcionamiento.

Sesión 9-10: Análisis de Riesgos y Empresa

Objetivo: Entender los riesgos y las oportunidades para alcanzar el progreso de cualquier empresa, acompañado de la búsqueda de oportunidades que debe incluir y exigir la Comprensión de los riesgos a tomar y de los riesgos a evitar

Objetivos específicos:

- Que es riesgo
- Situaciones de cambio permanente que afectan la estabilidad de las empresas
- Los actores protagonistas del riesgo

- Tipos de riesgos
- La auditoria como técnica de análisis y supervisión de riesgos
- Administración de riesgos empresarial

Metodología

- Se inicia con el Saludo de Bienvenida
- Desarrollo de conceptos teóricos de manera magistral.
- Participación activa en el desarrollo de conceptos y tipos de riesgo enfrentados por los proyectos.
- Refrigerio.
- Reflexión y conclusiones.
- Trabajo en casa: correcciones del proyecto y entrega la próxima sesión.

Sesión 11-12: Simulación de Rueda de Negocios

Objetivo: Realizar una simulación de una rueda de negocios para identificar falencias de la mujeres en la venta de su idea de negocio.

Objetivos específicos:

- Identificar cuáles son las principales falencias al mostrar el producto.
- Verificar la viabilidad del producto, presentación, empaque, precio y estrategias de venta.
- Analizar las capacidades de expresión, convencimiento y seguridad de cada emprendedora.
- Analizar las capacidades y competencias de liderazgo y emprendimiento.

Metodología

- Se inicia con el Saludo de Bienvenida.

- La reflexión del día.
- Entrega del último adelanto del proyecto para revisión.
- Se realizó una exposición de cada uno de los proyectos simulando estar en la rueda de negocios, vendiendo u ofreciendo su idea de negocio. El objetivo era convencer al público y recibir el mayor número de preguntas, opiniones, críticas y recomendaciones posibles del público, de tal manera que se prepararan para la rueda de negocios que se realizaría al finalizar el programa.
- Trabajo en casa: correcciones y mejoras finales a los proyectos.

Sesión 13: Muestra Empresarial o Rueda de Negocios

Objetivo: Realizar una muestra empresarial, en donde las mujeres emprendedoras puedan dar a conocer sus ideas de negocio, realizar contactos y mostrar sus competencias y cualidades como emprendedoras y empresarias.

Objetivos específicos:

- Exponer los planes de negocio desarrollados por las mujeres vinculadas al programa.
- Motivar a las mujeres emprendedoras a seguir forjando su idea empresarial hasta convertirla en una realidad.
- Mostrar las capacidades de liderazgo y emprendimiento desarrolladas durante el programa.
- Aplicar al plan de negocios conceptos aprendidos en el programa de formación empresarial
- Desarrollar una nueva idea de empresa y venderla u ofrecerla en un ámbito desconocido para ellas

Metodología

- Recibimiento.
- Organización y apertura.

- Exposición de proyectos a visitantes externos, estudiantes y docentes de la sede centro el día sábado 07 de Febrero de 2009.
- Saludo de Bienvenida con todos los integrantes del proyecto, tanto de la Fundación como de la Universidad.
- Cierre, análisis y agradecimientos.

En esta feria se presentaron 10 proyectos en campos como artes, confección, gastronomía y servicios, por las mujeres emprendedoras de Mosquera.

ANEXO D. MATRIZ DE PROYECTOS

PROGRAMA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL PARA LAS MUJERES EMPRENDEDORAS			
NRO	PROYECTO	ÁREA	EMPRENDEDORAS
1	PAPELERÍA EL LÁPIZ MÁGICO	COMERCIO	YOLANDA MEDINA GARCÍA
2	SOLIDEZ	SERVICIOS	EOCARIS PABON
3	EL GRANERO	COMERCIO	YANETH PULIDO ROJAS
4	RICAS HAMBURGUESAS	COMERCIO	FANNY FONSECA BARRERO
5	CREACIONES OFRANLE	CONFECCIÓN	OLIVA FRANCO LEÓN
6	KEM	CONFECCIÓN	KATHERIN ECHEVERRY MARTÍNEZ
7	CONFECCIONES BETTY	CONFECCIÓN	BEATRIZ ROJAS MARTÍNEZ
8	CULTIVOS HIDROPÓNICOS	AGROPECUARIA	MAYERLY MARTÍNEZ
9	JARDÍN INFANTIL SOÑADORES FELICES	SERVICIOS	YOLANDA PULIDO
10	MINIMERCADO	COMERCIO	ANDREA RODRÍGUEZ

ANEXO F

INVITACIÓN A RUEDA DE OPORTUNIDADES Y CEREMONIA DE GRADO.



PROGRAMA MUJERES EMPRENDEDORAS

La Fundación María Luisa de Moreno y la Universidad de La Salle invita a la *Rueda de Oportunidades* de los proyectos sobresalientes del Proyecto de Capacitación Empresarial.

Día: *Sábado 07 de Febrero 2009*
Hora: *9:00 a.m. a 12:00 m*
Lugar: *Universidad de La Salle Sede Centro Cra 2 No. 10-70*
Informes: *Coordinación Mujeres Emprendedoras Teléfonos: 2631157 / 2638227*



PROGRAMA MUJERES EMPRENDEDORAS

La Fundación María Luisa de Moreno y la Universidad de La Salle invita a la Graduación y Premiación de los proyectos sobresalientes del Proyecto de Capacitación Empresarial.

Día: *Viernes, 13 Febrero 2009*
Hora: *8:00am a 12:00m*
Lugar: *Universidad de la Salle, Sede Chapinero. Cra. 5 No. 59A-44, Auditorio ppal.*
Informes: *Coordinación Mujeres Emprendedoras Teléfonos: 2631157 / 2638227*