Universidad de La Salle
Ciencia Unisalle

Administración de Empresas

Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS

1-1-2015

Capacitación en emprendimiento y creación de empresa para el comité cívico comunitario barrio Buenos Aires

Fredy Hernan Bautista Morales
Universidad de La Salle, Bogotá

Jheison Alexander Guerrero Muñoz
Universidad de La Salle, Bogotá

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

Citación recomendada

Bautista Morales, F. H., & Guerrero Muñoz, J. A. (2015). Capacitación en emprendimiento y creación de empresa para el comité cívico comunitario barrio Buenos Aires. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2097

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.

CAPACITACIÓN EN EMPRENDIMIENTO Y CREACIÒN DE EMPRESA PARA EL COMITÉ CIVICO COMUNITARIO BARRIO BUENOS AIRES

FREDY HERNAN BAUTISTA MORALES
JHEISON ALEXANDER GUERRERO MUÑOZ

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CAPACITACIÒN EN EMPRENDIMIENTO Y CREACIÒN DE EMPRESA PARA EL COMITÉ CIVICO COMUNITARIO BARRIO BUENOS AIRES

Proyecto de grado para optar al título profesional en Contador Público y Administrador de Empresas

FREDY HERNAN BAUTISTA MORALES
JHEISON ALEXANDER GUERRERO MUÑOZ

Asesor
JORGE ELIECER QUIROZ
Docente Académico

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
BOGOTA, NOVIEMBRE DE 2015

Contenido

Pág.

Resumen.....7

1. Informe Diagnostico 10

Macro variables.....10

Localidad de Usme 10

1.1 Biofísicas del territorio 10

1.1.1 Características Biofísicas de la localidad de Usme.....10

1.1.2 Condiciones de vivienda, servicios públicos, vías y espacios públicos.....13

1.2 Socioeconómicas 19

1.2.1 Los diferentes sectores productivos.....19

1.2.2 Los principales procesos de emprendimiento económico.....21

1.2.3 la vinculación de cada sector a las dinámicas del mercado.....22

1.2.4 Las alianzas que se establecen al interior de cada uno de los sectores con las instituciones públicas y las organizaciones privadas.....23

1.3 Político-institucionales.....26

1.3.2 Marco legal: 30

1.3.3 Capacidad de gestión para la solución de los problemas: 31

1.3.4 Entidades que apoyan y recursos obtenidos 32

1.4 Simbólico culturales.....33

1.4.1 Beneficiarios e impactos en el territorio 33

2. Análisis FODA.....34
3. Cronograma de actividades 40
Justificación 44
Objetivos.....45
Objetivo general 45
Objetivos específicos.....45
4. Informe de seguimiento.....46
4.1 Marco de referencia.....46
4.1.1 Marco teórico 46
4.1.2 Marco Conceptual.....52
4.2. Diseño Metodológico 54
4.2.1 Tipo de investigación. 54
4.2.2 Población y muestra. 55
4.4.3 Fuentes de recolección de la información (primarias y secundarias).....56
3. Informe final 58
3.1 Descripción de actividades desarrolladas por clase o cesión.....58
3.2 Desarrollo proyecto empresarial.....66
Conclusiones 69
Recomendaciones 71
Bibliografía.....72

Cibergrafía 73

Anexo 1. Lectura y taller Uga la tortuga 74

Anexo 2. Fotografías de los grupos realizando la actividad de “la gallina ciega”. ... 77

Anexo 3. Taller “quien se ha llevado mi queso” 78

Anexo 5. Formato análisis de mercado 80

Anexo 6. Presentación de proyectos empresariales 82

Anexo 6. Proyectos empresariales. 83

NTR PHOTO SPORT S.A.S 106

Índice de Figuras

Figura 1. Localidad 5 de Usme 10

Figura 2. Teoría del emprendimiento Andy Freire 48

Figura 3. Modelo de Gibbs 49

Figura 4. Teoría de la jerarquía de las necesidades (MASLOW) 52

Índice de Tablas

Tabla 1. Necesidades Básicas insatisfechas NBI localidad UsmeTabla 1 14

Tabla 2: Bibliotecas públicas y privadas de la Localidad San Cristóbal. 16

Tabla 3. *Colegios principales de la Localidad en San Cristóbal* 17

Tabla 4. Jardines principales de la Localidad en Usme 18

Tabla 5. Principales vías localidad de Usme. 19

Tabla 6. Colegios de Usme 26

Tabla 7. Análisis FODA 34

Tabla 8. Resultado Análisis FODA 35

Tabla 9. SYLLABUS 39

Tabla 10. Cronograma de actividades 43

Índice de Gráficas

Gráfica 1. Deserción de alumnos curso 57

Gráfica 2.Nivel de educación alumnos curso 57

Gráfica 3. Rango de edades alumnos curso 57

Resumen

El emprendimiento es una actitud en las personas, una cultura, una capacidad de las empresas y una característica del entorno competitivo en el país, este tema se ha constituido en una estrategia fundamental en el desarrollo de las economías de muchos países en el mundo ya que es la base para crear, generar y establecer un mercado que sea capaz de competir y sobresalir a nivel mundial, para esto es necesario capacitar personas con la capacidad de decisión, entusiasmo, disciplina y perseverancia para llevar a cabo una iniciativa.

En este marco la propuesta que se desarrolló con la comunidad que hace parte de la fundación comité cívico comunitario que habitan el localidad de Usme más exactamente en el barrio buenos aires fue de tipo básico involucrándolos en un proceso formativo de tipo administrativo, contable y personal que permita desarrollar competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro de un sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

El proyecto CAPACITACION EN EMPRENDIMIENTO Y CREACION DE EMPRESA PARA EL COMITÉ CIVICO COMUNITARIO BARRIO BUENOS AIRES surgió del estudio que realizo la universidad de la Salle y su centro de desarrollo de empresas de familia (CEDEF) por medio un programa llamado Proyección social el cual permite a los estudiantes de últimos semestres culminar su programa educativo colocando en práctica todos los conocimientos adquiridos a lo largo de sus estudios y ayudando a las

fundaciones que hacen parte de la Fundación banco arquidiosesano de alimentos a mejorar sus procesos administrativos, contables y sociales.

El desarrollo del proyecto está enfocado en teorías administrativas como la teoría del emprendimiento, la teoría de ALAN GIBB , la teoría de DAVID MCLELLAND, y por último la teoría de las necesidades de MASLOW, estas teorías son de gran importancia y serán una herramienta primordial en el desarrollo del proyecto con la fundación, se realizaran trabajos con el enfoque lasallista, se realizaran trabajos de emprendimiento y capacitaciones que resalten los valores de la comunidad y el conocimiento adquirido en la universidad.

Las capacitaciones se enfocan en brindar nuevas oportunidades de aprendizaje, fortalecer capacidades y destrezas específicas, desarrollar competencias, capacidades y crecimiento personal aprovechando los pocos recursos con los que se puede disponer en una localidad como lo es Usme.

La meta principal de este proyecto es la creación de dos o más proyectos empresariales que sean innovadores apoyados en la universidad de la Salle y los estudiantes que hacemos parte de este proyecto, con la posibilidad de desarrollar el ejercicio de capacitación básica empresarial enfocado a generar un desarrollo económico sustentable en la comunidad pese al bajo nivel socioeconómico de dicha comunidad.

A continuación se presenta el documento con el proyecto realizado y los resultados del proceso formativo establecido por la universidad de la Salle y la fundación.

1. Informe Diagnostico
Macro variables
Localidad de Usme

1.1 Biofísicas del territorio

1.1.1 Características Biofísicas de la localidad de Usme

- Ubicación: Usme es la quinta localidad de Bogotá, la segunda en mayor extensión y como unidad político administrativa, se encuentra subdividida en 7 UPZ´s, 279 barrios y 14 veredas. Al oriente limita con los municipios de Chipaque y Une, La antigua carretera a Oriente separa el perímetro urbano de zona rural o Parque Ecológico Distrital de Montaña Entrenubes, al occidente limita con el rio Tunjuelo y la localidad de Ciudad Bolívar, donde se encuentran ubicadas las veredas de Pasquilla y mochuelo, al sur limita con la localidad de Sumapaz hasta la piedra de san David, al norte limita con la localidad de san Cristóbal, donde se destacan los cerros de Guacamayas y el perímetro urbano de las localidades de Rafael Uribe y Tunjuelito

Figura 1. Localidad 5 de Usme
Fuente: http://www.usme.gov.co

Usme posee una superficie global de 21.556 hectáreas de las cuales 2.064 son área urbana y 18.307 son zona rural que representa para el Distrito e 13.18% del territorio capitalino.

- Población: El censo de 2005 realizado por el DANE y las estadísticas de la Secretaría Distrital de Planeación proyectaron una población de 363.707 habitantes para el año 2010 de los cuales 179.261 serían hombres y 184.446 serían mujeres.; para el año 2015 la localidad tendrá 432.746 habitantes.

El 6,6% de la población Usmeña reporta como actividad económica principal la venta de víveres, ropa, calzado, comidas típicas, lácteos, verduras, carne, papás y flores, entre otros productos.

- Clima: La localidad tiene temperaturas que oscilan entre los 12º y 15º centígrados en la parte baja, en la zona media la temperatura puede estar en los 9º y 12º centígrados y en las partes más altas o páramo la temperatura puede alcanzar los 6º y 9º centígrados.

En la zona baja la altura es de 2.650 metros sobre el nivel del mar, en el área media 2.850 m.s.n.m, mientras que en las partes altas oscila entre 3.200 y 3.750 m.s.n.m.

- Hidrografía: La localidad es rica en microcuencas hídricas que nacen en la parte alta de la cordillera y desembocan en el río Tunjuelo, microcuencas más importantes se encuentran: Las quebradas Bolonia, El Destino, Guanda, Santa Helena,

Yomasa y Santa Librada; los ríos Curubital, Lechoso o Mugroso, Yerba Buena, Trompeta, Santa Rosa, Aguadulce, Chisacá, Hoya del Ramo y Leñoso.

En la parte rural se encuentran los siguientes cuerpos de agua: ríos Aguacilito, del Aguacil, Los Balcones, La Esmeralda, Calavera, La Mistela, Puente Piedra, Tunjuelito, Curubital, Chisacá. Las quebradas La Chiguaza, de Olarte, de Guanga, de Suate, La Aguadita, La Regadera, Piedragorda, Cacique, Los Salitres, La Regadera del Curubital, Seca, Blanca, Bocagrande, Jamaica, Curubital, Piedra Gorda, Los Alisos, La Lajita, La Mistela, Piedragrande, La Leona, Hoya Honda, Caliche Negra, del Oso, Los Tablones y Lechoso o Mugroso.

- Suelos: La erosión de los suelos se encuentra con mayor fuerza en la parte de colinas bajas y montañas urbanizadas como consecuencia de la alta inestabilidad del material parental. Al alterar la cobertura natural vegetal protectora para establecer zonas urbanas, canteras, receberas y gravilleras, el material parental queda al descubierto y por acción del viento, las corrientes de agua y las lluvias, se generan fuertes procesos erosivos que determinan zonas de medio y alto riesgo. En las zonas de medio riesgo se presentan constantes deslizamientos de tierra, carcavamientos y hundimientos. Las zonas de alto riesgo están asociadas a fallas tectónicas, cuyos efectos se ven intensificados por la alteración de la vegetación.

- Aire: La contaminación atmosférica existente en la localidad de Usme se genera a partir de las emisiones generadas en el interior de la localidad por parte de los

ejes viales de la av. Caracas, av. Boyacá, av. Usme, av. al llano en donde las principales emisiones son producidas por el flujo de los vehículos. La localidad también percibe emisiones procedentes del parque minero, relleno de Doña Juana siendo estos sumamente lesivos para la salud ya que la mayoría de estas son gases producto de la descomposición de los residuos sólidos y la evaporación de los lixiviados.

Actualmente se cuenta con 23 industrias extractivas establecidas en la localidad que contribuyen al deterioro de la calidad del aire del área de influencia. En cuanto a la emisión de gases se presentan 80 industrias potencialmente contaminantes las cuales se encuentran distribuidas al interior de la localidad.

1.1.2 Condiciones de vivienda, servicios públicos, vías y espacios públicos. Las condiciones de vivienda, servicios públicos (Luz, teléfono, saneamiento básico, hospitales, colegios, transporte) además de las condiciones de las vías y espacios públicos. Según las caracterizaciones de Salud a su Casa, la cobertura de servicios públicos es más crítica en la zona rural. En la Vereda El Destino se encuentran 610 familias sin acueducto, 737 sin alcantarillado y 613 sin recolección de basuras. Así mismo, en el Sector de La Flora, 55 familias no cuentan con acueducto, 91 no tienen alcantarillado y 33 no tienen recolección de basura. En La Fiscala 30 familias no tienen acueducto y en La Reforma, 33 familias no tienen servicio de agua. En la parte rural de la Localidad existen doce acueductos comunitarios que abastecen a gran parte de la población. Sin embargo la calidad del agua tratada, de acuerdo con el análisis realizado por el Laboratorio de Salud Pública a muestras tomadas por el Hospital de Usme, el

agua no es apta para el consumo humano. Así, el 84,6% del agua es aceptable y el 15,4% no lo es. La mayoría de las viviendas de esta Zona no poseen servicio sanitario y muy pocas tienen pozo séptico.

En lo que respecta a la vivienda, de acuerdo con los datos de la Encuesta de Calidad de Vida realizada en el 2007 para la Localidad de Usme, se estima un total de 77.292 hogares. De estos, aproximadamente 7.006 son pobres con Necesidades Básicas Insatisfechas. Cifra que corresponde a un 9,1 % de la población de la Localidad.

En cuanto a los hogares en hacinamiento crítico, hay 3.575. Es decir el 4,6%. También existen 2.358 hogares con una alta dependencia económica, o que representa un 3,1 %. Comparativamente con el Distrito Capital, en los hogares de la Localidad de Usme existen grandes falencias en cuanto a la satisfacción de necesidades básicas. Estas carencias duplican los indicadores de Bogotá.

LOCALIDADES	Hogares con alta dependencia económica		Hogares pobre por NBI(una o más NBI)		Hogares en miseria por NBI(Dos o más NBI)	
	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%
Total Bogotá	30.824	.6	98.276	.0	10.679	.5
Usme	2.358	.1	7.006	.1	810	.0

LOCALIDADES	Hogares	Hogares con vivienda inadecuada		Hogares con servicios inadecuados		Hogares con hacinamiento critico	
	TOTAL	TOTAL	%	TOTAL	%	TOTAL	%
Total Bogotá	1.978.528	13.832	0,7	4.635	0.2	52.154	2.6
Usme	77.292	1.252	1,6	342	0,4	3.575	4,6

Tabla 1. Necesidades Básicas insatisfechas NBI localidad UsmeTabla 1
Fuente: DANE – SDP, Encuesta Calidad de vida, Bogotá – 2007. SDP, Dirección de información, Cartografía y estadística

De acuerdo con la Encuesta de Calidad de Vida del año 2007, el 1,6% de los hogares de la Localidad tiene una vivienda inadecuada, el 0,4% servicios inadecuados y el 4,6% vive en hacinamiento crítico. Usme tiene un total de 75.070 viviendas, correspondientes al 4,0 %, con relación al Distrito. Los datos del censo del 2005 arrojan que el 65,7% de las viviendas de la Localidad de Usme son casas, mientras que el 25,4% son apartamentos y el 8,9% son cuartos u otro tipo de vivienda. En Usme se encuentran viviendas construidas en materiales no sólidos, especialmente en la UPZ La Flora y La UPZ Danubio Azul. A esto se suma que están ubicadas en rondas de quebradas, con riesgo de deslizamiento.

Según el Censo DANE 2005, la cobertura de los servicios públicos en la Localidad supera el 90% para la mayoría de los hogares. El 99,1% de las viviendas tiene luz, pero la mayoría (86.8%) no cuenta con teléfono. La cobertura de servicios públicos es crítica en la zona rural. De acuerdo con las caracterizaciones del Programa Salud a su Hogar del año 2007, en la Vereda El Destino habitan 610 familias sin acueducto, 737 sin alcantarillado y 613 sin recolección de basuras. Así mismo, en el sector de La Flora, 55 familias no cuentan con acueducto, 91 no tienen alcantarillado y 33 no tienen servicio de recolección de basuras. Además no tienen servicio de acueducto, 30 familias de La Fiscala y 33 de La Reforma.

- Educación: La localidad de Usme cuenta con un total de 15 instituciones públicas correspondientes a los centros de atención del hospital de Usme y 69 ips privadas, en su gran mayoría se concentran en la upz Gran Yomasa. El Hospital de

Usme presta servicios correspondientes al primer nivel, a través de centros de atención médica inmediata como los CAMI de Usme y Santa Librada. Además de unidades primarias de atención (UPA) Marichuela, Yomasa, Betania, Santa Marta, La Reforma y San Juan Bautista. También están las Unidades Básicas de Atención (UBA) Lorenzo Alcantuz, La Flora, El Destino, La Unión, Danubio, San Camilo, Arrayanes, La Fiscala y la sede de salud pública.

Kolpiing	Carrera 4 GBis Este sur No 93- 16
Hijos del sur	Calle 81 Sur No. 1 - 75
La marichuela	Diagonal 76B Sur #1C-40

Tabla 2: Bibliotecas públicas y privadas de la Localidad San Cristóbal.
Fuente: elaboración propia basada en www.usme.gov.co

La Alcaldía local Usme está Fortaleciendo los Procesos de Educación Comunitaria Ambiental – proyectos ambiéntales Ciudadanos – PROCEDA- y Fortalecimiento a los procesos de Educación Ambiental desarrollados en las instituciones educativas a través de los Proyectos Ambientales escolares – PRAE – en la Localidad, adicionalmente están adoptando el plan de desarrollo económico, social ambiental y de obras públicas para la localidad de Usme. (http://www.usme.gov.co/index.php/mi-localidad-por-temas/educacion).

No.	Colegio	Sede	Nombre de la Sede	Dirección	Barrio	Teléfono	Jornadas	Niveles
1	ALMIRANTE PADILLA cedalmirantepadil5@redp.edu.co	A	ALMIRANTE PADILLA	CLL. 76A SUR No.1D-59 ESTE	ALMIRANTE PADILLA	7672634-7672629	Mañana, Tarde, Noche, Fin de Semana	Preescolar, Secundaria, Media, Adultos
		B	VILLA NELLY	CR. 1C ESTE No.76A-21SUR	VILLA NELLY	9119534	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria
		C	ALMIRANTE PADILLA PRIMARIA	CLL. 77 SUR No.1A-76 ESTE	ALMIRANTE PADILLA	7672628	Mañana, Tarde	Primaria
2	BARRANQUILLITA cedbarranquillita5@redp.edu.co	A	BARRANQUILLITA	DG. 71F SUR No.1A-41 ESTE	BARRANQUILLITA	7671611 / 7671605	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria
3	BRASILIA - USME cedbrasiliausme5@redp.edu.co	A	BRASILIA - USME	CLL. 73D SUR No.1 BIS B ESTE	BRASILIA	7672233 / 7622130	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
		B	FATIMA	CR. 1 BIS A ESTE 73A-22 SUR	BRASILIA		Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria
4	BRAZUELOS cedbrazuelos5@redp.edu.co	A	BRAZUELOS	CLL. 104 SUR No.47-20 ESTE	DESARROLLO BRAZUELOS	7671623	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria
5	CHUNIZA cedchuniza5@redp.edu.co	A	CHUNIZA	CR. 1G ESTE No.84A-42 SUR	CHUNIZA	7673402 / 7673325	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
6	C.E.D. COMFENALCO SAN CAYETANO colegiosancayetano@hotmail.com	A	C.E.D. COMFENALCO SAN CAYETANO	CLL. 74A SUR No.17-49 ESTE	TIVAQUE	3645215 / 3645128	Completa	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
7	DON BOSCO II cedbosco2@etb.net.co	A	DON BOSCO II	CLL. 96A SUR No.1-01	YOMASA NORTE	7642614 / 7642617 / 7642618	Completa	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
8	DON BOSCO IV cedbosco4@etb.net.co	A	DON BOSCO IV	AC. 91 SUR No.4-22 ESTE	CHARALA	7626015 / 7625959 / 7620827	Completa	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
9	EDUARDO MORA OSEJO cednmonteblanco@redp.edu.co	A	EDUARDO MORA OSEJO	CLL. 95 SUR No.3-00 ESTE	MONTEBLANCO	7688132 / 7671628	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media, Aceleración
10	EDUARDO UMAÑA MENDOZA iedumendoza@redp.edu.co	A	EDUARDO UMAÑA MENDOZA	CLL. 111A SUR CR. 4B	VILLA ALEMANIA	7602912	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
11	EL CORTIJO - VIANEY escdielcortijo5@redp.edu.co	A	EL CORTIJO	CR. 2A No.74B BIS-00 SUR	EL CORTIJO	7640384	Mañana, Tarde	Primaria, Secundaria, Media
		B	VIANEY	CR.1D BIS ESTE No.73-75 SUR	VIANEY	7671641 / 7671640	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria
12	EL DESTINO cedeldestino5@redp.edu.co	A	RURAL EL DESTINO	KM. 8 VÍA SAN JUAN DE SUMAPAZ	ZONA RURAL	6392108	Mañana	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
13	EL UVAL cedeluval5@redp.edu.co	A	RURAL EL UVAL	KM. 8 AUTOP. AL LLANO	ZONA RURAL	7614733	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria

No.	Colegio	Sede	Nombre de la Sede	Dirección	Barrio	Teléfono	Jornadas	Niveles
24	LA SALLE JUAN LUIS LONDOÑO j3lasalle@yahoo.com	A	JUAN LUIS LONDOÑO	CR. 1C ESTE No.66A-20 SUR	A. S. D. (PORVENIR)	7730500 / 7629773	Completa	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
25	LAS VIOLETAS cedlasvioletas5@redp.edu.co	A	LAS VIOLETAS	CLL. 90 SUR No.22A-32 ESTE	TIVAQUE	2066433	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria
26	LOS COMUNEROS OSWALDO GUAYAZAMIN cedloscomuneros5@redp.edu.co	A	LOS COMUNEROS	CR. 4G ESTE No.94A-23 SUR	COMUNEROS	7613555 / 5678061	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Aceleración
		B	EL VIRREY ULTIMA ETAPA	CLL. 95C SUR No.4A-10 ESTE	SERRANIAS	7673673	Mañana, Tarde	Secundaria, Media
27	LOS SOCHES cedlossoches5@redp.edu.co	A	LOS SOCHES	KM. 1 VÍA VILLAVICENCIO	VEREDA LOS SOCHES	3134710948	Mañana	Preescolar, Primaria
28	LOS TEJARES cedlostejares5@redp.edu.co	A	LOS TEJARES	CR. 4 ESTE No.75C-81 SUR	TEJARES	7628944	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
		B	EL CURUBO	CLL.79 SUR No.5F-50 ESTE	CURUBO	9119371	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria
29	MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA cedmigueldecervan5@redp.edu.co	A	MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA	DG. 90 SUR No.44-20 ESTE	MARICHUELA	2001004	Mañana, Tarde, Noche	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media, Adultos
		B	MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA	CLL. 76B SUR No.1A-28 ESTE	ALMIRANTE PADILLA	7613133	Mañana, Tarde	Primaria
30	MIRAVALLE efrainrincon@alianzaeducativa.edu.co	A	MIRAVALLE	DG. 76 SUR No.3B-30	SAN JUAN BAUTISTA (MIRAVALLE)	7647410	Completa	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
31	MONTEBLANCO cedmonteblanco5@redp.edu.co	A	MONTEBLANCO	CLL. 95 SUR No.49-99 ESTE	MONTEBLANCO	7671619	Mañana, Tarde	Primaria, Secundaria, Media, Aceleración
		B	EL UVAL	CR. 3ESTE No.101-01 SUR	UVAL	7735420	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media
		C	SERRANIAS	DG. 97A SUR No.1A-20 ESTE	SERRANIAS	7640624	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria
32	NUEVA ESPERANZA cednvaesperanza5@redp.edu.co	A	NUEVA ESPERANZA	CR. 15 ESTE No.76-72 SUR	DOÑA LILIANA	3676032 / 2066873	Mañana, Tarde	Preescolar, Primaria, Secundaria, Media

Tabla 3. ***Colegios principales de la Localidad en San Cristóbal***

Fuente: http://matriculabd1.redp.edu.co/sistemat02/sed/directorio/usme.pdf

Jardín	Sede	Nombre de la Sede	Dirección	Barrio	Teléfono	Jornadas	Niveles
CHUNIZA	A	CHUNIZA	AV. CLL. 91 SUR No. 3C-34 ESTE	CHARALA	7731349	Completa	Preescolar
MONTEBLANCO	A	MONTEBLANCO	CLL. 92 A SUR 1C-24 ESTE	EL VIRREY	7673687 - 7612084	Completa	Preescolar
NEBRASKA	A	NEBRASKA	CR. 1C ESTE No.66A-70 SUR	LA FISCALA		Completa	Preescolar

Tabla 4. Jardines principales de la Localidad en Usme

Fuente: http://matriculabd1.redp.edu.co/sistemat02/sed/directorio/usme.pdf

- Movilidad: El principal acceso a la localidad es por la Avenida Caracas con el servicio del sistema Transmilenio (Línea H), que llega al Portal de Usme incluyendo sus rutas alimentadoras. Por la misma vía llegan los buses urbanos provenientes del norte y centro de la ciudad. En esa vía se consigue transporte urbano al antiguo casco urbano de Usme.

También, la Avenida Boyacá es de primordial acceso a la localidad de Usme, la cual saliendo de la localidad, se convierte en la Autopista al Llano que comunica a Bogotá y Cundinamarca con el departamento del Meta y su capital Villavicencio y el resto de los Llanos orientales. Además del transporte intermunicipal a esa zona del país, circulan vehículos particulares y buses urbanos.

En el Marco del Sistema Integrado de Transporte Público, la localidad de Usme está cubierta casi en su totalidad con la Zona 12 Usme, operada por Tranzit S.A.S; pero la parte del barrio Tihuaque pertenece a la zona 13 San Cristóbal operada por Consorcio Express, de donde parten servicios urbanos que circulan por la Avenida de Los Cerros (También llamada Antigua Vía Al Llano, Avenida Circunvalar o Avenida Villavicencio) y un servicio alimentador hacia el Portal 20 de Julio de la troncal Carrera Décima.

PRINCIPALES VÍAS
Avenida Caracas
Avenida Boyacá, la cual se convierte en la autopista al llano al salir de la localidad
Avenida Villavicencio
Calle 48 sur

Tabla 5. Principales vías localidad de Usme.

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Usme.

Por otra parte, y en cuanto a los principales medios de transporte masivo, la localidad de Usme cuenta con los siguientes:

- **SITP:** Con Rutas a los diferentes barrios de la localidad con paradas estratégicas en principales vías.
- **TRASMILENIO:** Rutas desde el Portal Usme a los diferentes Portales (Norte, Suba y el Dorado).
- **BUSES URBANOS:** Trasporte masivo, puesto que llega a los barrios más escondidos y a los cuales no llega trasporte SITP, Transmilenio y Taxi. Por ser una zona de Riesgo para estos medios de trasporte.

1.2 Socioeconómicas

1.2.1 Los diferentes sectores productivos. La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos.

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son los siguientes:

- Sector primario o sector agropecuario.
- Sector secundario o sector Industrial.
- Sector terciario o sector de servicios. (http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo53.htm).

En la localidad de Usme, se manejan los sectores primarios y secundarios de la economía, gracias a su sector rural, la actividad económica principal es la producción agropecuaria y en forma secundaria la explotación de canteras. De las 21.432 hectáreas que conforman el área territorial rural de la localidad, 5.572 hectáreas (26%) están destinadas a la explotación ganadera, 1.286 hectáreas (6%) a la actividad agrí-cola, 3.215 hectáreas corresponden a bosques y las restantes 11.253 a páramo. Predominan los cultivos de papa con el 74,6% del área cultivada, seguido por arveja con 19,4% y haba 3,7%. Otros cultivos de menor importancia son: cebolla, maíz, hortalizas, curuba, mora y otras frutas. La producción de estos cultivos se comercializa en la plaza de mercado local y en Corabastos.

La actividad pecuaria corresponde, en orden de importancia, a la cría de ganado bovino (vacas) productor de carne y leche, aves, caprinos y ovinos (ovejas), equinos, porcinos y peces. Las explotaciones del ganado bovino son de tipo tradicional, salvo contadas excepciones y las razas de ganado criadas son la criolla, la normanda y la holstein. Su mercado se realiza en la feria de Usme-Centro y en la de la vereda Los

Arrayanes, la primera tiene lugar el último sábado de cada mes, mientras que la de Los Arrayanes se realiza el segundo sábado de cada mes.(http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/documentos/ RECORRIENDO%20USME.pdf).

De la población económicamente activa que habita en la zona rural, el 85.2 % labora en el sector agropecuario, ya sea como propietarios, jornaleros, arrendatarios o mediante el sistema de compañías, el 10.7% se emplea en los sectores industriales o de servicios en el área urbana y el 4.1% son tenderos o transportadores.

1.2.2 Los principales procesos de emprendimiento económico. La localidad de Usme se caracteriza por la presencia de tiendas y almacenes pequeños de garaje, mercados móviles y ventas ambulantes, se destacan las actividades económicas en los garajes de las viviendas como tiendas, almacenes de ropa y expendios de comida.

Otras actividades que generan ingresos para los habitantes de la localidad son las pertenecientes al sector de la industria y el ambiente estas se refieren a la manipulación de sustancias químicas entre las cuales se encuentran fabricas que utilizan materia prima como el cuero, el plástico y el metal, industrias extractivas estaciones de servicio, lavanderías y salas de belleza.

Por intermedio de la secretaria distrital de desarrollo económico se implementa el plan distrital de asistencia directa rural que tiene por objetivo convocar a los líderes de estas localidades con el fin de involucrarlos y de manera complementaria crear un instrumento

económico para la comercialización de los productos, puede ser una cooperativa, o una Sociedad Anónima por acciones Simplificada – SAS, que estimule su fortalecimiento productivo empresarial para comercializar los productos encaminados a dotar de servicios ecosistémicos a la ciudad y a la región así como su contribución a la cadena de la seguridad y soberanía alimentaria. Ello permitirá la disminución en los costos de producción, transporte y comercialización, este plan busca fortalecer el desarrollo económico en la localidad e incentivar el emprendimiento en la zona.

La universidad de la Salle juega un papel fundamental en el proceso de emprendimiento de la lo calidad junto al banco de alimentos de Bogotá y el cedef, y con ayuda de los estudiantes de administración de empresas y contaduría pública trabajando en la consecución de resultados que dejen como mínimo las bases de conocimiento para el inicio de un nuevo proyecto empresarial.

1.2.3 la vinculación de cada sector a las dinámicas del mercado. “De acuerdo a datos suministrados por el DANE para el 2007 en la localidad de Usme se destacan la actividad económica en las viviendas como tiendas, almacenes de ropa, expendios de comida y bodegas, representando el 6.7 % del total de hogares de la localidad. En muchas ocasiones esto ha generado problemas sanitarios y de hacinamiento en los hogares. En cuanto a los establecimientos que representan actividad económica se distribuyen porcentualmente de la siguiente manera: el 50% se dedican al comercio, el 27.1 % a servicios, el 9.5% a la industria y el 13.3% a otro tipo de actividades. La mayoría de los establecimientos se caracterizan por tener entre 1 y 10 empleados. El

99,2% de los establecimientos generaron en promedio entre 1 a 10 empleos el mes anterior al censo DANE del 2005". (Secretaria de Salud. Alcaldía Mayor de Bogotá. Diagnostico local con participación social Usme). (Salud, 2005).

En cuanto al mercado laboral, la información sobre el desempleo juega un papel muy importante; esta localidad se caracteriza porque gran parte de la población trabaja en otras localidades, principalmente en oficios generales y técnicos, motivo por el cual la localidad se convierte para ellos en el sitio de descanso, generando conflictos sociales internos en sus hogares. En la gráfica 1 se pueden apreciar los indicadores de fuerza laboral, con relación a ellos y los reportes hallados en la Encuesta de Calidad de Vida del año 2.007, la población en edad de trabajar (PET) en Usme corresponde aproximadamente a 247.247 habitantes, la población económicamente activa (PEA) está cercana a los 128.885 habitantes, por lo cual se deduce que la tasa global de participación (TGP) es de 52.13. En el mismo sentido, las personas ocupadas de Usme se aproximan a los 117.215 habitantes, con una tasa de ocupación (TO) de 47.41; los desocupados corresponden a 11.670 habitantes, lo que consolida una tasa de desempleo del 9.1, siendo inferior a los resultados reportados para el año 2.003.

1.2.4 Las alianzas que se establecen al interior de cada uno de los sectores con las instituciones públicas y las organizaciones privadas. La secretaria Distrital de gobierno es un ente que está muy activo en la programación de actividades para Localidad, La Alcaldía local, el Instituto para la Economía Social (IPES), la Secretaría de Desarrollo Económico y el Consejo Local de Productividad de Usme, la Policía Nacional y el

Instituto para la Participación Ciudadana (IDPAC); son algunas de las Instituciones públicas que apoyan los diferentes sectores para su desarrollo.

1.2.4.1 Cuantificación y cualificación del talento humano: Usme equivale al 8.2% del total de desplazados del país, siendo esta la cuarta localidad que alberga más población desplazada en la ciudad. En esta inmigración interna, se marca una tendencia al no retorno, dando lugar a nuevos grupos de pobres, integrados en su mayoría por campesinos, trabajadores y grupos étnicos, que se asientan en la ciudad de manera definitiva, y que no encuentran en los espacios urbanos, opciones de vida y trabajo que les permitan mantener o superar las condiciones de vida que tenían en sus lugares de origen, siendo las mujeres y los niños los más afectados por el fenómeno.

Debido a las competencias desarrolladas y a sus niveles de escolaridad desempeñan labores domésticas, asociadas a la construcción o a un ambiente rural contribuyendo a la informalidad, a la realización de trabajos con baja remuneración caracterizados por los acuerdos verbales.

Para la localidad de Usme, se han logrado identificar algunos determinantes importantes, que promueven el trabajo informal, entre los cuales se destacan los culturales y los económicos. Según el diagnóstico de condiciones de vida, salud y trabajo de las Unidades de Trabajo Informal (UTIS) adelantado por el Hospital de Usme en el 2.008, se evidencia que la mayoría los trabajadores informales desarrollan estas actividades de generación en generación; teniendo en cuenta sus pautas latentes y externas de comportamiento, que se han sido aprendidas de sus padres y familiares

más cercanos que salen a trabajar desde edades muy tempranas, dejando la formación académica, ya que ven en el trabajo la posibilidad de conseguir dinero. Otro determinante importante es el sistema de seguridad social, donde se destaca que la gran mayoría están afiliados al régimen subsidiado, ente los niveles 1 y 2 del sisben y debido a la informalidad no cuentan con seguridad en riesgos profesionales.

1.2.4.2 Descripción de las tecnologías blandas y duras. En cuanto a la tecnología encontramos que en su gran mayoría prevalece la tecnología blanda, ya que en la gran mayoría de negocios (pequeñas tiendas y/o mini supermercados) sus cuentas las realizan en un cuaderno o máximo en una calculadora sin llevar ningún registro contable que les permita organizar sus cuentas a futuro negando así una misión que permita un desarrollo con previsión y organización y en su negocio.

Por otro lado el distrito busca por medio de diferentes programas cerrar la brecha digital tan grande que hay en estos momentos, es el caso de la implementación de las tic tecnologías de la información y la comunicación por medio de la cual busca desarrollar la maquina más poderosa del ser humano: el cerebro, el distrito ha implementado en los diferentes colegios públicos de la localidad un software educativo llamado “LoCreo” que permite desarrollar en los estudiantes las funciones cerebrales del saber, crear, y hacer a través del juego .

1.3 Político-institucionales

1.3.1 Instituciones del Estado presentes. En la Localidad de Usme, dada su extensión, son múltiples las Instituciones públicas presentes, entre ellas se encuentran:

- Colegios

Colegio Distrital	Dirección
ALMIRANTE PADILLA	Calle 76ª Sur No 1D-59
BARRANQUILLITA	DG. 71F Sur No 1ª Este
FABIO LOZANO SIMONELLI	CR. 4 ESTE No.65-31 SUR
GRAN YOMASA	CLL 81 C SUR NO.2BIS-00 ESTE
TENERIFE - GRANADA SUR	CR. 2 No.91-14 SUR
USMINIA	TR. 1 ESTE No.103A-19 SUR
FRANCISCO ANTONIO ZEA DE	TRANSV 2A 5-39 SUR USME
CIUDAD DE VILLAVICENCIO	CR. 7F ESTE No.114A-60 SUR
SANTA LIBRADA	CLL. 75A SUR No.1B-45 ESTE
SANTA MARTHA	CLL. 69 SUR No.1B-37 ESTE
OFELIA URIBE DE ACOSTA	TR. 6 BIS ESTE No.83-00 SUR
RURAL LOS ARRAYANES	KM. 14 VÍA SAN JUAN SUMAPAZ

Tabla 6. Colegios de Usme

Fuente: Cálculos Subdirección de Análisis Sectorial-SED, con base en Proyecciones DAPD hasta el año 2005.

- Hospitales: La Empresa Social del Estado Hospital de Usme es una entidad de I Nivel de atención en salud, cuenta con 14 IPS, divididas en 2 Centros de Atención Médica Inmediata (CAMI), 6 Unidades Primarias de Atención (UPA) y 6 Unidades Básicas de Atención (UBA), en cada una de estas IPS funcionan equipos de Salud a su Casa, ya que ellos son quienes ayudan con la demanda inducida a los servicios de salud. Todas las IPS se encuentran habilitadas.

En cuanto a la oferta Institucional y de servicios; las IPS se encuentran bajo la dirección de los coordinadores de Unidades Funcionales, adicionalmente cada una de las IPS cuenta con un jefe de centro y prestan los siguientes servicios:

- Consulta de Crecimiento y desarrollo en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada.
- Consulta para crónicos en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada 264.
- Se cuenta con 4 salas ERA institucionales ubicadas en CAMI Usme, CAMI Santa Librada, UPA Marichuela y UBA La Flora.
- Consulta Adolescente en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada.
- Control Prenatal en todas las IPS.
- Atención del Parto solamente se presta en CAMI Usme y CAMI Santa Librada.
- Regulación de la Fecundidad en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada.
- Consulta para VIH, ITS/SIDA en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada.
- Prevención y Detección de Cáncer de Cuello en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada.
- Prevención y Detección de Cáncer de Seno en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada.
- Nutrición el servicio se presta en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada, Fiscala, Destino, Arrayanes. En las demás IPS la nutricionista realiza consulta 2 veces al mes, los pacientes de Fiscala se remiten al Danubio, Destino a CAMI Usme y Arrayanes a La Flora para ser atendidos.
- Rehabilitación solamente se presta en la UPA Betania de Lunes a viernes, todos los pacientes deben ser remitidos allí.

- Terapia Respiratoria solamente se presta en las Salas ERA Institucionales pero servicio como tal no se tiene en la institución, ya que es una especialidad que corresponde a II nivel de atención.
- Terapia Física solamente en la UPA Betania con rehabilitación.
- Optometría solamente se presta en 6 IPS CAMI Usme, Betania, Marichuela, Yomasa, Santa Marta y San Juan, los pacientes de las demás IPS deben ser remitidos a las IPS que prestan el servicio.-
- Odontología se presta en todas las IPS excepto CAMI Santa Librada y Fiscala.
- Laboratorio Clínico se presta en 3 IPS CAMI Usme, CAMI Santa Librada y Marichuela; los CAMI prestan el servicio las 24 horas, Marichuela de 6am a 4pm. Cabe resaltar que en todas las IPS se toman muestras pero son llevadas a la UPA La Marichuela para ser analizadas.
- Apoyo Diagnostico: este servicio solo presta en CAMI Usme y CAMI Santa Librada; en Marichuela solamente se toman Ecografías Obstétricas en el horario de 6am a 1am.
- Farmacia: este servicio se presta en 6 IPS CAMI Santa Librada, CAMI Usme, UPA La Flora, UPA Marichuela, UBA Danubio y UBA El Destino.
- Ginecobstetricia en CAMI Santa Librada como consulta externa y control de primera vez para gestantes solamente, el resto de la población debe ser remitida a II Nivel
- Psicología se presta en 7 IPS Marichuela, Betania, Yomasa, Santa Marta, Reforma, Flora, Fiscala, San Juan Bautista y Arrayanes, los pacientes de las otras IPS deben ser remitidas a las IPS que prestan el servicio.

- Psiquiatría no se presta en la ESE, se remite a II Nivel de atención.
- Hospitalización General se presta solamente en CAMI Santa Librada y CAMI Usme.
- Urgencias se presta solamente en CAMI Santa Librada y CAMI Usme

- Unidad de bomberos Usme Estación la Marichuela: Esta ubicada en la Carrera 14B # 76ª – 25 Sur su comandante es Arnulfo Triana León, Subcomandante Omaira Piñeros Mendoza Jefe de estación Tte. Adán Cristancho Diaz, pertenece a la Unidad Administrativa Especial Del Cuerpo Oficial De Bomberos De Bogotá, que es una entidad técnica especializada, con 120 años de historia, enfocada en garantizar la seguridad y protección de la vida y el patrimonio de los habitantes del Distrito Capital. Su responsabilidad es dirigir, coordinar y atender, en forma oportuna, las distintas emergencias relacionadas con incendios, explosiones y calamidades conexas. (Unidad Administrativa Especial Cuerpo Oficial Bomberos Bogotá , 2015.http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/67/80/)

- Cárcel Distrital: está ubicada en la Carrera 8 # 1 C - 50 al sur en la Localidad SAN CRISTOBAL, su directora es Sonia Peñón Niño. La Cárcel Distrital contribuye a mejorar la seguridad y convivencia en Bogotá con el cumplimiento de las decisiones judiciales privativas de la libertad en delitos de menor cuantía como: Hurto calificado, lesiones personales, inasistencia alimentaria, estafa, daño en bien ajeno en menor cuantía, violencia intrafamiliar, entre otros. Así mismo, presta asistencia en trabajo social y familiar a los internos de la cárcel.

1.3.2 Marco legal: la localidad tiene como mecanismos jurídicos una serie de acuerdos, resoluciones y decretos que le permiten amparar a los más vulnerables en diversos aspectos, y a su vez, de la mano de la comunidad, crear comités y grupos de forma organizada que velaran porque la localidad continúe creciendo en procesos de concertación. Algunos de ellos se exponen a continuación:

- DECRETO LOCAL No 008 Según Decreto de nombramiento de encargo No. 429 del 08 de Octubre de 2014 y acta de posesión N° 343 de. 14 de octubre de 2014 En uso de sus facultades constitucionales y legales, especialmente las que confiere el Decreto Ley 1421 del 21, Que la Junta Administradora Local de Usme aprobó en sesión del día lunes 24 de septiembre de 2014.
    - ARTCULO PRIMERO. OBJETO: Mediante el presente Acuerdo se crea y reglamenta el Consejo Local de Paz de la localidad de Usme los procedimientos de elección de sus representantes, periodo y el mecanismo para resolver las controversias que se presenten sobre la elección de sus miembros.
    - ARTÍCULO SEGUNDO: Créase el Consejo Local de Paz de Usme órgano asesor y consultivo de la Administración Local, que se regirá por la política y los principios rectores contenidos en la Ley 434 de 1998. Usme Humana: EJE UNO / Una Ciudad que supera la segregación y la discriminación El ser humano en el centro de las preocupaciones del desarrollo cuenta con once artículos los cuales tratan temas como: Garantía del Desarrollo Integral de la Primera Infancia; territorios saludables y red de salud para la vida desde la diversidad, programa construcción de saberes Educación

incluyente, diversa y de calidad para disfrutar y aprender; programa lucha contra distintos tipos de discriminación y violencias por condición, situación, identidad, diferencia, diversidad o etapa del ciclo vital; programa ejercicio de las libertades culturales y deportivas; y programas ruralidad humana y vivienda y hábitat humanos:

- Leyes Urbanismo ley 388 de 1997 decreto 810 del 2003.
- Código de Policía Decreto 1355 DE 1970

1.3.3 Capacidad de gestión para la solución de los problemas: para la solución de problemas que afectan a esta localidad, Usme cuenta con el despacho de la alcaldía donde sus ciudadanos pueden recibir diferentes formas de apoyo, en su plan de desarrollo 2013- 2016 se plantea el programa, USME HUMANA, donde se dan parámetros y soluciones a las diferentes necesidades de la comunidad, la alcaldía de Usme cuenta con un programa de atención en su página web de la alcaldía, a través del siguiente link: http://www.gobiernobogota.gov.co/defensor-del-ciudadano/puntos-de-servicio-de-atencion-a-la-ciudadania.

El proceso Servicio Atención a la Ciudadanía es el encargado de recepcionar los requerimientos, las diferentes solicitudes de información, trámites y servicios de la ciudadanía, niños, niñas, adolescentes y extranjeros/as que residen en Bogotá, D.C, la expedición de Certificados de Residencia y la encargada de recepcionar los documentos Extraviados. El servicio que se proporciona en los puntos de Atención a la Ciudadanía

de la Secretaría Distrital de Gobierno permite tener un acercamiento entre la Entidad y la Ciudadanía.

Siendo este proceso un importante instrumento para facilitar dicho acercamiento entra la entidad y las personas, está liderado por el Despacho de la Secretaría Distrital de Gobierno desde donde se trazan los lineamientos de riguroso cumplimiento por parte de toda la Entidad y se designan de manera clara a los/as servidores/as públicos/as encargados/as de la operación del Proceso de Servicio de Atención a la Ciudadanía, tanto en nivel central como local.

La Secretaría Distrital de Gobierno tiene disponibles los siguientes canales para la recepción de las peticiones presentadas por cualquier ciudadano/a:

a. Presencial y Telefónico: Todo requerimiento se puede presentar en todos los puntos de Servicio de atención a la Ciudadanía dispuestos por el proceso. Alcaldía Local de Usme Responsable Disney Poveda Bustos Plaza Principal Centro de Usme Calle 137 B N 3-24 Sur 7693100 Ext. 123.

b. Vía internet, por medio del link: http://www.usme.gov.co/index.php/desarrollo-local/2013-09-23-23-42-26 http://www.gobiernobogota.gov.co/defensor-del-ciudadano/puntos-de-servicio-de-atencion-a-la-ciudadania.

1.3.4 Entidades que apoyan y recursos obtenidos: El Comité Cívico Barrio Buenos Aires brinda a la comunidad mercados a costos más bajos y para esto cuenta con el apoyo de:

- El Banco de Alimentos: es una entidad sin ánimo de lucro la cual brinda la posibilidad de acceder a alimentos básicos para la canasta familiar a muy bajos costos , además capacita en diferentes procesos de auto sostenibilidad y no mendicidad , por medio del banco de Alimentos estas fundaciones , comités reciben apoyo de Universidades Privadas y públicas el banco de Alimento en su programa convenios Universitarios , cuenta con 26 Universidades 54 programas académicos 34 Docentes y 1400 estudiantes practicantes.:

- Hospital de Usme Basura cero

1.4 Simbólico culturales

1.4.1 Beneficiarios e impactos en el territorio. Las personas beneficiadas con la Fundación, son un total de 70 familias de la Localidad de Usme los cuales reciben un mercado quincenal a valores muy económicos a diferencia del valor del mercado real reduciendo notablemente el costo de su canasta familiar, para estas familias es muy importante el puente que hace el comité cívico con estas familias , los alimentos proporcionados son un gran aporte para esta comunidad ya que se vuelve en su única forma de obtención de alimentos de primera necesidad y de buena calidad dando así también un apoyo fundamental a los niños y personas de la tercera edad que participan activamente con este comité , existen Talleres de manualidades que son ofrecidos a la comunidad en un total de 17 personas siendo un 90 % personas de la tercera edad.

2. Análisis FODA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
Falta de público para las capacitaciones.	No hay un programa de capacitación dentro de la fundación.	Total de apoyo de la fundación para el desarrollo de las capacitaciones	Deserción en las capacitaciones
Recursos limitados	Apoyo de diferentes organizaciones (universidad de la Salle, banco de alimentos)	Interés y compromiso de aprender parte de los capacitadores y capacitados	No hay continuidad, ni compromiso para las cesiones
Falta de tiempo he interés para recibir las capacitaciones	Acompañamiento y seguimiento por parte de la universidad y el banco de alimentos	Disposición por parte de la comunidad para recibir la capacitación realizada por la universidad de la Salle	Carencia de recursos económicos
Bajo Nivel educativo		Conocimiento y experiencia por parte de los capacitadores	Inseguridad en el barrio
Horarios dispuestos para las capacitaciones		Instalaciones aptas y cómodas para el desarrollo de las capacitaciones	Alto nivel de desempleo

Tabla 7. Análisis FODA
Fuente: Elaboración propia.

FACTORES INTERNOS / FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1	D1
	F2	D2
	F3	D3
	F4	D4
	F5	D5
OPORTUNIDADES	**ESTRATEGICAS FO**	**ESTRATEGICAS DO**
O1	- Aprovechar al máximo los materiales tanto físicos como humanos y el apoyo de las diferentes organizaciones para el desarrollo y ejecución del programa de capacitación para la fundación.	- Crear un programa eficaz, fácil de entender y llamativo que permita atraer a la comunidad y desarrollar destrezas que beneficien a los asistentes a sus familias y a la fundación.
O2		
O3		
O4		
O5		
MENAZAS	**ESTRATEGICAS FA**	**ESTRATEGICAS DA**
A1	- desarrollar un ambiente propicio que permita el aprovechamiento del conocimiento por parte de la comunidad en la generación de ideas de negocio.	- Usar de manera eficiente y eficaz los tiempos, el recurso material y humano para la continuidad del programa y disminuir la deserción de los asistentes a las capacitaciones.
A2		
A3		
A4		
A5		

Tabla 8. Resultado Análisis FODA
Fuente: Elaboración propia.

	UNIVERSIDAD DE LA SALLE **PROYECCION SOCIAL – COMITÉ CIVICO COMUNITARIO BARRIO BUENOS AIRES**

Identificación del Espacio Académico	
CAPACITACION EN EMPRENDIMIENTO Y CREACION DE EMPRESA PARA EL COMITÉ CIVICO COMUNITARIO BARRIO BUENOS AIRES	
Del 18 de Abril al 5 de septiembre de 2015	**Horas: 4 H**
Horario: SABADOS 1 PM A 5 PM	
Capacitadores: Fredy Hernán Bautista Morales y Jheison Alexander Guerrero Muñoz	

Pertinencia social y formativa
Emprendimiento es la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto. Este espacio tiene pertinente social, científica e investigativa porque contribuye a la formación integral de la comunidad perteneciente al comité cívico con proyección y responsabilidad social, tiene un campo de acción importante en la gestión de fuentes de empleo y/o ingresos adicionales, suficientes para contribuir a sufragar las necesidades básicas del hogar y de la fundación.

Intencionalidad de la capacitación.
Capacitar a la comunidad de la fundación comité cívico comunitario barrio buenos aires, mediante el direccionamiento de conocimientos, experiencias obtenidas en sus programa, en donde se permita generar fuentes de empleo y/o ingresos adicionales, suficientes para cubrir las necesidades básicas del hogar y de la fundación, con el fin de promover la creación de microempresas.

Temas y Subtemas básicos a Desarrollar.
1. Emprendimiento y liderazgo • Conceptos Generales • Casos de emprendimiento • Como iniciar un proyecto Empresarial 2. Creación de Empresa, creatividad e innovación • Generalidades • Constitución de Empresa • Tipos de empresa • Obligaciones de los Empresarios • Obligaciones legales. • Ideas de negocio • Plan de negocios 3. Conceptos Básicos de Contabilidad • Definición de Contabilidad. • Porque es importante la contabilidad. • Plan único de Cuentas 4. La administración • Definición • Proceso administrativo • Planeación estratégica y toma de decisiones 5. Mercadeo y publicidad • Fundamentos de mercadeo • Segmentación de mercado • Marketing y publicidad 6. Que son estados Financieros • Balance General • Estados de Resultado 7. Presentación del proyecto y el plan de negocios

<table>
<tr><th colspan="2">Programación</th></tr>
<tr><th>Para horas presenciales</th><th>Para trabajo independiente</th></tr>
<tr><td>Las capacitaciones tendrán una intensidad horaria de 4 horas semanales
Durante este espacio tendremos varias alternativas de trabajo:
• Talleres
• Exposiciones
• Mesas redondas
• Discusiones</td><td>• Lecturas guiadas
• Análisis de casos
• investigación</td></tr>
<tr><th colspan="2">Estrategias de evaluación para valorar el impacto de la capacitación.</th></tr>
<tr><td colspan="2">✓ Implementar el trabajo en equipo, realizando la aplicación de los conocimientos adquiridos en la construcción de un proyecto de empresa.
✓ Aplicación de encuestas.
✓ Se harán presentaciones de los temas estableciendo cuestionamientos de los temas tratados a las participantes, permitiendo la asimilación del tema.</td></tr>
<tr><th colspan="2">Bibliografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">Libros Básicos:
• ANZOLA R; Sérvulo. (2002). De la idea a tu empresa. Una guía para emprendedores.2a ed; Limusa noriega editores.

• GALINDO R; Carlos Julio. (2008). Manual para la creación de empresas. Guía de planes de negocios.3er ed; ECOE EDICIONES.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Libros

✓ ADMINISTRACION Y PLANEACION ESTRATEGICA
✓ Administración para emprendedores / Antonio Cesar Amaru Maximiano; Traducción Jacqueline Leticia Chávez Servín
✓ EMPRENDIENDO UN PROYECTO DE EMPRESA (Fernando Bruna Quintas)</td></tr>
</table>

✓ ADMINISTRACION DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS (José Barragán y José Payan)	
Cablegrafía	
Páginas Web: ✓ Www.dinero,com ✓ www.gerencie.com	
Datos del Capacitador	
Nombre: Fredy Hernán Bautista Morales y Jheison Alexander Guerrero **Pregrado**: Administrador de Empresas. Contador público.	
Correo electrónico	**fhbautist@hotmail.com** **gjheison90@unisalle.edu.com**

Tabla 9. SYLLABUS
Fuente: Elaboración propia.

3. Cronograma de actividades

FECHA	TEMA	ACTIVIDAD	OBJETIVOS DE LA ACTIVIDAD
Abril-18	Emprendimiento y liderazgo	1. Presentación del programa de capacitación. 2. Actividad de integración, conocimiento y expectativas del curso por parte de la comunidad.3. Video motivacional	Conocer el programa de capacitación que se llevara a cabo así como a la comunidad que hará parte de este proyecto
Abril-25	Casos de emprendimiento	1.Definicion de emprendimiento y discusión sobre el tema 2. lectura y taller sobre emprendimiento “uga la tortuga” 3. retroalimentación en mesa redonda sobre el taller hecho en clase. 4. presentación casos de emprendimiento en Colombia. 5. Introducción a la contabilidad 6.Historia básica en contabilidad	Establecer con la comunidad el concepto de emprendimiento e identificar los rasgos característicos de un emprendedor.
Mayo-09	Creación de empresa	1.Presentación de video ”no te rindas puedes lograrlo” 2.retroalimentacion del video 3.exposicion empresa y tipos de empresa 4.Tener conocimientos básicos en los temas contables	Identificar el significado de lo que es una empresa y los tipos de empresa que existen
Mayo-16	Legalización de la empresa	1. conceptos básicos sobre la legalización de la empresa.	Conocer los requisitos necesarios para la legalización

		2. exposición legalización de empresa (requisitos cámara de comercio y otras entidades) 3. Taller grupal (diligenciamiento formularios)	de una empresa y la puesta en marcha de la misma
Mayo-23	Creatividad e innovación	1.presentacion video “la creatividad” 2. exposición sobre la creatividad 3. actividad “aplicación de la creatividad” 4. video motivacional, secretos de una mente millonaria.	Identificar la importancia que tiene la creatividad para el emprendedor
Mayo-30	Ideas de negocio y plan de negocio	1.taller lluvia de ideas para la creación de empresa 2. conformación de grupos de empresa. 3. exposición plan de negocios. 4. actividades económicas de los grupos empresariales. 5. importancia de las conciliaciones Bancarias en un negocio. 6. Objetivos básicos de los estados financieros de un ente económico	Conocer las ideas de negocio que se pueden generar desde la experiencia y vivencias de cada uno de los integrantes de la capacitación. Conocer que es un plan de negocios y su aplicación.
Junio-06	La administración	1. definición de importancia de la administración en la creación de empresa. 2. video “Análisis DOFA” 3. Análisis dofa “explicación” 4. Creación del DOFA de cada una de las ideas de negocio”	Aprender a realizar un DOFA y su aplicación dentro de la generación de ideas de negocio.

		5. explicación sobre estados Financieros.	
Junio-13	Proceso administrativo	1. uetapas del proceso administrativo. 2. planeación y organización exposición. 3. video “hormiguitas” 4. retroalimentación del video mesa redonda 5. Balance General y Estados de resultados.	Conocer las etapas del proceso administrativo y su importancia dentro de la creación de empresa
Junio-27	Proceso administrativo	1.video de motivación personal “si te caes no te rindas” 2. retroalimentación del video y experiencias personales 3. exposición dirección y control, importancia y aplicación. 4. la importancia de los impuestos en una sociedad. 5. valor del dinero del tiempo	Motivar a la comunidad para que continúe con su aprendizaje dentro de las capacitaciones.
Julio-04	Planeación estratégica y toma de decisiones	1.actividad aplicación proceso administrativo “la gallina ciega” 2. retroalimentación de la actividad. 3. planeación estratégica exposición 4. presentación video “importancia de la estrategia corporativa”	Reconocer la importancia que tiene la planeación estratégica en la toma de decisiones.
Julio-18	Fundamentos de Mercadeo Gobierno Corporativo	1.Video “quien se ha llevado mi queso” 2. retroalimentación del video 3. taller 4. exposición fundamentos	Conocer los fundamentos del mercadeo. Dar a conocer a la comunidad la

		de mercadeo. 5. importancia del buen Gobierno Corporativo. 6. por qué tener gobierno corporativo.	importancia que tiene el emprendimiento como herramienta de superación.
Julio-25	Segmentación de mercadeo Activos pasivos y patrimonio.	1.Exposicion segmentación de mercadeo 2. análisis del mercado. 3.taller análisis de mercado 4.video “segmentación del mercado” 5. Análisis de las cuentas en el activo, pasivo, y patrimonio	Conocer la importancia del análisis de mercado para el desarrollo de la creación de empresa.
Agosto-15	Marketing y publicidad	1.Presentación video “recuérdame soy tu cliente” 2.retroalimentacion del video 3. exposición “tipos de clientes” 4. exposición marketing y publicidad 5. taller tipos de publicidad.	Determinar la importancia del cliente en la toda organización y conocer que es la publicidad y el marketing
Agosto-22	Análisis de costos y gastos	1.exposicion costos 2. taller de costos 3. adelanto plan de negocios y revisión del mismo	Identificar las clases de cuentas y sus respectivos movimientos
Septiembre-5	Presentación del proyecto y el plan de negocios.	Sustentación por parte de la comunidad de la empresa que crearon.	Presentación y sustentación de los proyectos empresariales.

Tabla 10. Cronograma de actividades
Fuente: Elaboración propia

Justificación

El diseño del presente trabajo se justifica en la perspectiva que tiene el proyecto educativo de la universidad de la Salle hacia la comunidad y al aporte humano y sustentable mediante la formación de profesionales con responsabilidad social, también se justifica en la perspectiva personal de los autores del presente proyecto ya que los acerca a una población vulnerable y esto hace que todos los conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo atraves de la institución tengan un sentido y una aplicación en el desarrollo de la sociedad.

Por otro lado el acercamiento que hay por parte de la universidad hacia la comunidad perteneciente a esta fundación da como resultado la generación de oportunidades para el desarrollo económico, familiar y personal, en este sentido la capacitación que se brinda a la comunidad permite establecer un bienestar y una estabilidad sostenible basados en el conocimiento y saberes propios de la administración y la contaduría.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un programa de capacitación básica en administración y contabilidad dirigido al emprendimiento y creación de empresa para la comunidad del comité cívico comunitario del barrio Buenos Aires con el fin de brindar los conocimientos necesarios para el desarrollo de ideas de negocio.

Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico de la comunidad que tomara la capacitación para determinar las necesidades en cuanto a la generación de ideas de negocio y la creación de las empresas que resulten de este proceso.

Capacitar a la comunidad del comité cívico comunitario en emprendimiento y creación de empresa por medio de clases magistrales, discusiones en grupo, actividades de orden motivacional y talleres que permitan la interiorización de los conocimientos

Elaborar un plan de negocios que contenga toda la temática establecida durante la capacitación y que dé como resultado la presentación de un proyecto empresarial, así como la sustentación del mismo.

4. Informe de seguimiento

4.1 Marco de referencia

4.1.1 Marco teórico

La situación que se vive actualmente en el mundo empresarial ha resaltado la necesidad de que las empresas sean cada día más competitivas. Un factor de competitividad que cobra gran importancia dentro de este ámbito es el factor humano y el papel que el hombre juega dentro de cada organización.

Los diferentes cambios que se producen en la vida social han llevado a trabajar en el desarrollo de la actividad empresarial ya que la inserción en un mundo altamente competitivo hace necesario crear, buscar y perfeccionar métodos y procesos que permitan alcanzar altos niveles de desempeño dentro de la organización.

Es por esto que dentro del punto de vista administrativo y lo analizado con la comunidad de la fundación comité cívico comunitario barrio buenos aires se encontró que los principales dificultades para el desarrollo personal, familiar y económico es la falta de capacitación, liderazgo y emprendimiento por parte de los integrantes de la comunidad, lo que conlleva a que exista toda una serie de problemas arraigados a esta situación.

El desarrollo de este proyecto se basa en la diferentes teorías del comportamiento y teoría del emprendimiento como base principal para el desarrollo, dentro de estas teorías se destacan la teoría de ALAN GIBB en la que describe un modelo que produce el conocido proceso empresarial, la teoría de DAVID MCLELLAND, dirigida en el poder y el logro, y por último la teoría de las necesidades de MASLOW, todas estas teorías cobran una gran importancia en el desarrollo del proyecto y principalmente en el trabajo que se realice con la fundación comité cívico comunitario barrio buenos aires. A continuación se hace referencia a las teorías antes mencionadas:

- **Teoría del emprendimiento**

El emprendimiento en la actualidad tiene una importancia fundamental en cuanto a la capacidad que tiene toda persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar sus metas y objetivos de manera tal que su nivel de vida sea cada día mejor, los altos niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos ya existentes han generado en las personas la necesidad de crear sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios y pasar de ser empleados a ser empleadores, de esta manera encontramos que la comunidad a la cual se está enfocando este proyecto puede alcanzar sus retos si su compromiso va más allá de sus capacidades, ya que el programa de capacitación que se ha desarrollado es una herramienta útil para el mejoramiento del nivel de vida de cada uno de los miembros.

Según Joseph Schumpeter, "Se ha Visto que la función de los emprendedores es reformar y revolucionar el patrón productivo, explotando una invención, una posibilidad tecnológica aún no experimentada para producir un nuevo producto o uno antiguo de una nueva forma" (Mayo & Nohria, 2007).

Para el desarrollo de este proyecto es importante tener claro que la generación de ideas es una parte fundamental en la creación de una empresa y que esta idea puede estar presente en el entorno o en la necesidad que se quiera satisfacer, pero es aún más importante destacar la existencia de un líder o emprendedor que quiera innovar y que tenga una visión clara de a dónde quiere llegar.

Dentro de las teorías del emprendimiento hay una que describe muy bien lo que significa ser un emprendedor, esta teoría es la del economista Andy Freire, la cual en su libro, PASION POR EMPRENDER, menciona once condiciones que hacen a un emprendedor ser una persona de éxito, y que van muy ligadas a lo que se quiere llevar a cabo con el proyecto desarrollado en la fundación, estas condiciones son:

- **Emancipación:** Más del 60% de los grandes emprendedores dicen que la búsqueda de la libertad y la independencia es su principal motivación para emprender.
- **Moderación en la ambición de dinero:** La gran mayoría ve el dinero como una consecuencia inevitable del emprender exitosamente, no como un objetivo en sí mismo.
- **Pasión:** Emprender es estar dedicado en mente, cuerpo y alma todo el tiempo al proyecto, aunque afecte la vida familiar y social..
- **Resultados:** Los grandes emprendedores sueñan, pero sobre todo hacen, hace, y hacen y su foco está siempre en resultados concretos.
- **Espiritualidad:** Existe una correlación positiva entre el éxito de los emprendedores y su trabajo emocional y espiritual para conocerse y mejorarse como persona.
- **Novicio:** Actitud de Aprendiz.
- **Disfrute del camino:** Encontrar el equilibrio entre la dureza de sortear obstáculos y el placer y humor de disfrutar cada paso.
- **Éxitos compartidos:** El trabajo en equipo es su valor agregado.
- **Determinación:** Toman Decisiones seguras y con firmes acciones.
- **Optimismo y sueño:** Tienen una clara visión y esperanza sobre hacia donde pueden y quieren llevar su futuro.
- **Responsabilidad incondicional:** Ser protagonista significa compromiso incondicional frente a su destino. (Freire, A. 2005).

De la misma forma, Andy Freire en su teoría del triángulo invertido habla que todo proceso emprendedor combina tres componentes:

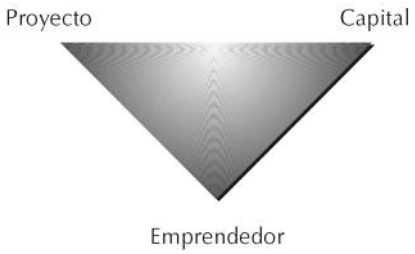


Figura 2. Teoría del emprendimiento Andy Freire
Fuente: Freire, A. (2005).Pág. 7

Todo proceso emprendedor contiene estos 3 componentes: EMPRENDEDOR, CAPITAL y PROYECTO. El éxito o el fracaso de un emprendimiento, siempre se deberá a una de estas 3 razones o a alguna de sus combinaciones: el Emprendedor no fue bueno, no hubo el capital necesario o el proyecto era el equivocado. (P.7).

Tomando como base esta teoría la comunidad perteneciente a la fundación comité cívico barrio buenos aires y que harán parte de la capacitación implementada son personas que afirman poseer muchas de las habilidades de un emprendedor y que las que no la tienen con la capacitación muy seguramente las irán adquiriendo y como consecuencia del conocimiento adquirido serán parte fundamental en el cambio de pensamiento no solo de ellos sino de toda la comunidad que los rodea, para ellos es una oportunidad para adquirir fortalezas y desarrollar capacidades y destrezas para la generación de nuevos empleos, satisfacción de necesidades y su realización como personas.

- **Teoría de Alan Gibb**

Esta teoría describe un modelo que relaciona el proceso empresarial con temas de desarrollo de cultura y educación empresarial, dentro de la fundación se dio gran importancia a este modelo en cuanto a que describe 4 variables para permitir que un empresario o un emprendedor logre constituir una empresa.

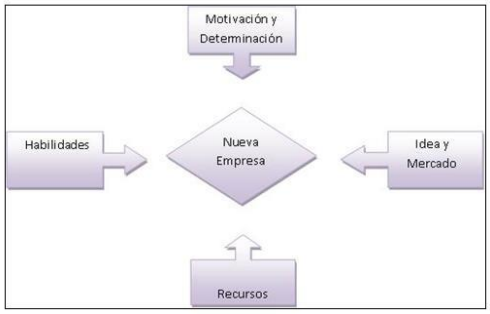


Figura 3. Modelo de Gibbs
Fuente: Libro innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas.

Esta figura muestra los componentes básicos en el desarrollo de una nueva empresa según Gibbs el componente motivación y determinación refleja todo el conjunto de factores culturales que apoyan o dificultan el proceso de inicio de una nueva empresa. Los factores educativos, el papel de la familia, las actitudes de la sociedad, las políticas de gobierno son todos los elementos que conforman este aspecto.

El componente idea y mercado refleja la factibilidad real de la oportunidad de negocio, el componente recurso igual que en todos los modelos, es la variable económica del proceso, y representa la identificación y consecución de todos los recursos que la empresa requiera (monetarios, tecnológicos, físicos, humanos, informáticos, etc.).

El componente habilidades expresa todos los conocimientos, experiencias y competencias que le empresario requiere para poder liderar exitosamente su negocio (Varela, 2001).

A partir de esta teoría se logró establecer un enfoque más definido en cuanto a lo que se quería conseguir de la capacitación hacia los miembros de la comunidad, ya que dicha capacitación fue guiada hacia la creación de empresa y el desarrollo de habilidades que permitieran a los miembros de la comunidad generar ideas de negocio y de esta forma concretar la creación de sus propias empresas.

- **Teoría de David McClelland**

David MacClellan afirma en la teoría de las necesidades que todos los individuos poseen una serie de necesidades que los impulsan a desarrollar ciertas actividades en la vida. Dice que los individuos poseen tres clases de necesidades, la primera es la necesidad de logro que se refiere al esfuerzo por sobresalir, el logro en relación con un grupo de estándares, la lucha por el éxito, otra es la necesidad de poder que se refiere a la necesidad de conseguir que las demás personas se comporten de una manera que no

lo harían, es decir se refiere al deseo de influir y controlar a los demás, y la última necesidad es la de afiliación que se refiere al deseo de relacionarse con las demás personas, es decir de entablar relaciones interpersonales amistosas y cercanas con los demás integrantes de la organización. (Alles, 2005).

Esta teoría la enfocamos en la realización de este proyecto con la comunidad de la fundación comité cívico comunitario buenos aires con el objetivo de que las personas que participaron de la capacitación fueran capaces de motivarse a el cumplimiento de sus metas y deseos por salir adelante, como lo expone la teoría la motivación sea cual sea es la herramienta fundamental para que se hagan mejor las cosas, los grandes esfuerzos, sacrificios y ganas de salir adelante que hace la comunidad al asistir y hacer parte de las capacitaciones que brinda la fundación y las que se realizan con el proyecto podrán hacer la diferencia.

- **Teoría de la jerarquía de las necesidades (MASLOW)**

Teniendo en cuenta esta teoría encontramos que el comportamiento del ser humano tiene cinco necesidades, que lo hacen interesarse en salir adelante, cuatro de las cuales son Básicas y una de crecimiento:

- **Fisiológicas**: Todas aquellas que son imprescindibles para sobrevivir como: Hambre, sed, y las necesidades de abrigo, sexo y otras de carácter orgánico.
- **De Seguridad:** El no sentirse amenazado por circunstancias del medio, son Defensa y protección de daños físicos y emocionales.
- **Sociales**: Se refiere a la evidencia de conducta que requiere: Afecto, Sensación de formar parte de un grupo, aceptación y amistad.
- **De estima**: Factores internos de estima, como el respeto por uno mismo, autonomía y realizaciones, así como los factores Externos de estima como posición, reconocimiento y atención.

- **Autorrealización:** El impulso por convertirse en lo que uno es capaz de ser, crecimiento, desarrollo del potencial propio y autorrealización.

Figura 4. Teoría de la jerarquía de las necesidades (MASLOW)

Para el proyecto en desarrollo, se está interesado en trabajar en la autorrealización, estima, sociales y seguridad, la cual llevara a la consecución de metas, de formar y crecer como personas emprendedoras.

4.1.2 Marco Conceptual. En cuanto a la formación que se pretende dar a los participantes del presente proyecto, es necesario vislumbrar algunos términos técnicos, que ayudarán a contextualizar dicho proceso, pues así como en cada área del conocimiento, a nivel de contabilidad y administración, se manejan ciertos conceptos que enmarcan los temas a enseñar, entre estos se encuentran los siguientes:

- **Administración:** proceso de planificación, organización, dirección y control del trabajo de los miembros de la organización y de usar los recursos disponibles de

la organización para alcanzar las metas establecidas. (Stoner, Freeman, & Gilbert, 1996, pág. 7)

- **Eficacia:** capacidad para determinar los objetivos apropiados “hacer lo que se debe hacer” (pág. 9)

- **Organización:** proceso para comprometer a dos o más personas para que trabajen juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas especificadas. (pág. 12)

- **Proceso:** método sistemático para manejar actividades.

- **Planificación:** proceso para establecer metas y un curso de acción adecuado para alcanzarlas. (pág. 11)

- **Dirección:** proceso para dirigir e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea. (pág. 13)

- **Control:** proceso para asegurar que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas. (pág. 13)

- **Relaciones humanas:** manera en que todos los gerentes interactúan con otros empleados o reclutas. (pág. 43)

- **Empresa:** conjunto de medios humanos y materiales que se disponen para conseguir una finalidad según un esquema determinado de relaciones y dependencias entre los diferentes elementos que la componen. (Gil & De la fuente, 2007)
- **Liderazgo:** Es el proceso de influir, guiar o dirigir a los miembros del grupo hacia el éxito de la consecución de metas u objetivos organizacionales. (Aguera, 2004)

- **Motivación:** Significa mover, conducir, impulsar a la acción. Proceso que dan cuenta de la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo por conseguir una meta. (Robbins P, 2004)

- **Planeación estratégica:** Comprende una serie de elementos que se plasma en el plan estratégico, que se determina por la alta dirección y sirven como base para la elaboración de los planes tácticos y operacionales. (Munch & Garcia M, 1990)

- **Responsabilidad Social:** se basa en la idea de que el funcionamiento general de una empresa debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar social de la sociedad en la que se integra. (Fernandez, 2006)

4.2. Diseño Metodológico

4.2.1 Tipo de investigación. El presente proyecto tiene como base la metodología de investigación - acción participativa, la cual propone un enfoque guiado a la producción de un conocimiento propositivo y transformador mediante la construcción colectiva de conocimientos con el fin de lograr una transformación social, esta metodología combina dos procesos, el de conocer y el de actuar, involucrando en ambos a la población cuya realidad se aborda.

En el momento que se empezó a estudiar la problemática se tuvo como objeto la participación de toda la comunidad perteneciente al comité cívico comunitario con el propósito de brindar la oportunidad de adquirir conocimientos con fundamentación teórica en emprendimiento y creación de empresa, todo esto por medio de una metodología guiada al desarrollo de habilidades y destrezas tomando como base todo un aprendizaje empírico en diferentes áreas por parte de la comunidad, esto a su vez fue encaminado a la consolidación de las ideas de negocio que permitieran desarrollar un proyecto empresarial de buena calidad.

Como primer paso para el desarrollo de este proyecto se diseñó u plan de acción con un objetivo general, para cumplir con este objetivo se realizaron actividades de orden lúdico y académicos de carácter grupal e individual, argumentadas todas a través de un cronograma en donde se plasmó el objetivo buscado. Para el desarrollo de estas actividades se implementó una encuesta guiada a conocer el nivel de escolaridad, las metas que se querían llevar a cabo y las necesidades de cada uno de los miembros de la comunidad, con esta información se lograron establecer las actividades a desarrollar y la metodología utilizada para tal fin, se dieron las bases necesarias para la elaboración de un programa de trabajo mediante el syllabus, también se establecieron compromisos con la comunidad en cuanto a horario, metodología y reglas de juego dentro del espacio académico.

4.2.2 Población y muestra. Para este proyecto de investigación, se contó con la participación de 33 personas pertenecientes a la comunidad del comité cívico y que son

beneficiarios de los mercados entregados por la fundación, para el proyecto se logra una muestra voluntaria de 13 personas los cuales tuvieron un interés constante en las capacitaciones en emprendimiento y creación de empresa.

4.4.3 Fuentes de recolección de la información (primarias y secundarias).

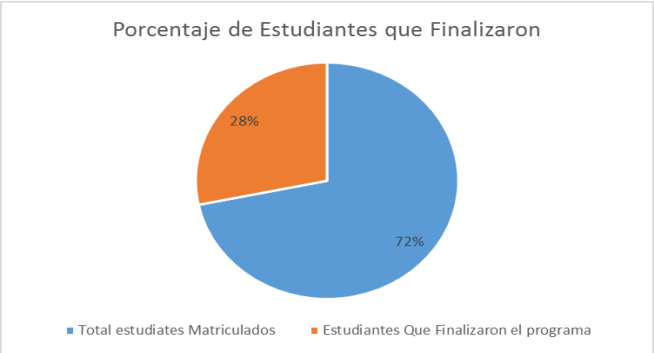
Fuente primaria: las fuentes primarias en este proyecto se obtuvieron con la participación de la comunidad perteneciente al comité cívico comunitario y el desempeño de estos durante la capacitación, atraves del diagnóstico y análisis socioeconómico de la población de la localidad

Fuente secundaria: las fuentes secundarias de información de este proyecto se soportan en todo el material intelectual y didáctico, libros de investigación, documentos de internet, material audiovisual y recolección de información a través de las encuestas.

Aplicación de encuestas Comité Cívico Comunitario Barrio Buenos Aires: Se realizaron tres encuestas a la población que se interviene en el presente proyecto, con el fin de conocer sus grados de escolaridad y sus edades; pues se considera que esta información permite contextualizar el proceso de aprendizaje, de acuerdo a las características del grupo y las posibles metodologías de enseñanza para obtener buenos frutos de la misma. También se muestra una gráfica que permite conocer el nivel de deserción del curso como dato a tener presente en futuras intervenciones.

- **Niveles de deserción y finalización del curso**

En esta grafica se indica, el porcentaje de deserción y de los alumnos que finalizaron en los talleres dictados:



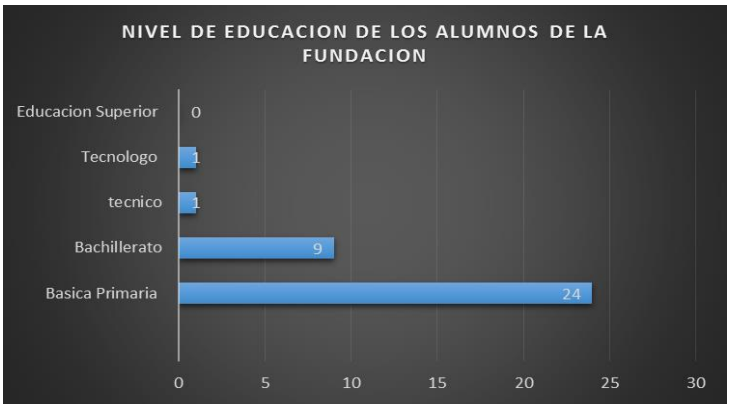
- Total estudiantes Matriculados: 33
- Estudiantes Que Finalizaron el programa: 13

Gráfica 1. Deserción de alumnos curso

Fuente: Elaboración propia

- **Nivel Educativo**

Básica Primaria:	24
Bachillerato:	9
Técnico:	1
Tecnólogo:	1
Educación Superior:	0

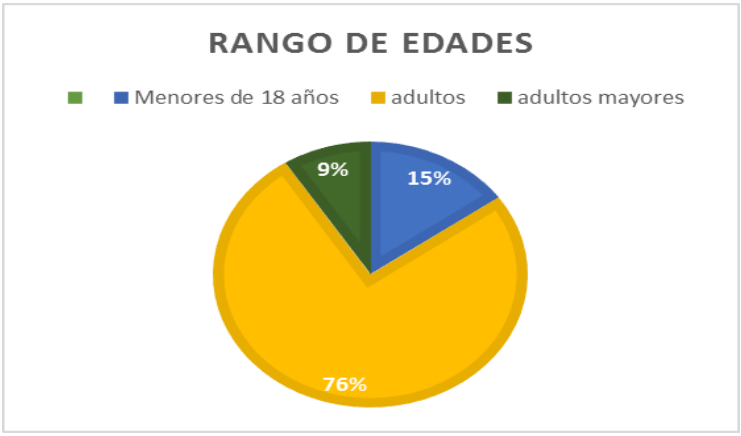


Gráfica 2.Nivel de educación alumnos curso

Fuente: Elaboración propia

- **Rango de Edades**

Menores de 18 años:	5
Adultos:	25
Adultos mayores:	3



Gráfica 3. Rango de edades alumnos curso

Fuente: Elaboración propia

3. Informe final

3.1 Descripción de actividades desarrolladas por clase o cesión

A continuación se darán a conocer los temas vistos en cada clase, los objetivos propuestos para cada tema, las actividades realizadas por catedra y los recursos utilizados.

El plan de capacitación en emprendimiento y creación de empresa se desarrolló y distribuyo en 15 sesiones, antes de iniciar el plan de capacitación se realizó una reunión con las directivas de la fundación y las personas que manifestaron su interés en participar en el programa con el propósito de brindar la información acerca de lo que sería el plan de capacitación y los objetivos a los que se quería llegar con este programa, a la reunión asistieron las directivas los capacitadores y 33 personas de la comunidad, en esta reunión se explicó de manera detallada los objetivos y los resultados esperados al finalizar dicho programa de capacitación, hubo una participación activa por parte de la comunidad donde se debatieron los temas propuestos por los capacitadores y las expectativas por parte de la comunidad, al finalizar la reunión se tomaron los datos de las personas interesadas y se llegó a un común acuerdo en cuanto al horario de trabajo para ser tomada la capacitación, se seleccionó el horario de los sábados de 1pm a 5pm. A continuación se hace una descripción de cada cesión:

- Cesión 1 (Abril 18 de 2015).

Se hizo la presentación del programa de capacitación que se llevaría a cabo, se hizo una actividad de integración para conocer las expectativas que cada uno de los participantes tenia frente al curso, se conoció un poco de la vida y experiencias de cada uno de los participantes en su entorno social y cultural, también se procedió a practicar una encuesta con el propósito de conocer las expectativas frente a la capacitación, el nivel de escolaridad de la los participantes, empleo, estudios relacionados con la capacitación, clase de empresa que le gustaría establecer, proyectos en los cuales este participando y temas en los cuales le gustaría profundizar, entre otros, esto con el fin de estructurar la metodología que se llevaría a cabo. Por último se presentó un video motivacional para establecer cual o cuales serían los motivos que llevaron a cada uno de los participantes a participar en el programa, se desarrolló para esto una mesa redonda y hubo una discusión sobre el video.

- Cesión 2 (Abril 25 de 2015).

Tema: Emprendimiento y liderazgo, casos de emprendimiento.

Objetivo: Establecer con la comunidad el concepto de emprendimiento e identificar los rasgos característicos de un emprendedor.

En esta cesión se definió lo que es emprendimiento con la participación de los asistentes realizando una lluvia de ideas sobre lo que creían que significaba este concepto, se procedió a tomar cada una de estas ideas y se estructuro la definición de

emprendimiento, después de haber realizado esto se procedió a entregar a cada uno de los asistentes una lectura y un taller que iba dirigido a reforzar esta parte. (Ver anexo 2).

Al finalizar el taller se hizo una retroalimentación sobre la lectura y las respuestas que cada uno de los participantes contestaron. Al finalizar la clase se hizo la presentación de a unos casos de emprendimiento en Colombia entre ellos se presentaron el caso de Arturo Calle, Crepes and Wafles y servientrega.

- Cesión 3 (mayo 09 de 2015).

Tema: Creación de empresa, definición y tipos de empresa

Objetivo: Identificar el significado de lo que es una empresa y los tipos de empresa que existen.

En esta cesión se inició con la presentación de un video llamado “no te rindas puedes lograrlo”, al finalizar este video se hizo una retroalimentación con la participación de todos los asistentes llegando a la conclusión de que por más problemas que se nos presenten en la vida siempre hay que seguir adelante, después de ver el video se hizo una presentación magistral sobre la definición de empresa y los tipos de empresa que existen, al finalizar la clase se dejó una actividad para ser desarrollada en casa, esta actividad fue la de investigar los tipos de empresa según su tamaño y la composición de capital esto con el objetivo de que la comunidad tuviera un acercamiento a la tecnología y a la investigación.

- cesión 4 (mayo 16 de 2015).

Tema: Legalización de la empresa

Objetivo: Conocer los requisitos necesarios para la legalización de una empresa y su puesta en marcha.

Para esta cesión se hizo una exposición en un computador portátil sobre la legalización de la empresa y los requisitos, posterior a esta exposición se realizó un taller en grupos que tenía por objeto el diligenciamiento de algunos formularios necesarios para legalizar una empresa.

- Cesión 5 (mayo 23 de 2015).

Tema: creatividad e innovación

Objetivo: Identificar la importancia que tiene la creatividad para el emprendedor.

En la cesión de este día se inició con la presentación de un video sobre la creatividad en este video se exponían productos y herramientas creadas por emprendedores para satisfacer las necesidades de las personas, este video se mostró para que los asistentes se dieran cuenta que la creatividad y la innovación juegan un papel determinante en la creación de una empresa. Luego de presentar el video de socializo y se dio paso a la explosión del tema, por último se realizó una actividad donde se aplicaba el tema de la creatividad, en esta actividad los estudiantes realizaban una dibujo con unas figuras determinadas, este dibujo debía satisfacer una necesidad, luego se procedió a resaltar

el dibujo más creativo y con mayor imaginación. Se deja como tarea traer varias ideas de negocio.

- Cesión 6 (mayo 30 de 2015).

Tema: ideas de negocio y plan de negocios
Objetivos: Conocer las ideas de negocio que se pueden generar desde la experiencia y vivencias de cada uno de los integrantes de la capacitación.
Conocer que es un plan de negocios y su aplicación.

En esta cesión se crean los grupos que empezaran a hacer el proyecto de creación empresa, mediante una actividad que se denominó lluvia de ideas en esta actividad los grupos conformados exponían las ideas que traían para la creación de empresa, las discutían en grupos y mediante esta discusión se definía la idea que empezarían a desarrollar, cada grupo pasa su listado de integrantes y la idea de negocio que van a empezar a trabajar. Después de esta actividad se realizó una exposición sobre el plan de negocios y su importancia, en esta clase se empieza a desarrollar el plan de negocios que dará como resultado la entrega de un proyecto al finalizar las capacitaciones

- Cesión 7 (junio 06 de 2015).

Tema: la administración
Objetivo: Aprender a realizar un DOFA y su aplicación dentro de la generación de ideas de negocio

Se empieza el curso con la explosión de cada grupo frente a la idea de negocio escogida y se hace una discusión de cada una de las ideas generadas, después se hace una explicación acerca de la importancia de la administración en la creación de una empresa, se explica que es un DOFA y su aplicación dentro una empresa, al finalizar la explicación se procede a realizar una actividad que tiene por objeto la creación de un DOFA de acuerdo a la idea de negocio establecida.

- Octava y novena cesión Junio 13 y 27 de 2015

Tema: el proceso administrativo

Objetivos: Conocer las etapas del proceso administrativo y su importancia dentro de la creación de empresa.

En estas dos cesiones se explica detalladamente cada una de las etapas del proceso administrativo y la importancia que tiene dentro de una empresa para esto se hacen dos exposiciones magistrales y se muestran dos videos uno llamado hormiguitas basado en la película hormiguitas el cual muestra la importancia del trabajo en equipo y los componentes del proceso administrativo, después de los videos se hace una retroalimentación con la participación de la comunidad, cabe resaltar que en estas dos cesiones se hace énfasis en la parte de motivación ya que para esta fecha ha habido un gran nivel de deserción en las capacitaciones.

- Cesión 10 (julio 4 de 2015)

Tema: planeación estratégica y toma de decisiones

Objetivo: Reconocer la importancia que tiene la planeación estratégica en la toma de decisiones.

En esta cesión se da inicio con una actividad llamada “la gallina ciega” con el fin de dar aplicación a lo visto en las cesiones pasadas con el tema del proceso administrativo esta actividad consiste en trabajar en equipo y poner en práctica lo visto en clase, a cada grupo de trabajo se le entrega un rompecabezas y se da un tiempo para que lo arme al finalizar el tiempo solo uno de los participantes tendrá los ojos destapados y

dará las indicaciones a los otros integrantes del grupo que no pueden ver porque tienen tapados sus ojos para armar el rompecabezas, el líder de cada grupo solo puede hablar no puede utilizar su manos para ayudarle a sus compañeros. (Ver anexo 3)

Después de que se realizó la actividad se hizo la retroalimentación, luego de esto se procedió a realizar la exposición sobre planeación estratégica y se presentó un video llamado “importancia de la estrategia corporativa”

- Cesión 11 (julio 18 de 2015)

Tema: fundamentos de mercadeo

Objetivo: Conocer los fundamentos del mercadeo.

Dar a conocer a la comunidad la importancia que tiene el emprendimiento como herramienta de superación.

En esta cesión empezamos mostrando un video llamado “quien se ha llevado mi queso” luego de terminado el video se hizo la retroalimentación del mismo y se procedió a realizar un taller sobre este video (ver anexo 4).

Después de haber terminado el taller se respondieron las preguntas con el grupo y se realizaron las conclusiones de la actividad, por último se hizo la exposición sobre fundamentos de mercadeo.

- Cesión 12 julio 25 de 2015.

Tema: segmentación de mercadeo

Objetivo: Conocer la importancia del análisis de mercado para el desarrollo de la creación de empresa.

En esta cesión se hizo una exposición sobre segmentación de mercados y análisis del mercado, se elaboró un taller sobre análisis de mercado en los grupos de trabajo (ver anexo 5), se observó un video sobre segmentación de mercado y se hizo la retroalimentación, al finalizar la clase se resolvieron dudas generadas a partir del taller desarrollado.

- Cesión 13 (agosto 15 de 2015).

Tema: marketing y publicidad

Objetivo: Determinar la importancia del cliente en la toda organización y conocer que es la publicidad y el marketing.

Se presentó el video llamado “recuérdame soy tu cliente” con el objeto de que los estudiantes se dieran cuenta de la importancia que tiene el cliente para la empresa, los estudiantes expusieron los tipos de clientes que hay y cuál es el trato que se debe brindar a cada uno de ellos, la metodología utilizada para esta exposición fue la de representar por medio de una representación los tipos de clientes, luego se realiza la exposición por parte de los capacitadores sobre marketing y publicidad.

- Cesión 14 (agosto 22 de 2015).

Tema: análisis de costos y gastos

Objetivo: Identificar las clases de cuentas y sus respectivos movimientos

Se realiza una exposición sobre el tema propuesto para esta clase y se realiza un taller sobre el mismo, en la última parte de la clase se trabajó sobre los planes de negocio de cada grupo para su posterior revisión.

- Cesión 15 (5 de septiembre de 2015).

Presentación y sustentación de los proyectos empresariales.

Este día se hizo la presentación por parte de la comunidad de los proyectos realizados durante el programa de capacitación, esta presentación se realizó en el espacio designado por la fundación para dar las cesiones de clase, para esta presentación asistieron las directivas de la fundación, capacitadores y las 13 personas que participaron en el programa. (Ver anexo 6)

3.2 Desarrollo proyecto empresarial

Durante el desarrollo de la capacitación en emprendimiento y creación de empresa los participantes en la capacitación contaron con espacios entre 30 y 45 minutos en cada clase para elaborar el plan de negocios de acuerdo con el tema visto en cada lección, recibiendo por parte de los capacitadores asesoría y acompañamiento en la realización del mismo, En la realización de este trabajo se logró generar 4 planes de negocios. (Ver anexo 7).

Los planes de negocio que resultaron de la capacitación en emprendimiento y creación de empresa son los siguientes:

Whell Cleaning

Whell cleaning es una empresa de servicios que se dedica al servicio de lavado de vehículos en general a domicilio optimizando el tiempo de los clientes, este servicio va dirigido a personas que no tienen el suficiente tiempo para llevar sus vehículos a un lavadero tradicional, el lavado se realiza con maquinaria para lavado en seco con productos que ayudan a preservar el medio ambiente. Sus propietarios son Nidia Rosalba Gutiérrez Romero, John Elkin García Vanegas y Edith Lucia Beltrán Romero, tres personas comprometidas con la capacitación y que siempre estuvieron motivados por llevar a cabo esta idea de negocio.

Ntr Photo Sport S.A.S

NTR photo sport s.a.s es una empresa de servicios que se dedica al alquiler de canchas de futbol cinco para la práctica de este deporte, con un servicio adicional que es el de la entrega de un paquete fotográfico que concede a los clientes disfrutar de los mejores momentos de cada juego. Esta idea fue creada por Valery Tatiana Almeida Cepeda una joven muy comprometida con el programa de capacitación, y que presenta su proyecto individualmente ya que el grupo de personas que empezaron con ella con el pasar de los días se fueron retirando del programa, aun así su motivación y sus ganas de salir adelante hicieron que terminara la capacitación, aun en contra de muchas limitaciones.

Laborando Hacia El Futuro

Laborando hacia el futuro es una empresa que se dedica al diseño y confección de forros y fundas para electrodomésticos, esta empresa fue creada por Zoraida Corzo, Luzmila Rojas y María Yolanda Rozo, tres señoras de la tercera edad que aprovecharon la capacitación brindada por otra fundación en la realización de estos productos y que vieron una oportunidad de crear su empresa por medio del programa realizado por nosotros, estas señora estuvieron presentes en todo el desarrollo del programa de capacitación y sacaron adelante su idea de negocio pese a su bajo nivel educativo ya que ninguna de ellas terminó su primaria.

Urban Style Candrell

Urban style candrell es una empresa dedicada a ofrecer a sus clientes tratamientos para el embellecimiento, conservación e higiene de la piel, cortes de cabello y colocación de pestañas postizas esta empresa fue creada por Andrea Caicedo Carvajal y sus hijas Andrea y Karen Forero Carvajal, ellas vieron la oportunidad de adquirir unos conocimientos que las ayudara en la formalización de su idea de negocio, ya que esta idea ya se encontraba en trámite antes de la capacitación.

Conclusiones

La curso en emprendimiento y creación de empresa ofrecido por la universidad de la Salle a la comunidad de la fundación comité cívico comunitario del barrio buenos aires en la localidad de Usme, permitió capacitar a un grupo de personas de bajos recursos aportándoles un conocimiento teórico-práctico el cual favoreció a su crecimiento personal, social y educativo.

La experiencia adquirida en esta actividad permitió compartir conocimientos obtenidos en las diferentes áreas de la administración y la contaduría con la comunidad de la fundación, a su vez fue un gran reto en cuanto a la pedagogía que debía establecerse para la exposición de dichos conocimientos ya que debió hacerse de una manera lúdica para buscar la atención, participación e interés de todos los participantes.

Respecto al objetivo general planteado, se puede concluir que el programa de capacitación establecido para las personas de la fundación fue adelantado de acuerdo a las necesidades que la población requería para el desarrollo de sus ideas de negocio.

En cuanto al primer objetivo específico formulado se puede concluir que el diagnostico que se hizo de la comunidad resultó fundamental para la formulación y el desarrollo de las actividades propuestas ya que se establecieron de acuerdo a las necesidades de creación de empresa e ideas de negocio que la población tenía en mente.

Respecto al segundo objetivo específico formulado se puede concluir que el modelo pedagógico que se estableció para la capacitación logro interiorizar los conocimientos brindados por los capacitadores, ya que mediante la creación de un ambiente lúdico, la participación por parte de la comunidad en los temas propuestos y las actividades de orden motivacional permitieron que este objetivo se llevara a cabo.

Finalmente en relación al tercer objetivo específico se concluye que los participantes en la capacitación lograron conocer la temática establecida durante el programa y lograron realizar el plan de negocios, pese a varias dificultades que se iban presentando en el transcurso de las clases, dificultades de orden económico, social y educativo, es claro resaltar que varios de los participantes tenían limitaciones de orden formativo lo que dificulto en gran medida la realización de estos planes.

Recomendaciones

Una de las recomendaciones más importantes que tenemos de acuerdo a todo el trabajo realizado en la fundación es el de dar continuidad a los programas de capacitación brindados por la universidad de la Salle, ya que pese a que hubo un gran porcentaje de deserción en el programa, se evidencio la acogida y aceptación por parte de los miembros de la comunidad y directivas de la fundación.

Seguir generando espacios para la participación de estudiantes de la universidad en este tipo de programas, ya que el aporte que se genera es muy importante para la comunidad y su entorno, y además se les da la oportunidad a personas con limitaciones de orden económico a acceder a programas que le aportan ostensiblemente.

Se recomienda a la universidad establecer espacios de orden pedagógico que le permitan al estudiante que opte por tomar esta opción de grado adquirir habilidades en cuanto a la transmisión de conocimientos desde un ámbito más didáctico y recreativo, con el propósito de que se logre obtener una comunidad más motivada y receptiva hacia el tipo de capacitación que se esté brindando.

Bibliografía

Aguera, E. (2004). *liderazgo y compromiso social .* mexico : direccion general de fomento .

Alles, M. (2005). desarrollo del talento humano basado en competencias . En M. Alles, *desarrollo del talento humano basado en competencias* (págs. 42-47). buenos aires : granica s.a.

Fernandez, R. (2006). *responsabilidad social corporativa .* españa: gamma.

Freire, A. (2005). pasion por emprender:de la idea a la cruda realidad . En A. Freire, *pasion por emprender:de la idea a la cruda realidad .* aguilar.

Gil, m. d., & De la fuente, F. (2007). *como crear y hacer funcionar una empresa.* madrid : Esic editorial.

Mayo, A., & Nohria, N. (2007). En su tiempo: Lecciones de los grandes lideres del siglo XX. En A. Mayo, & N. Nohria, *En su tiempo: Lecciones de los grandes lideres del siglo XX* (págs. 80-81). Barcelona: Deusto.

Munch, l., & Garcia M, J. (1990). *Fundamentos de administracion .* mexico: trillas.

Robbins P, S. (2004). *comportamiento organizacional: teoria y practica.* mexico: prentice-hall hispanoamericana.

Stoner, J., Freeman, E., & Gilbert, D. (1996). *Administración .* mexico: prentice hall hispanoamerica s.a .

Varela, R. (2001). Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creacion de empresas. En R. Varela, *Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creacion de empresas* (págs. 98-99). Bogota: Pearson.

Cibergrafía

- http://www.usme.gov.co/index.php/mi-localidad-por-temas/educacion
- http://matriculabd1.redp.edu.co/sistemat02/sed/directorio/usme.pdf
- https://es.wikipedia.org/wiki/Usme
- http://www.transmilenio.gov.co/es/portal-usme
- http://www.transmilenio.gov.co/es/rutas-alimentadoras/portal-usme
- http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/econo53.htm
- http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/documentos/RECORRIENDO%20USME.pdf

Anexos

Anexo 1. Lectura y taller Uga la tortuga

UGA LA TORTUGA

¡Caramba, todo me sale mal! se lamenta constantemente Uga, la tortuga. Y es que no es para menos: siempre llega tarde, es la última en acabar sus tareas, casi nunca consigue premios a la rapidez y, para colmo es una dormilona.

¡Esto tiene que cambiar! se propuso un buen día, harta de que sus compañeros del bosque le recriminaran por su poco esfuerzo al realizar sus tareas.

Y es que había optado por no intentar siquiera realizar actividades tan sencillas como amontonar hojitas secas caídas de los árboles en otoño, o quitar piedrecitas de camino hacia la charca donde chapoteaban los calurosos días de verano.

-¿Para qué preocuparme en hacer un trabajo que luego acaban haciendo mis compañeros? Mejor es dedicarme a jugar y a descansar.

- No es una gran idea, dijo una hormiguita. Lo que verdaderamente cuenta no es hacer el trabajo en un tiempo récord; lo importante es acabarlo realizándolo lo mejor que sabes, pues siempre te quedará la recompensa de haberlo conseguido.

No todos los trabajos necesitan de obreros rápidos. Hay labores que requieren tiempo y esfuerzo. Si no lo intentas nunca sabrás lo que eres capaz de hacer, y siempre te quedarás con la duda de si lo hubieras logrados alguna vez.

Por ello, es mejor intentarlo y no conseguirlo que no probar y vivir con la duda. La constancia y la perseverancia son buenas aliadas para conseguir lo que nos proponemos; por ello yo te aconsejo que lo intentes. Hasta te puede sorprender de lo que eres capaz.

- ¡Caramba, hormiguita, me has tocado las fibras! Esto es lo que yo necesitaba: alguien que me ayudara a comprender el valor del esfuerzo; te prometo que lo intentaré.

Pasaron unos días y Uga, la tortuga, se esforzaba en sus quehaceres.

Se sentía feliz consigo misma pues cada día conseguía lo poquito que se proponía porque era consciente de que había hecho todo lo posible por lograrlo.

- He encontrado mi felicidad: lo que importa no es marcarse grandes e imposibles metas, sino acabar todas las pequeñas tareas que contribuyen a lograr grandes fines.

FIN

Después de leer con mucha atención la lectura anterior, escribe en el cuaderno y resuelve:

1. ESCRIBE LOS VALORES QUE APARECEN EN LA LECTURA Y EXPLICALOS CON TUS PROPIAS PALABRAS:

*La constancia y la perseverancia. (Mínimo 5 renglones completos).

2. La idea y enseñanza principal:

“Hay tareas que requieren esfuerzo y mucha compromiso, los cuales traen consigo una recompensa.” ANALÍZALA Y DISCUTELA CON TU GRUPO DE TRABAJO.

2. ¿En cuál espacio/lugar se desarrolló la historia anterior?_____

3. ¿Cuáles personajes aparecen en la historia? Describe las actitudes de cada uno de los personajes.

4. ¿Cómo era la actitud inicial de Uga? ¿Qué opinas?

5. ¿Por qué crees tú, que cambio la actitud de Uga?

6. Mensaje: Decóralo.(HOJA COMPLETA)

“Si no lo intentas nunca sabrás lo que eres capaz de hacer, y siempre te quedarás con la duda de si lo hubieras logrados alguna vez”.

Anexo 2. Fotografías de los grupos realizando la actividad de “la gallina ciega”.

Anexo 3. Taller "quien se ha llevado mi queso"

Solución de algunas personas de la Fundación

Quien se ha llevado mi queso

Taller

1. si pudieras escoger uno de los personajes de la historia ¿a quién escogerías? ¿por qué?

2. Realiza un breve resumen del contenido de la historia.

3. ¿Crees que los cambios son necesarios o no? Justifica la respuesta

4. Si pudieras realizar una recomendación a un amigo o a un familiar para ayudarle en su trabajo o estudio ¿Qué le dirías?

5. Haz una breve reflexión sobre el relato que puedas aplicar en tu vida.

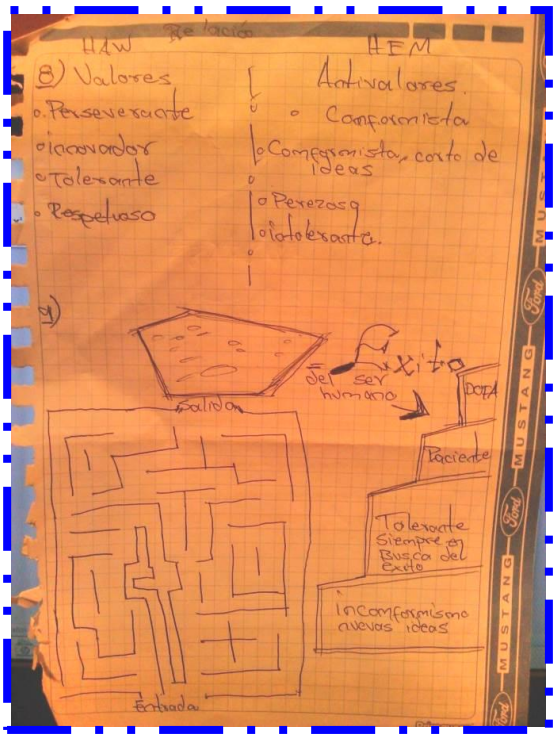
6. ¿Qué simboliza el queso para los personajes y para ti?

7. ¿Qué opinas de la expresión? "cuando tu cambias lo que tú eres tu cambias lo que tú haces"

8. Señala los valores y antivalores que consideres están presentes en la historia

9. Ilustra con un dibujo la escena del cuento

que el cre comer Queso Fesco Un trabajo Para
Para coner una elepresa Un casita de Queso
la Familia cuatro presonage y Fuero a cosigir
cuan se comen queso por todo la siudade
encontraro ato Queso Un amigo para ayudaie
es un alimento la pesana otenia epreria
deque llego ata Fina Queso viejo estudio
para mi de liso y de alimento z peresa com famimo



yo personalmente escogeria a los ratones y a hay por que ellos no se quedaron, ahí haber si bolvia el queso, ellos salieron a buscar mas queso y se esforzaron por encontrar queso y encontraron.

Eran dos personitas y dos ratones todas las mañanas salian a buscar queso un dia salieron corrieron por el laverinto y encontraron queso, todos los dias recorrian el mismo camino poco tiempo y el quese iva disminuyendo hasta que un dia se acabo, los ratones salieron a buscar y encontraron los hombres se quedaron ahi hasta que hay se fueron buscar queso y encontraron mas queso pero su amigo nunca llego.

3). Los cambios si son necesarios por que si cambias puedes encontrar algo increible.

4). Tal vez le diria que buscara otras alternativas que si las cosas no le salen bien que no se rinda, que siga intentando hasta que las cosas le salgan bien.

5). No aprendimos en el mismo lado, que hay que salir y buscar mas alternativas para conseguir lo que queremos.

6). Para los personajes es algo que los mantiene con vida... para mi el quese son como las metas que quiero alcanzar mis logros.

7). esa expresión se refiere que si no te quedas y sigues intentando perseveras en todo lo que haces y llegas a la meta y logras lo que querias lograr.

8). la perseverancia, el seguir intentando.
~~rendirce~~, no intentar

9).

Solución

1) Escogeria a HAW porque el decidió cambiar, noverse, desprenderse de lo viejo, de la comodi del conformismo; aplicandolo en busca del ques y además porque es un ejemplo a seguir en nue vidas.

2) En resumen en un laberinto en busca del queso se encuentran 2 ratoncitos y 2 personitas buscando el queso para alimentarse y no perder el sentid o morir de hambre, entonces se pusieron en marcha y los 2 ratoncitos no padecieron hambre todo lo contrario y las 2 personitas si padecieron, pero uno de ellos decidió esforzarse y superarse en busca del queso y encontró una gran cantidad, decidió dejar el conformismo.

3) Los cambios diria que son los más necesarios en la vida del ser humano porque cada vez esos cambios nos van llevando a un nivel superior, encontrando nuevas oportunidades en conclusión el exito.

4) Le diria que nunca que se rinda, que siga esforzandose, concentrado y sobretodo innovador con sus ideas en cuanquier lugar para alcanzar el exito.

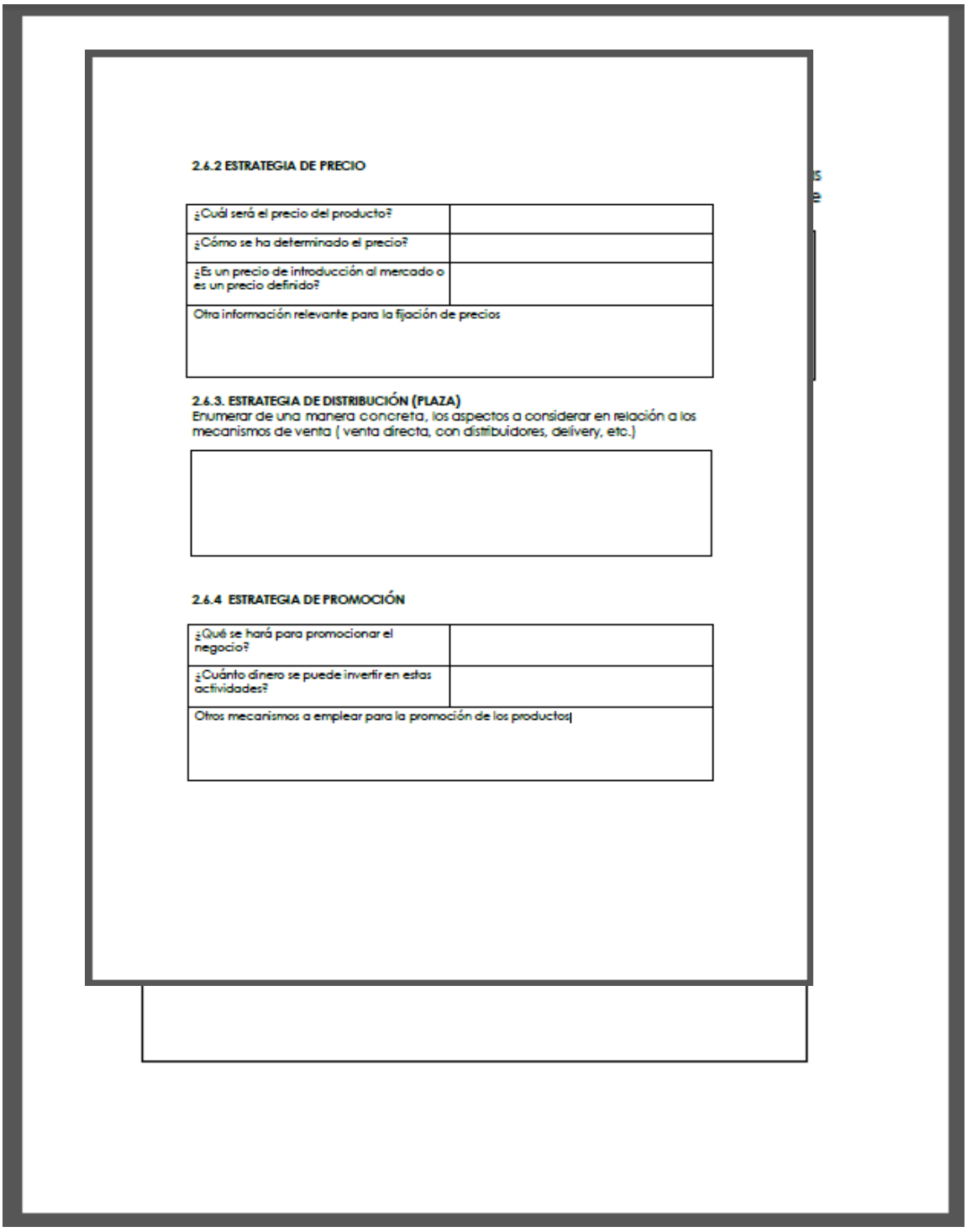
5) Redexión: Nunca te rindas, no desfallezcas; siempre estes en busca del exito"

6) El Queso significa el Exito para mí y para los personajes el sustento de cada dia, en consecuencia a lo personal lo relaciono con el exito porque eso es lo que el ses humano siempre estar buscando.

7) "Cuando tu Cambias lo que tu Crees, cambias lo que tu Haces"

Es una frase muy reflexiva ya que toca todo ambito en nuestras vidas para cambiar, mejorar lo que hacemos, en conclusión diria que es el origen de un nuevo comienzo.

Anexo 5. Formato análisis de mercado



2.6.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

¿Cuál será el precio del producto?	
¿Cómo se ha determinado el precio?	
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	
Otra información relevante para la fijación de precios	

2.6.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA)
Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

2.6.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos	

2.5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA
(MINIMO CINCO EMPRESAS)

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la eligen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A que precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				

2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

2.6.1 ESTRATEGIA DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumerar de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

Anexo 6. Presentación de proyectos empresariales

Anexo 6. Proyectos empresariales.

WHEEL CLEANING

PROYECTO EMPRENDEDOR PARA LA FORMACÍON DE UNA EMPRESA.

INTEGRANTES:

BELTRAN ROMERO LUCIA

GARCÍA VANEGAS JHONN

GUTIERREZ ROMERO NIDIA

FUNDACÍON UNISALLE

BOGOTÁ D.C

2015

PROYECTO EMPRENDEDOR PARA LA FORMACION DE UNA EMPRESA

INTEGRANTES:

BELTRAN ROMERO LUCIA

GARCÍA VANEGAS JHONN

GUTIERREZ ROMERO NIDIA

DOCENTE(S)

JHEISON ALEXANDER GUERRERO.

FREDDY BAUTISTA.

FUNDACÍON UNISALLE

PROGRAMA EMPRENDEDOR

BOGOTÁ D.C

2015

TABLA DE CONTENIDO

Introducción

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

1.2 Objetivos específicos:

2. Misión

3. Visión

4. Descripción Del Negocio

5. Análisis DOFA

6. Organigrama

7. Análisis del mercado

7.1 Segmento del mercado

7.2 Estrategia del servicio

7.3 Producto

7.4 Precio

7.5 Plaza

7.6 Promoción

8. Balance General

9. Balance general

10. Inventario de patio inicial

11. Inventario maquina

12. Inventario insumos

13. Nomina

14. Depreciación en línea recta

15. Estado de resultados

Introducción

Este trabajo fue realizado con el fin de tener los conocimientos y herramientas que debemos tener para formar una empresa de lavado de vehículos de forma manual y automatizados con un sistema de ahorro de agua y poder cumplir con las exigencias ecológicas ya que el líquido es cada vez más escaso.

Nos enfocaremos principalmente en la satisfacción de una necesidad que en el mercado no ha sido cubierta en su totalidad por lo tanto se convierte en una oportunidad a corto y mediano plazo.

A futuro proyectamos una empresa de lavado de vehículos que brinda servicio a domicilio utilizando la última tecnología y asesoramiento personalizado para la satisfacción del cliente

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

La creación de una empresa para la prestación de servicios especializados de lavado de vehículos a domicilio con los más altos estándares de calidad, eficiencia con el fin de preservar el medio ambiente y brindar el mejor servicio a nuestros clientes

1.2 Objetivos específicos:

- Seleccionar la mejor ubicación de la empresa para la disponibilidad al público.
- Conocer el perfil de los consumidores potenciales.
- Conocer la oferta y demanda del servicio de lavado en seco y a domicilio.
- La garantía de nuestro trabajo para mejorar las condiciones de vida de los clientes y preservar el medio ambiente.

2. Misión

Somos una empresa que ofrece el mejor servicio de lavado y embellecimiento de automóviles de manera rápida y precisa con los mejores servicios y promociones para los clientes mediante un personal capacitado

3. Visión

En el año 2016 ser la empresa líder en servicios y embellecimiento automotriz con los más altos estándares de calidad con eficiencia y profesionalismo comprometiéndonos en atender las necesidades de la comunidad y el entorno ecológico teniendo la mayor productividad apoyados por una excelente tecnología y un gran equipo humano.

4. Descripción Del Negocio

Es un negocio que se dedicara al servicio de lavado de vehículos tanto por dentro como por fuera, el presta de servicio de lavado ,aspirado ,polichado ,limpieza de cojineria ,llantas y rines para ayudar a solucionar la necesidad de los clientes y optimizar su tiempo todo esto será a domicilio y también contaremos con puntos fijos.

Nuestros servicios se realizaran con maquinaria que nos ayuden para el proceso de lavado y los lavados pueden ser en seco y con productos de muy buena calidad y preservando el medio ambiente.

Esperamos que nuestra empresa alcance un posicionamiento alto en el mercado ya que el servicio que se ofrece es innovador y eficiente enfocado para clientes que no les gusta esperar en los lavaderos tradicionales y pueden utilizar su tempo en otras actividades.

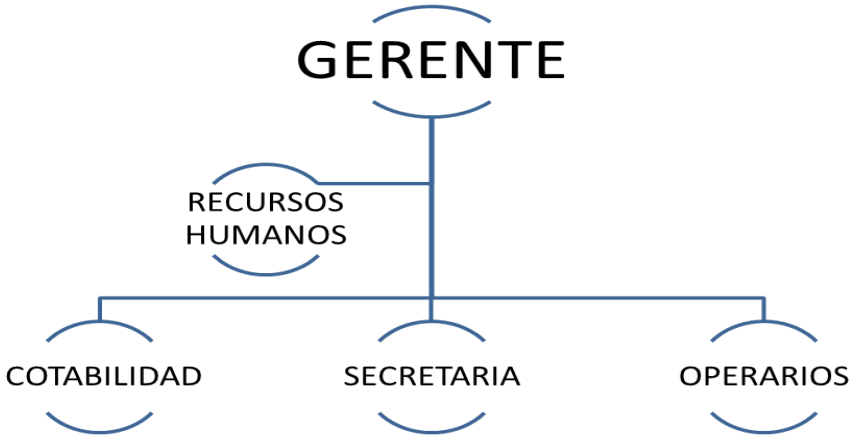
Nuestra empresa proporcionara calidad, buen servicio, honestidad y respeto hacia los clientes son la prioridad

5. **Análisis DOFA**

Debilidades:	**Fortaleza:**
1° Un mal ambiente laboral. 2° Falta de capacitación. 3° Salarios bajos. 4° poca publicidad del negocio	1° Buen ambiente laboral. 2° Conocimiento del mercado. 3° Buena calidad de los productos. 4°Tener personal puntual, eficientes, hábiles y educados
Oportunidades:	**Amenazas:**
1°Competencia débil. 2° Regulación de leyes. 3° Mercado mal atendido (servicio) 4° manejo de la nueva tecnología	1° Mal tiempo (lluvias) 2° nuevos centros de lavado. 3° Regulación de leyes. 4°aumento de precio en los insumos.

MATRIZ DOFA	**Debilidades:** 1° Un mal ambiente laboral. 2° Falta de capacitación. 3° Salarios bajos. 4° poca publicidad del negocio	**Fortaleza:** 1° Buena ubicación. 2° Conocimiento del mercado. 3° Buena calidad de los productos. 4°Tener personal puntual, eficientes, hábiles y educados
Oportunidades: 1°Competencia débil. 2° Regulación de leyes. 3° Mercado mal atendido (servicio) 4° insistencia de servicio	**Estrategia FO** Mejorar el desempeño de los empleados en el servicio de los clientes para una mejor satisfacción F4 Y O3	**Estrategia DO** Hacer uso de las nuevas tecnologías para informar a la comunidad de nuestros servicios D4 YO4
Amenazas: 1° Mal tiempo (lluvias) 2° nuevos centros de lavado. 3° Regulación de leyes. 4°aumento de precio en los insumos.	**Estrategia FA** El conocimiento en el mercado es favorable para instruir al cliente para que diferencie nuestro servicio con el de la competencia F2 Y A2	**Estrategia DA** Motivar a los empleados con comisiones por repartir publicidad más llamativa que la de la competencia y mejorar los ingresos D3 Y A2

6. **Organigrama**



7. **Análisis del mercado**

Analizamos las empresas que trabajan en el sector y podemos identificar que ninguna ofrece nuestro servicio y hemos identificado la necesidad de los clientes que siempre buscan distinta maneras de optimizar su tiempo.

Debido a esta razón podemos realizar una estrategia para dar a conocer los beneficios del servicio a domicilio ofreciendo comodidad que se puede realizar en sus hogares, oficinas o el lugar escogido por el cliente.

Las instituciones que se pueden realizar alianzas estratégicas son:

Centros comerciales

Hacer publicidad con los productos de limpieza para automóviles.

7.1 Segmento del mercado

Publico:

Personas promedio de edad de 18 años a 70 años

Nivel económico: medio alto

Territorio: Bogotá

Población: de todo tipo

Clima: seco

Accesible para todo publico

Clientes potenciales

Personas te tengan vehículos

Ventaja competitiva: Nuestra mayor principal ventaja es la competitiva y contar con tecnología de punta y Servicio a domicilio, productos que cuiden el medio ambiente, y con personal totalmente capacitado

7.2 Estrategia del servicio

Ofreceremos un servicio a domicilio de lavado de autos y nuestro enfoque estará en las zonas residenciales, centros comerciales. Y pretendemos cubrir la necesidades de los clientes acompañado de un excelente atención optimizar del tiempo, productos de

primera calidad, tarjetas con acumulación de puntos para descuentos en los próximos servicios, la garantía que se ofrece es hacer una inspección por parte del personal administrativo y atención oportuno

7.3 Producto

Ofrecer servicios básicos de lavado de vehículos a domicilio con embellecimiento interior y exterior.

7.4 Precio

Los precios varían dependiendo del servicio que sea contratado

Valor aproximado $ 20.000 básico.

7.5 Plaza

Se realiza cuando el cliente solicite el servicio. Nosotros damos el servicio directamente

7.6 Promoción

Ofertas:

- Ofreceremos descuentos por fidelidad a nuestro servicio con más de 5 lavados obsequiaremos un servicio sencillo.
- Para clientes de empresas es ofrecer tarifas especiales..
- Repartiendo publicidad con tarifas especiales Publicidad por redes sociales.

8. Balance General

"WHELL CLEANING"

NIT. 900. 858.888 -5

A JUNIO 4 DE 2015

Activo		Pasivos
Activo corriente		Pasivos corrientes
Disponible	75 000000	Costos y gastos
Caja		
Bancos	75 000000	
Total activo corriente		Total pasivo corriente
Activo no corriente		Obligaciones financieras
75000000		
Propiedad planta y equipo		Impuestos
Total activo no corriente		Total pasivo
75000000		
Total activo	75 000000	Patrimonio
		Capital social
		Total patrimonio

Total pasivo + patrimonio = 75.000.

INVENTARIO DE PATIO INICIAL

1. Tanques de almacenamiento de agua, 2 unidades de 2000 litros
2. Hidrolavadora 2 unidades
3. Compresor 1 unidad
4. Polichadora 2 unidades
5. Aspiradoras 2 unidades
6. Mangueras 2 unidades de 100 metros
7. Pistola de presión 2 unidades
8. Almorol para llantas y tableros para protección
9. Ambientador 2 cuñetes
10. Cepillos 8 unidades
11. Canecas 8 unidades
12. Desengrasante 2 cuñetes
13. Cera 2 cuñetes
14. Limpiavidrios 2 cuñetes
15. Bayetilla 16 unidades
16. Jabón líquido 2 cuñetes

INVENTARIO DE AREA ADMINISTRATIBA INICIAL

1. Computadores 2 unidades
2. Impresoras 2 unidades
3. Archivador 2 unidad
4. Escritorio 2 unidades
5. Sillas 6 unidades
6. Papeleras 2 unidades
7. Resmas de papel 2 unidades
8. Calculadoras 2 unidades
9. Caja de esferos 2 unidades x 12
10. Carpetas colgantes 12 unidades
11. Az 4 unidades
12. Perforadora 2 unidades
13. Cosedora 2 unidades
14. Recibos de caja menor 2 talonarios

INVENTARIO			
MAQUINARIA	CANTIDAD	VALOR Und	VALOR TOTAL
COMPRESOR 2,5 HP 4 GALONES 135PSI	1	$979,900	$979,900
HIDROLAVADORA	1	$4,500,000	$4,500,000
TANQUES DE ALMACENAMIENTO DE AGUA	2	$449,900	$899,800
ASPIRADORA	2	$400,900	$801,800
POLICHADORA	2	$139,900	$279,800
PISTOLA	2	$90,800	$90,800
MANQUERA DE 6 METROS	2	$64,900	$129,800
INVENTARIO			
INSUMOS	CANTIDAD	VALOR Und	VALOR TOTAL
JABON LIQUIDO	2	$150,000	$300,000
ALMOROL	2	$25,000	$50,000
CERA AUTOBRILLANTE	2	$124,500	$249,000
DESENGRASANTE	2	$120,000	$240,000
LIMPIAVIDRIOS	2	$60,000	$120,000
AMBIENTADOR	2	$120,000	$240,000
CANECAS	8	$5,000	$40,000
CEPILLOS	8	$3,500	$28,000
BALLETIYA	16	$2,000	$32,000

“WHELL CLEANING”

NIT: 900858888-5

NOMINA PARA PAGO DE SUELDO

PERIODO DE PAGO: MES DE AGOSTO DE 2015

NOMBRE DEL EMPLEADO	SUELDO BASICO	DIAS LIQUIDADOS	TOTAL DEVENGADO
NIDIA GUTIERREZ	720.000	30	720.000
EDITH BELTRAN	720.000	30	720.000
ALVARO GOMEZ	720.000	30	720.000
MANUEL PEÑA	720.000	30	720.000
JONNY GARCIA	820.000	30	820.000

SALUD	PENSION	NETO A PAGAR
29.300	29.300	661.400
29.300	29.300	661.400
29.300	29.300	661.400
29.300	29.300	661.400
29.300	29.300	761.400

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO
DEPRECIACION EN LINEA RECTA

El gasto por depreciación de los muebles y equipos es calculado sobre el costo por el método de línea recta en función de la vida útil probable, de acurdo con las siguientes

TASAS

Muebles y equipos de oficina	10%
Equipos de cómputo y comunicación	10%

"WHELL CLEANING"
NIT. 900. 858.888 -5
ESTADO DE RESULTADOS
PERIODO 4 DE JUNIO AL 30 DE AGOSTO 2015

INGRESOS OPERACIONALES	
Servicio	10. 000.000
Descuentos	(800.000)
INGRESOS NO OPERACIONALES	
Parqueadero de vehículos	2.000.000
Parqueadero de motos	1.500.000
TOTAL INGRESOS	12.700.000
SERVICIOS CONTRATADOS	
Administración	(820.000)
Contabilidad	(720.000)
Operarios	2.160.000
GASTOS	
Gastos	
Servicio de agua	(1.000.000)
Servicio de luz	(500.000)
Servicio teléfono	(200.000)
Mantenimiento	(600.000)
Arriendo	(4.000.000)
TOTAL GASTOS	7.840.000
RESULTADO DEL EJERCICIO	4.860.000

LABORANDO HACIA EL FUTURO

FUNDACION CIVICA BUENOS AIRES

Docentes: Fredy Bautista, Jheison Guerrero

Trabajo empresarial

Estudiantes: Luz Mila Rojas, Zoraida Corzo, Yolanda Rozo

Fecha de entrega: 11 de Septiembre del 2015

Misión

Confeccionar prendas de calidad y diseño con el valor agregado de la personalización según lo requieran nuestros clientes y vender prendas de excelente calidad, mejorando nuestros precios para la satisfacción y exigencias de nuestros clientes para así convertirnos en una empresa más competitiva que asegure nuestros procesos de mejoramiento continuo asegurando nuestra permanencia en el mercado incrementando al mismo tiempo el bienestar de nuestros trabajadores y nuestro aporte a la sociedad.

Visión

Posicionarnos en el mercado como una empresa exitosa y socialmente responsable con gran reconocimiento a nivel nacional gracias a nuestros productos, calidad, precios y servicio, siempre respetando los derechos y el trabajo tanto de nuestros colaboradores como de nuestros clientes, para así seguir creciendo y poder ofrecer nuestros productos en todo el interior del país.

Fortalezas del personal de la empresa

- Tenemos el conocimiento en la rama en la cual nos desempeñamos
- Somos excelente vendedoras
- Somos personas proactivas

Debilidades

- Falta de recursos económicos para desplazarnos al sitio donde se dictan las capacitaciones que quedan fuera de la localidad ya que la moda va cambiado.
- Falta de conocimiento en el mercado mercantil que es la base del negocio.
- Falta decoración, iluminación y organización de los productos ya que es importante a la vista de mis clientes.

Amenazas

- Alta competencia alrededor de mi negocio.
- El personal no este lo suficientemente capacitado para manejar el área que se le asigno.
- El mantenimiento de las maquinarias.

Oportunidades

- Aprovechare al máximo esta oportunidad que Dios y la universidad LA SALLE me brinda, igual a todas las capacitaciones a las cuales pueda asistir para hacer una buena empresaria.
- La oportunidad que nos da la fundación SAINVILLE para capacitarnos y también nos ayudan a vender nuestros productos.
- Comercializar los productos con precios competitivos.

1. Análisis del entorno empresarial

Evaluar que instituciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instituciones se puede realizar alianzas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan.

- Fundación SAIMVILLE(convenio en cuanto a capacitación)
- Ventas

2. Análisis del mercado potencial

CONCEPTO	N°
Número de personas en la zona donde piensan vender su producto o servicio	252817
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	25
Establecer la cantidad que compran por periodo	20
Establecer la cantidad del productos o servicios a ofrecer	1

3. Segmento del Mercado: Publico Objetivo

Amas de casa de 30 a 60 años

4. Ventajas competitivas

TECNOLOGIA (contar con un producto eficiente y de calidad)

5. Análisis de la competencia

Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			tipo de clientes que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el prodicto?	¿A que precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
DANIEL		X		Amas de casa	Actitud de servicio	Venta directa	$16.000
J M C			X	Amas de casa	Ubicación	Venta directa	$16.000

6. Estrategias de mercadeo

6.1. Estrategias de producto o servicio.

Enumerar de manera correcta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.). Resaltar las ventajas y beneficios diferenciales con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

- Calidad
- Eficiencia
- Innovación
- Economía

6.2. Estrategia de precio

¿Cuál será el precio del producto?	$ 15.000
¿Cómo se ha determinado el precio?	Por costeo cuánto vale los materiales (materia Prima)
¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido?	Introducción al mercado
Otra información relevante para la fijación de precios Investigación, estudio a nivel sectorial y zona franca.	

6.3. Estrategia de distribución (plaza)

Enumerar de una manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Venta directa, elimina interferencias en la comunicación, ya que es persona a persona permitiendo conocer con gran precisión la opinión de los clientes. Y atreves del marketing.

6.4. Estrategia de promoción

¿Qué se hará para promocionar el negocio?	Abrir una página web gratuita. Abrir una cuenta en Facebook Y utilizar más redes sociales
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	
Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos Perifoneo, volantes	

NTR PHOTO SPORT S.A.S

PLAN DE NEGOCIOS

‘’NTR PHOTO SPORT S.A.S’’

Presentado por:

Valery Tatiana Almeida Cepeda

(98103167698)

Presentado a:

Jheison Guerrero

Freddy Bautista

‘’NTR Photo Sport S.A.S’’

Idea:

Canchas de futbol cinco junto a un paquete fotográfico con el fin de entregar al cliente sus mejores momentos en el transcurso del juego, manejando una excelente calidad y un buen servicio.

Se manejan diversas tarifas teniendo en cuenta las edades, el tiempo que pase en el establecimiento.

Nombre:

NTR Photo Sport S.A.S

Visión

Que **NTR Photo Sport S.A.S** en tres años sea reconocida en la ciudad por el satisfactorio servicio que se ofrece a quienes visitan el lugar.

Misión:

NTR Photo Sport S.A.S consiste en un sitio que ofrece un excelente servicio a sus clientes, buscando que estos se encuentren cómodos disfrutando y si quieren al finalizar la actividad tendrán recuerdos del momento de diversión que han pasado en la cancha cumpliremos sus expectativas en fotografías y/o videos, para lograr lo dicho anteriormente trabajaremos constantemente con una buena actitud.

Objetivos:

-En cinco años abrir más de cuatro establecimientos en la ciudad y si es posible expandirse a nivel nacional.

-Hacer torneos entre los clientes manejando varias categorías para llamar la atención

-Obtener una gran rentabilidad siendo líderes en el mercado.

-Tener una cantidad mínima (10) de empleados que desarrollen sus labores con la mejor actitud y se especialicen en la misma.

ANALISIS DOFA

DEBILIDADES:	**OPORTUNIDADES:**
1-Falta motivación o perdida de la misma ante dificultades 2-Mal ambiente laboral 3-Falta de capacitación 4-No contar con la suficiente publicidad	1-La inexistencia de competencia 2-Mercado mal atendido
FORTALEZAS:	**AMENAZAS:**
1-Pioneros en el mercado 2-Buena tarifa y calidad en el servicio al cliente 3-Mayor captación de clientes 4-Experiencia en cada área, buena mano de obra 5-Recursos innovadores 6-El ambiente permite crear apego por parte de los clientes al lugar	1-Aumento de precios en insumos 2-Puede presentarse la competencia agresiva 3-El servicio se presente solo por ciertas temporadas 4-Riesgo de inventario 5-Precio

CONTABILIZACION CREACION EMPRESA

Metro cuadrado (2) 2'135.936

PRODUCTO	*CANTIDAD*	*VALOR UNIDIDAD*	*TOTAL*
Balones golty	10	85.000	850000
Juego arcos de futbol cinco	2	990.000	1980000
Mallas Arcos	4	210.000	840000
Petos	24	9.000	216000
Guantes (2pares)	2	42.900	85800
Filtro purificador agua 24litros	1	150.000	150000
Tripode canon	1	39.000	39000
Canon profesional	1	2.849.000	2849000
Puffs de lona	4	40.000	400000
Sudadera adidas (empleados MYH)	15	60.000	900000
Kit iluminacion fotografia	1	320.000	320000
Impresora fotografica	1	389.900	389900
Kit de tinta + papel fotografico	1	99.000	99000
INFORMACION TOMADA DE:		subtotal	84150000000,00
http://www.mercadolibre.com.co		iva	10939500000
		valor total	**95089500000,00**

CIUU

Nombre disponible en la actividad que NTR Photo Sport quiere realizar.

ESTUDIO DE MERCADEO

Clientes potenciales:

•Los que sienten gusto por este deporte.

•Universitarios y trabajadores que buscan salir de la rutina

Estrategias comerciales:

•En la primera visita el servicio de fotografía será de muestra para incentivar a los clientes a volver.

•Torneos

Edad	Hora(precio)
05-15	25.000
15-20	30.000
20-30	45.000
30-40	55.000
40-55	60.000

Los precios no son muy altos comparando a la competencia, y teniendo en cuenta que de aquí sale presupuesto para las fotografías.

ANALISIS DE LAS 5 W's

¿Quiénes?

¿Quiénes son nuestros clientes actuales y potenciales?

- Todo tipo de persona, que esté dispuesto a pasar un rato agradable en compañía de seres queridos disfrutando un bueno partido y sobre todo de un trato confortable por parte del personal.

-potenciales aquellos que visitan el lugar con mayor frecuencia

•Demografía:

Edad: de 5 a 55 años

Género: Mixto

Ingresos: Son cómodos a sus presupuestos y se manejan por edad y horas *puede

disminuir o aumentar*

•Geografía

Territorio: Santa Bárbara Central (Ubicado entre calles 116 y 127 y entre carreras 9 y 15)

Población: 544 924 hab.

Clima: Templado

¿Quiénes compran nuestro producto realmente?

-Personas que saben jugar

-Quienes quieren disfrutar un rato de bueno ambiente

¿Quiénes son los que más influyen en la decisión de compras?

Los jóvenes que piden a sus padres pasar tiempo más agradable realizando una actividad deportiva que les permite diversión y salud

¿Qué?

¿Qué hacen los clientes con nuestro producto?

Pasan tiempo con seres queridos disfrutando de un hermoso deporte además si gustan obtienen fotografías y/o videos que les permite revivir sus momentos en la cancha

¿En qué cantidad y en que combinación se compran nuestros productos?

No es en cantidad sino en tiempo y calidad de servicio que la empresa le brindara a los clientes en el transcurso que visite la instalaciones

¿En qué se diferencian los usuarios frecuentes de los que compran con poca frecuencia?

Los clientes con mayor frecuencia recibirán un día libre junto a su familia en el que

podrán elegir entre un rato agradable en las canchas junto a un obsequio fotográfico

¿Dónde?

¿Dónde compran los clientes nuestro producto?

Vía la Calera (lugar) o por teléfono puede apartar un espacio

¿El comercio electrónico tiene algún efecto en la compra de nuestros productos?

Tal vez en el momento de adquirir enceres para prestar los servicios

¿Cuándo?

¿El consumo y compra de nuestros productos son por temporadas o constantes?

Puede llegar a generar más ingresos los fines de semana ya que es cuando las familias o amigos se reúnen a compartir de su tiempo. Y por otro lado por los jóvenes que son los más interesados por el juego.

¿La compra o el consumo de nuestros productos varían con base en los cambios del entorno?

Si, puede que nos visiten mucho más en temporadas de vacaciones o cuando se estén jugando torneos importantes que contagian a la gente

¿En qué grado las promociones afectan la compra y el consumo de nuestro producto?

¿Por qué?

¿Por qué los clientes compran nuestro producto?

Visitan las instalaciones porque desean compartir un tiempo agradable con seres queridos y porque no es como otras ‘’canchas de futbol cinco’’ NTR Photo Sport S.A.S

cuenta con un paquete fotográfico que le permite observar su comportamiento dentro de las canchas, lo hará sentir como un deportista en una final, la emoción será más elevada al igual que la felicidad

¿Cómo accederían los clientes a mi producto?

Acercándose al lugar o por medio de una llamada pueden solicitar tiempo en nuestro establecimiento

¿Cuáles son las características que ofrecen mi producto y los de mi competencia?

Mi competencia puede brindar un servicio cómodo, económico y muy similar al mío pero con la diferencia de que mi empresa busca dar más que un tiempo para un juego, es entregar fotografías y/o videos que le quedaran como recuerdo para que más adelante pueda compartir con personas importantes.

¿Cuáles son las necesidades de nuestros clientes cambien en el futuro, si es así de qué manera?

¿Qué métodos de pago utilizara?

Efectivo o por tarjetas de débito, todo depende de la comodidad que esto implique en el cliente. Aunque se debe tener en cuenta que las tarifas que manejamos son muy económicas

¿Cómo podemos desarrollar mantener o mejorar, las relaciones con nuestros clientes?

Primero que todo el trato que se maneje entre cliente y trabajador, con torneos entre los mismos que se pueden ir implementado con el paso del tiempo y sobre todo llenando expectativas mas no cumpliendo caprichos.

EXTRATEGIAS ANALISIS DOFA

Factores int / Factores Ext	**Fortalezas** 1-Pioneros en el mercado 2-Buena tarifa y calidad en el servicio al cliente 3-Mayor captación de clientes 4-Experiencia en cada área, buena mano de obra 5-Recursos innovadores	**Debilidades** 1-Falta motivación o perdida de la misma ante dificultades 2-Mal ambiente laboral 3-Falta de capacitación 4-No contar con la suficiente publicidad
Oportunidades 1-La inexistencia de competencia 2-Mercado mal atendido	**FO** 1.El servicio cuenta con un gran servicio que ofrece tendencias innovadores que atraerán al cliente por una tarifa mínima con F1+F2+F5+O2	**DO** 1Buscar una publicidad buena y económica que nos permite competir sanamente teniendo en cuenta la inexistencia de competencia D4+O1
Amenazas 1-Aumento de precios en insumos 2-Puede presentarse la competencia agresiva 3-El servicio se presente solo por ciertas temporadas 4-Precio	**FA** 1 Como somos pioneros en el mercado podemos sujetarnos en esta base y podremos combatir con la amenaza #3 ya que podemos innovar hasta realizando torneos. Para llamar atención de los clientes F1+F3+A3	**DA** **1** Tratar de tener una buena publicidad de lo que ofrece el establecimiento y un ambiente bueno en el mismo para que en el momento que la competencia este fuerte tengamos buenas bases para competir. D4+D2+A2

ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS

Mano de obra directa:

30.000 el día

Costos servicios públicos:

Agua por metros cúbicos y Energía eléctrica son los servicios que la empresa hará uso.

Costos de comercialización:

Median carteles se hará la publicidad y dependiendo el tamaña y estilo se manejan presupuestos mínimo de $200.000 hasta $500.000

Costos financiación:

Préstamo de $25’000.000

PROYECTO EMPRESARIAL

URBAN STILE CANDREY S.A.S

ANDREA YICEL CAICEDO CARVAJAL

ALISON MICHEL FORERO CAICEDO

KAREN DAYANA FORERO CAICEDO

DIRIGIDO A: JEISON ALEXANDER GUERRERO
Y FREDY BAUTISTA

BOGOTA D.C

INTRODUCCIÒN

Mediante el tiempo hemos visto que cada día las mujeres y los hombres se preocupan más por su apariencia física, por versen mejor; este cambio en la sociedad ha llevado a la juventud y población, a interesarse por estudiar belleza y en este orden de ideas; cada día salen más profesionales en uñas hermosas, cabellos con los mejores tintes, maquillajes; entre otros más aspectos de belleza, que van creando sus propias microempresas y de estas, algunas van creciendo pero otras no creen con el mismo comportamiento sino que por el contrario fracasan o crecen y duran poco tiempo.

INDICE

- Misión y visión 1
- Logo.....2
- Objetivos de la empresa 3
- Análisis Dofa 4
- Organigrama 5
- Acta de constitución 6
- Balance inicial.....7
- Código CIUU y actividad económica 8
- Contabilización creación de la empresa ….....9
- Costos y gastos.....10
- Mercadeo.....11
- Costos de venta.....12
- Concluciones.....13
- Estrategias……14

MISIÓN

Urban Style Candrey es una microempresa que nace con el fin de suplir las necesidades mediante la prestación de servicios integrales de Belleza y cuidado de la imagen de sus clientes manejando los más altos estándares de servicio y calidad.

VISIÓN

Ser la primera peluquería en posicionarnos con las preferencias de nuestros clientes atreves de la prestación de servicios en belleza calidad e imagen y de este modo en el año 2018 ser reconocida a nivel Nacional.

LOGO:

OBJETIVOS DEL NEGOCIO

OBJETIVOS GENERALES

La peluquería Urban Style Candrey tiene como prioridad brindar un espacio de estética y cuidado personal al servicio de cualquier persona en el que se puedan encontrar profesionales, productos y servicios de la mejor calidad dentro de un ambiente cómodo e innovador.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Brindar un lugar conveniente para la prestación de servicios estéticos con unas instalaciones aptas para esto y en las mejores condiciones.
- Poner al servicio de los usuarios las técnicas y conocimiento de un personal bien capacitado en las técnicas y cuidado personal.
- Ofrecer los mejores servicios y productos.
- Llegar a ampliar nuestro mercado de belleza Nacionalmente para el alcance de los usuarios.
- Brindarle una buena atención a personas de bajos y altos recursos económicos.
- Dar nuevas tendencias en cortes, tintes y mucho más.
- Tener buenas opciones de oferta para el gusto y alcance del cliente.
- Tener una buena comunicación para el buen desempeño de nuestros trabajadores.

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Urban Style Candrey ofrece el cuidado y tratamiento de tu cabello realizando todo tipo de técnicas de corte de cabello, coloración, decoloración, estilismo y diseño de barba, cejas, pestañas y uñas.

ANALISIS DOFA

FORTALEZAS

- Personal calificado al servicio
- Buen ambiente laboral
- Experiencia en el Ramo
- Conocimiento del mercado
- Negocio Familiar
- Experiencia
- Dedicación del dueño
- Buena calidad del producto

DEBILIDADES

- Mal ambiente laboral
- Toma de decisiones sin planear
- falta de capacitación
- Deterioro de la maquinaria
- Salarios bajos
- Solo uno tiene experiencia
- Falta de motivación

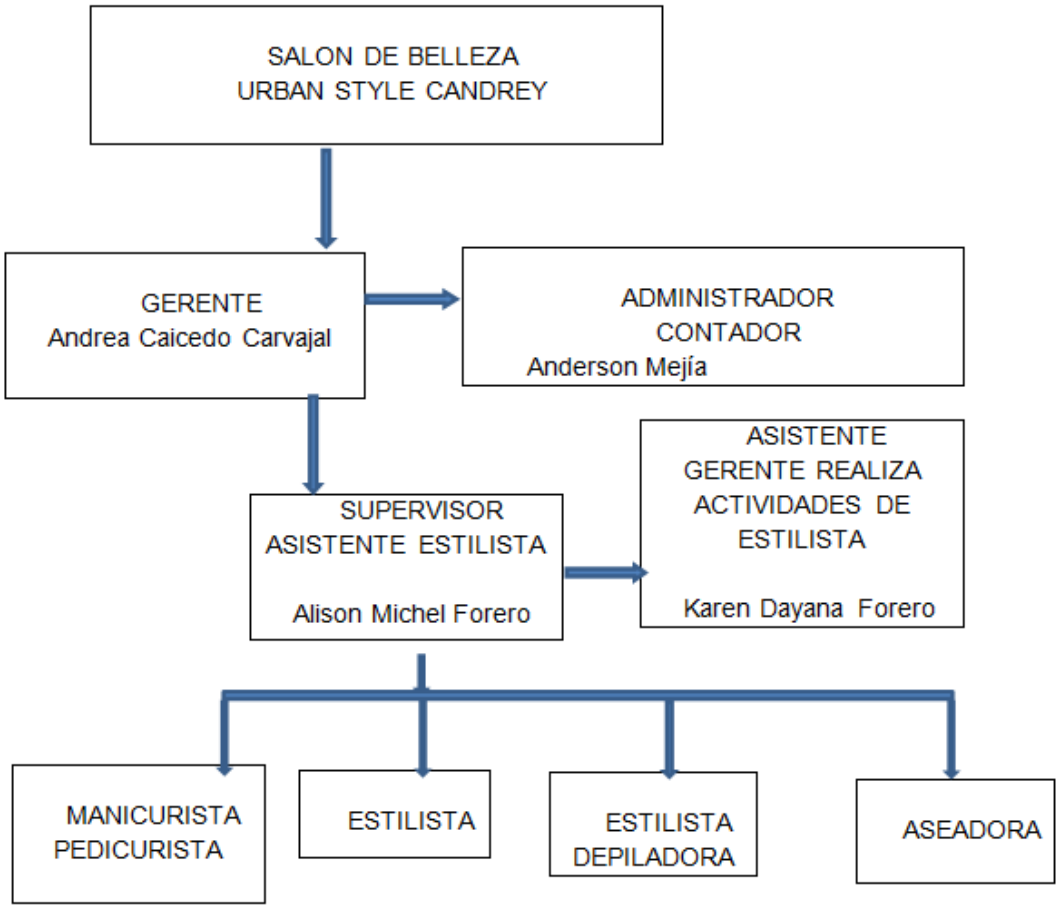
OPORTUNIDADES

- Competencia débil
- Mercado asequible
- Mercado mal atendido
- Buena ubicación del negocio
- Inasistencia de competencia
- Entorno empresarial poderoso
- Voz a voz

AMENAZAS

- Regulaciones
- Uso del nombre de la empresa
- Competencia agresiva

ORGANIGRAMA



ACTA DE CONSTITUCIÓN

En la ciudad de Bogotá Distrito Capital, República de Colombia, el 01 de Junio del año 2015, ANDREA YICEL CAICEDO CARVAJAL , mayor de edad, identificado con Cedula de Ciudadanía número 40.047.844 expedida en Tunja-Boyacá, de estado civil Unión Libre domiciliado en la ciudad de Bogotá en la dirección Cra 7 A Este 89-48 Sur, y MIGUEL ANUAR FORERO CASTRO mayor de edad identificado con Cedula de Ciudadanía número 7179365 expedida en Tunja-Boyacá, de estado civil Unión Libre, domiciliado en la ciudad de BOGOTA en la dirección Cra 7 A Este 89-48 Sur, quien para todos los efectos se denominarán los constituyentes, mediante el presente escrito manifestamos nuestra voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

ARTÍCULO PRIMERO

Tipo o especie de sociedad que se constituye

La sociedad que se constituye por medio de este documento es por acciones, del tipo Sociedad por Acciones Simplificada, esta se regirá por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos, por las normas que de manera especial regulan esta especie de compañía en Código de Comercio y por las generales que en la anterior normativa rigen para las sociedades, teniendo en cuenta que tanto las especiales como las generales sean compatibles con su calidad de una Sociedad por Acciones Simplificada.

ARTÍCULO SEGUNDO

Domicilio social

La compañía tendrá como domicilio principal la ciudad de BOGOTA, pero podrá abrir sucursales o agencias en cualquier parte del territorio nacional, para lo cual se procederá como aparece previsto en las normas legales.

ARTÍCULO TERCERO

NOMBRE DE LA SOCIEDAD La sociedad actuará bajo la denominación Urban Style Candrey S.A.S

ARTÍCULO CUARTO

TÉRMINO DE DURACIÓN La sociedad tendrá un término de Duración INDEFINIDO, pero podrá disolverse anticipadamente cuando sus accionistas así lo decidan.

ARTÍCULO QUINTO

OBJETO SOCIAL La sociedad tendrá por objeto, el desarrollo de las siguientes

Actividades:

a) Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas Urban Style Candrey

b) Servicio al cliente

ARTÍCULO SEXTO

CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO El capital autorizado de la sociedad está expresado en PESOS y es de 20.000.000, divididos en Doscientas (200)

acciones, cuyo valor nominal es de 100.000 pesos para un valor total de 20.000.000 de pesos, capital que se encuentra suscrito y pagado en dinero en su totalidad, La clase de acciones aquí suscrita son de clase ORDINARIAS. Parágrafo.- El capital suscrito podrá aumentarse por cualquiera de los medios que admite la Ley, igualmente, podrá disminuirse con sujeción a los requisitos que la Ley señala, en virtud de la correspondiente reforma estatutaria, aprobada por sus accionistas e inscrita en el registro mercantil:

ACCIONISTAS	N° ACCIONES	CAPITAL	%
ANDREA YICEL CAICEDO CARVAJAL	100	10.000.000.00	50%
MIGUEL ANUAR FORERO CASTRO	100	10.000.000.00	50%
TOTAL	**200**		**100%**

ARTÍCULO SEPTIMO

Características de las acciones

Las acciones de la sociedad en que se halla dividido su capital son de clase:

OTORGANTES	TIPO DE ACCION	CANTIDAD
ANDREA YICEL CAICEDO CARVAJAL	ACCION ORDINARIA	100
MIGUEL ANUAR FORERO CASTRO	ACCION ORDINARIA	100

ARTÍCULO OCTAVO

TÍTULOS DE LAS ACCIONES A cada uno de los accionistas se le expedirá un solo título representativo de sus acciones, a menos que prefieran tener varios por diferentes cantidades parciales del total que le pertenezca. El contenido y las características de los títulos se sujetarán a lo preceptuado en las normas legales correspondientes. Mientras el valor de las acciones no hubiere sido pagado totalmente, la sociedad sólo podrá expedir certificados provisionales. Para hacer una nueva inscripción y expedir el título al adquirente, será menester la previa cancelación de los títulos del tridente.

ARTÍCULO NOVENO

LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES La sociedad llevará un libro de registro de acciones, previamente registrado en la cámara de comercio correspondiente al domicilio principal de la sociedad, en el cual se anotará el nombre de cada accionista, la cantidad de acciones de su propiedad, el título o títulos con sus respectivos números y fechas de inscripción, las enajenaciones y traspasos, las prendas, usufructos, embargos y demandas judiciales, así como cualquier otro acto sujeto a inscripción según aparezca ordenado en la Ley.

ARTÍCULO DECIMO

EMISIÓN DE ACCIONES Corresponde a los accionistas decidir sobre la emisión de acciones de que disponga la sociedad y que se encuentren en la reserva.

ARTÍCULO DECIMO PRIMERO

REGLAMENTO DE EMISIÓN DE ACCIONES Corresponde a los accionistas constituyentes expedir el reglamento aplicable a la suscripción de las acciones reservadas, ordinarias y de capital emitidas por la sociedad.

ARTÍCULO DECIMO

SEGUNDO GERENCIA La representación legal de la sociedad y la gestión de los Negocios sociales estarán a cargo de un GERENTE, a su vez la sociedad podrá nombrar un SUBGERENTE, quien reemplazará al gerente en sus ausencias temporales y absolutas contando con las mismas atribuciones que el gerente cuando éste entre A reemplazarlo.

ARTÍCULO DECIMO TERCERO

FACULTADES DEL GERENTE El gerente está facultado para ejecutar, a nombre de la sociedad, todos los actos y contratos relacionados directamente con el objeto de la sociedad, sin límite de cuantía. Serán funciones específicas del cargo, las siguientes:

a) Constituir, para propósitos concretos, los apoderados especiales que considere necesarios para representar judicial o extrajudicialmente a la sociedad. b) Cuidar de la recaudación e inversión de los fondos sociales. c) Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos y demás operaciones de la sociedad. d) Velar por el cumplimiento oportuno de todas las obligaciones de la sociedad en materia impositiva.

e) Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales. f) Designar las personas que van a prestar servicios a la sociedad y para el efecto celebrar los contratos

que de acuerdo a las circunstancias sean convenientes; además, fijará las remuneraciones correspondientes, dentro de los límites establecidos en el presupuesto anual de ingresos y egresos. g) Celebrar los actos y contratos comprendidos en el objeto social de la compañía y necesarios para que esta desarrolle plenamente los fines para los cuales ha sido constituida. h) Cumplir las demás funciones que le correspondan según lo previsto en las normas legales y en estos estatutos. Parágrafo.- El gerente queda facultado para celebrar actos y contratos, en desarrollo del objeto de la sociedad, con entidades públicas, privadas y mixtas.

ARTÍCULO DECIMO CUARTO

RESERVAS La sociedad constituirá una reserva Legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito y se formará con el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Los accionistas podrán decidir, además, la constitución de reservas voluntarias, siempre que las mismas sean necesarias y convenientes para compañía, tengan una destinación específica y cumplan las demás exigencias legales.

ARTÍCULO DECIMO QUINTO

UTILIDADES No habrá lugar a la distribución de utilidades sino con base en los estados financieros de fin de ejercicio, aprobados por sus accionistas, aprobación que se presume por el hecho de la certificación mientras ocupe el cargo de gerente. Tampoco podrán distribuirse utilidades mientras no se hayan enjugado las pérdidas de ejercicios anteriores que afecten el capital, entendiéndose que las pérdidas afectan el capital cuando a consecuencia de las mismas se reduzca el patrimonio neto por debajo

del monto del capital suscrito. Las utilidades de cada ejercicio social, establecidas conforme a los estados financieros aprobados con los que estén de acuerdo sus accionistas, se distribuirán con arreglo a las disposiciones siguientes y a lo que prescriban las normas legales. 1.- El diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas después de impuestos se llevará a la reserva legal, hasta concurrencia del cincuenta por ciento (50%), por lo menos, del capital suscrito. Una vez se haya alcanzado este límite quedará a decisión de los accionistas continuar con el incremento de la reserva, pero si disminuyere será obligatorio apropiar el diez por ciento (10%) de las utilidades líquidas hasta cuando dicha reserva llegue nuevamente al límite fijado. 2.- Efectuada la apropiación para la reserva legal se harán las apropiaciones para las demás reservas que, con los requisitos exigidos en la Ley, decidan sus accionistas. Estas reservas tendrán destinación específica y clara, serán obligatorias para el ejercicio en el cual se hagan, y el cambio de destinación o su distribución posterior sólo podrán autorizarse por los accionistas. 3.- Si hubiere pérdidas de ejercicios anteriores, no enjugados que afecten el capital, las utilidades se aplicarán a la cancelación de tales pérdidas antes de cualquier apropiación para reservas legales, voluntarias u ocasionales. 4.- Las apropiaciones para la creación o incremento de reservas voluntarias u ocasionales, deberán ser aprobadas por sus accionistas. 5.- El remanente de las utilidades, después de efectuadas las apropiaciones para reserva legal y para reservas voluntarias u ocasionales, se destinarán al pago del dividendo de cada accionista.

ARTÍCULO DECIMO SEXTO

DISOLUCIÓN DE LA SOCIEDAD La Sociedad se disolverá por decisión de sus accionistas o cuando se presente alguna de las causales previstas en la Ley y compatibles con la Sociedad por Acciones Simplificada constituida por medio de este documento. La disolución, de acuerdo a causal presentada, podrá evitarse con sometimiento a lo prescrito en la normativa comercial para el efecto.

ARTÍCULO DECIMO SEPTIMO

LIQUIDADOR El liquidador y su suplente serán designados por los accionistas y esta designación, una vez ellos manifiesten la aceptación, se llevará a cabo su inscripción en el registro mercantil.

ARTÍCULO DECIMO OCTAVO

PROCESO DE LIQUIDACIÓN Cuando

Se trate del denominado proceso de liquidación privada o voluntaria, se seguirán las normas que aparecen en

Los artículos 218 y siguientes del Código de Comercio.

ARTÍCULO DECIMO NOVENO

TRANSITORIO -NOMBRAMIENTOS El cargo de GERENTE será ocupado por, **ANDREA YICEL CAICEDO CARVAJAL**, identificado con Cedula de Ciudadanía número **40.047.844** de Tunja-Boyacá y se nombra como SUBGERENTE a **MIGUEL ANUAR FORERO CASTRO**, con Cedula de Ciudadanía número **7.179.365** de Tunja-

Boyacá. Ambas personas estando presentes en este acto constitutivo, aceptan los cargos para los cuales fueron designados.

ARTÍCULO VIGESIMO DECLARACIÓN DEL SOCIO CONSTITUYENTE

Los constituyentes de la sociedad LQ ESTRUCTURAS METALICAS SAS, identificado así: Andrea Yicel Caicedo Carvajal, identificado con Cedula de Ciudadanía número 40.047.844 de Tunja-Boyacá y Miguel Anuar Forero Castro, identificado con Cedula de Ciudadanía número 7.179.365 de Tunja-Boyacá.; declaran que la sociedad constituida por medio de este documento privado, reúne los requisitos exigidos por la Ley.

En constancia firman:

ANDREA YICEL CAICEDO CARVAJAL
C.C. 40.047.844 expedida en TUNJA-BOYACA

BALANCE INICIAL

EMPRESA: Urban Style Candrey
Nit: 40.047.844
BALNCE INICIAL:
AÑO 2015

ACTIVO:	
DIPONIBLE	20.000.000
CAJA	0
BANCOS	20.000.000
TOTAL ACTIVO:	
CORRIENTE	20.000.000
ACTIVO NO CORRIENTE:	
Propiedad planta y equipo	0
Total Activo Correspondiente	0
TOTAL ACTIVOS	20.000.000
PASIVO:	
COSTOS Y GASTOS	0
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	0
OBLIGACIONES FINANCIERAS	20.000.000
IMPUESTOS:	0
TOTAL PASIVOS	20.000.000
PATRIMONIO	
CAPITAL SOCIAL:	20.000.000
TOTAL PATRIMONIO	20.000.000
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	20.000.000

CÓDIGO
ACTIVIDAD ECONÓMICA

CODIGO CIU: 9302 Peluquería y otro Tratamiento de Belleza

CONTABILIZACION CREACION DE LA EMPRESA
LINEA MACELL FRANCE

- Tratamiento cubre canas 15.000
- Crema oxigenada 10/20/30/40 Vol. 10.000
- Mascarilla elixir secret complejo anti-edad 25.000
- Tratamiento elixir secreto completo anti-edad 65.000
- Elixir secreto completo anti-edad kit 245.000
- Tratamiento para cabello seco 39.000
- Kit reparación instantánea 210.000
- Tratamiento reparación instantánea 97.000
- Mascarilla reparación instantánea 35.000
- Mascarilla capilar protección color 55.000
- Miraclea tratamiento para cabello 29.000
- Tratamiento mechas Brillantes 110.000
- Tratamiento leave-in cabello tinturado 125.000
- Tratamiento leave-in cabello normal 97.000
- Tratamiento de ajo férula assa 47.200
- Tratamiento antioxidante 35.000
- Texturisant Soin 42.000
- Shampo 60.000
- Acondicionador 60.000
- Geles 83.000
- Suavizante y reparador nocturno 39.000
- Hilos de seda 33.000
- Mascarilla reestructurarte con aceite de argán 46.000
- Kit reestructurarte con aceite de argán 126.000
- Puntas tratamiento capilar 62.000
- Prokeratine creme hydratante 13.000
- Prokeratine igualadora tinturada 13.000
- Prokeratine igualadora normal 13.000
- Mascarilla nutritiva 16.000
- Loción termoprotectora leave on 29.000
- Loción spray for kits 23.000
- Loción cabello graso 42.000
- Loción anticaspa con octopirox 48.000
- Loción abimes 26.000
- Loción tratamiento anti-caída 39.000
- Kit terapia fortificante anti caída 48.000

- Infusión 2023 63.000
- Crema glicolica hombres 19.000
- Crema glicolica 22.000
- Crema masque 28.000
- Céramide Soin 26.000
- Breuvage tratamiento capilar 19.000
- Aviver revitalizante 22.000
- Ampolletas con semillas de lino leave on 36.000
- Ampolletas con Semillas de Lino 36.000
- Ampolletas revitalizantes con semillas de lino natural fresh 38.000
- Ampolletas con heliogenol 36.000
- Ampolletas con ceramidas 36.000
- Ampolletas tratamiento capilar 36.000
- Tijeras 950.000
- Mobiliario 220.000
- Maquinas 95.000
- Tocadores 1.500.000
- Sillones 1.600.000
- Mesa de manicure 590.000
- Banco de pedicura 320.000
- Lavado de Shampoo 420.000
- Sala de espera 900.000
- Escritorio para recepción 800.000
- Mesas auxiliares (para a estilista) 1.400.000
- Secador de pelo 386.000
- Plancha Alisadora de cabello 249.000
- Pinza Rizadora 249.000
- Material tintes 850.000
- Equipo de manicu 380.000
- Equipo de pedicure 380.000
- Peines 300.000
- Cepillos 450.000
- Secadora de mano 380.000
- kit de pestañas 650.000
- kit manicure y pedicure 350.000
- Publicidad 380.000
- Silla reclinable 350.000
- Televisor 980.000
- Caja registradora 800.000
- kit se Aseo 250.000
- servicios públicos 900.000
- Arriendo 1'050.000

MERCADEO

ANALISIS DEL MERCADO

ANALISIS DEL ENTORNO EMPRESARIAL, evaluar que instrucciones o empresas trabajan en el mismo sector, analizar con cuales de estas instrucciones se puede realizar analizas estratégicas, convenios u otras acciones que le(s) favorezcan

Instrucciones 1 Marcel France

ANALISIS DEL MARCADO POTENCIAL

CONCEPTO	Nº
Número de personas de la zona donde piensan vender su producto o servicio	+1.000
Número de personas que compran el producto o servicio en la zona (demandantes potenciales)	+1.000
Establecer la cantidad que comprar por periodo	+100
Establecer la cantidad de productos o servicios a ofrecer	7-15

SEGMENTO EL MERCADO: PÚLICO OBJETIVO

-Niños y niñas 5 - 13 -Adolecentes 14 - 17 -Mujeres 18 - 70 -Hombres 18 – 79

VENTAJA COMPETITIVA

-Pestañas Semipermanentes

ANALISIS DE LA COMPETENCIA:

Empresas competidoras	Alta	Regular	Poca	Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
Los Profesionales	x			Todo	Calidad	Usme	Cepillado 16.200 Tintes 120.000 Cortes 6.000
Mechas	X			Todo	Calidad	Usme	Cepillado 8.000 Tintes 80.000

ESTRATEGIAS DE MERCADO

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO O SERVICIO

Enumera de una manera concreta, todo lo que el cliente obtendrá al comprar los productos o servicios (ventajas, beneficios, servicios post-venta, garantías, etc.).Resaltar las ventajas y beneficios diferencias con referencia a los productos de las empresas o negocios de la competencia.

Ventajas: calidad de servicios y productos

Buen trato

Garantía del trabajo

Buen precio

Beneficios: calidad de productos personal

Buen ambiente

Descuentos por paquetes

Garantía: del trabajo

Todo de buena calidad

ESTRATEGIA DE PRECIO.

¿Cuál será el precio del producto?	pestañas 100.000 corte de cabello 4.000 tintes 80.000 corte dama 8.000 cepillado 12.000 uñas 7.000
¿Cómo será el precio del producto?	Mano de obra - costos del producto
¿Es u precio de introducción al mercado o es u precio definido?	Precio definido
Otra información relevante para la fijación de precios. Aumento de insumos	

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN (PLAZA).

Enumerar de manera concreta, los aspectos a considerar en relación a los mecanismos de venta (venta directa, con distribuidores, delivery, etc.)

Analizo con los distribuidores, así obtendré un mejor precio y ganancia

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

¿ que se hará para promocionar el negocio	Volantes - tarjetas
¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?	$ 300.000
Otros mecanismos a emplear para la promoción de productos.	

ESTRATEGIAS.

FORTALEZAS

- Personal calificado al servicio
- Buen ambiente laboral
- Experiencia en el Ramo
- Conocimiento del mercado
- Negocio Familiar
- Experiencia
- Dedicación del dueño
- Buena calidad del producto
-

DEBILIDADES

- Mal ambiente laboral
- Toma de decisiones sin planear
- falta de capacitación
- Deterioro de la maquinaria
- Salarios bajos
- Solo uno tiene experiencia
- Falta de motivación

OPORTUNIDADES

- Competencia débil
- Mercado asequible
- Mercado mal atendido
- Buena ubicación del negocio
- Inasistencia de competencia
- Entorno empresarial poderoso
- Voz a voz

AMENAZAS

- Regulaciones
- Uso del nombre de la empresa
- Competencia agresiva

F1 08
Aprovechare las ferias de belleza para adquirir conocimiento y darme a conocer

F1 05
Con un personal calificado buscaría una sucursal para agrandar mi negocio

D6 04
Si solo una persona tiene experiencia lo aprovecharía con la buena ubicación del Negoció

D3 A3
Capacitaría bien a todo el personal para atender una competencia agresiva

COSTOS DE VENTAS

LISTADO DE PRECIOS

• Corte de caballero	6.000
• Corete de dama	7.000
• Corte niño	4.500
• Corte niña	4.000
• Cepillado	12.000
• Tinte	50.000 a 180.000
• Peinados	Entre 10.000 y 50.000
• Manicura	9.000
• Pedicura	12.000
• Pestañas Postizas	120.000

CONCLUCIONES

Tener una microempresa de belleza con gran aplicación de establecimientos, personal calificado con excelente servicio al cliente, una gran satisfacción, un ambiente agradable y acogedor.