

1-1-2016

Capacitación y asesoría administrativa y contable a famiempresas y proyectos PIDET del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández

Ana Caterine Bohórquez Caucaí
Universidad de La Salle, Bogotá

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

Citación recomendada

Bohórquez Caucaí, A. C. (2016). Capacitación y asesoría administrativa y contable a famiempresas y proyectos PIDET del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/374

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 Contaduría Pública by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**CAPACITACIÓN Y ASESORÍA ADMINISTRATIVA Y CONTABLE A
FAMIEMPRESAS Y PROYECTOS PIDET DEL COLEGIO T.A.A.C. SAN
GREGORIO HERNÁNDEZ**

**ELABORADO POR
ANA CATERINE BOHORQUEZ CAUCALI**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Programa de Contaduría Pública
BOGOTÁ, D.C.**

2016

Capacitación y Asesoría Administrativa y Contable a Famiempresas y Proyectos
PIDET del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández

Elaborado por:

Ana Caterine Bohórquez Caucaí

Código: 17072087

Coordinador de Trabajo de Grado

Francisco Daniel Mendoza

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Programa de Contaduría Pública

BOGOTÁ, D.C.

Septiembre, 2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

JURADO

-----	Jurado -----
-----	Jurado -----
-----	Jurado -----
-----	Jurado -----

DIA _____ **MES** _____ **AÑO** _____

Tabla de Contenido

Resumen	12
1. Introducción.....	14
2. Justificación.....	16
3. Planteamiento del problema.....	18
3.1. Formulación del Problema.....	19
4. Objetivos.....	21
4.1. Objetivo General.	21
4.2. Objetivos Específicos.	21
5. Macro variable	23
5.1. Condiciones Biofísicas Del Territorio	23
5.1.1. Características Físicas del Lugar.	23
5.1.2 Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández.	24
5.1.3 Organigrama del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández.	24
5.1.4 Condiciones de Vivienda y Servicios Públicos.....	25
5.2 Condiciones Socio Económicas.....	26
5.2.1 Origen.	26
5.2.2 Legalidad.....	28
5.2.3 Población Beneficiada.....	30
5.2.4 Situación Actual de los PIDET de los Estudiantes de Grado 11° del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández.....	30
5.2.4.1 <i>Mis Porcelanas.</i>	31
5.2.4.2 <i>Confecciones Dimate.</i>	32
5.2.4.3 <i>Empanadas Danna.</i>	34
5.2.4.4 <i>Luxuries Tape.</i>	35

5.2.4.5	<i>Decoraciones Juanpara</i>	36
5.2.4.6	<i>Chocolatinas Dulce Tentación</i>	38
5.2.4.7	<i>Tienda +Cota</i>	39
5.2.4.8	<i>Festy Flavors</i>	40
5.3	Político Institucional	41
5.3.1	Fundación Banco Arquidiocesano de Alimentos.....	42
5.3.2	Universidad de la Salle.....	42
5.3.3	Universidad Pontificia de la Javeriana.....	42
5.4	Simbólico Culturales	42
6	Análisis FODA.....	46
7	Marco Referencial	51
7.1	Marco Teórico	51
7.1.1	Área Administrativa y Empresarial.	51
7.1.2	Área Financiera.	59
7.1.3	Área de Producción y Mercadeo.	64
7.1.4	Diseño Metodológico.	65
7.1.5	Resumen Ejecutivo.	68
7.2	Marco Conceptual	68
7.2.1	Conceptualización Contable.....	68
7.2.2	Conceptualización Administrativa.....	71
7.3	Marco Legal.....	73
7.3.1	Constitucional.	73
7.3.2	Institucional.	74
8	Marco Metodológico.....	75
8.1	Motivos del Proyecto	76
8.2	Lugar de Trabajo	77
8.3	Alcance	77
8.4	Cronograma de Actividades.	77
8.5	Diseño	80
8.5.1	Área Administrativa y Empresarial.	80
8.5.1.1	<i>Marco Teórico</i>	80

8.5.1.2	<i>Marco Legal.</i>	82
8.5.1.3	<i>Administración de Talento Humano.</i>	83
8.5.2	Área Financiera.	84
8.5.2.1	<i>Balance General.</i>	84
8.5.2.2	<i>Estado de Resultados.</i>	84
8.5.2.3	<i>Ingresos.</i>	85
8.5.2.3.1	<i>Análisis de Ventas.</i>	86
8.5.2.4	<i>Costos.</i>	86
8.5.2.5	<i>Gastos.</i>	87
8.5.2.6	<i>Impuestos.</i>	88
8.5.2.7	<i>Política de Precios.</i>	88
8.5.3	Área de Producción y Mercadeo.	89
8.5.3.1	<i>Descripción del Producto o Servicio.</i>	89
8.5.3.2	<i>Empaques o Envases.</i>	89
8.5.3.3	<i>Perfil del Cliente.</i>	90
8.5.3.4	<i>Canales de Distribución (Página Web, Tarjeta de Presentación, Volante, Folleto).</i>	90
8.5.4	Diseño Metodológico.	90
8.5.4.1	<i>Tipo de Investigación.</i>	90
8.5.4.2	<i>Población.</i>	91
8.5.4.3	<i>Muestra.</i>	91
8.5.4.4	<i>Análisis de Resultados.</i>	91
8.5.5	<i>Resumen Ejecutivo.</i>	91
8.6	Participantes	92
8.6.1	Grupo Asesor.	92
8.6.2	Estudiantes y Familias.	92
8.7	Instrumentos	94
8.7.1	Herramientas de Trabajo.	94
8.7.2	Recursos Financieros.	95
8.8	Procedimientos	96
8.8.1	Área Administrativa y Empresarial.	96
8.8.1.1	<i>Marco Teórico.</i>	96

8.8.1.2	<i>Marco legal.</i>	100
8.8.1.3	<i>Administración de Talento Humano.</i>	106
8.8.2	Area Financiera.	109
8.8.2.1	<i>Balance General.</i>	109
8.8.2.2	<i>Estado de Resultados.</i>	111
8.8.2.3	<i>Ingresos.</i>	112
8.8.2.3.1	<i>Analisis de Ventas.</i>	112
8.8.2.4	<i>Costos.</i>	113
8.8.2.5	<i>Gastos.</i>	114
8.8.2.6	<i>Impuestos.</i>	115
8.8.2.7	<i>Politica de Precios.</i>	116
8.8.3	Area de Produccion y Mercadeo.	117
8.8.3.1	<i>Descripcion del Producto o Servicio.</i>	117
8.8.3.2	<i>Empaques o Envases.</i>	117
8.8.3.3	<i>Perfil del Cliente.</i>	118
8.8.3.4	<i>Canales de Distribucion.</i>	119
8.8.4	Diseño Metodologico.	121
8.8.4.1	<i>Tipo de Invesiacion.</i>	121
8.8.4.2	<i>Poblacion.</i>	122
8.8.4.3	<i>Muestra.</i>	122
8.8.4.4	<i>Analisis de Resultados.</i>	122
8.8.5	Resumen Ejecutivo.	125
9	Resultados.	126
9.1	PIDET.	126
9.2	Sustentaciones de las Famiempresas.	129
10	Discusiones y Conclusiones.	138
11	Recomendaciones.	139
	Bibliografía.	140
	Anexos.	144
	Anexo 1: Cronograma de Trabajo.	144
	Anexo 2: Registro Fotográfico.	145

Contenido de Ilustraciones

Ilustración 1: Organigrama Institucional	25
Ilustración 2: Organigrama	57
Ilustración 3: Funciones Administrativas.....	59
Ilustración 4: Balance General	61
Ilustración 5: Contenido del Estado de Resultados	62
Ilustración 6: Canales de Distribución.....	65
Ilustración 7: Diseño de Investigación de Mercados.....	66
Ilustración 8: Formato de Encuestas	67
Ilustración 9: Formato de Balance General	84
Ilustración 10: Formato de Estado de Resultados.....	85
Ilustración 11: Ubicación Espacial Luxuries Tape.....	98
Ilustración 12: Pantallazo de Análisis DOFA.....	99
Ilustración 13: Lluvia de Ideas DOFA. Festy Flavors.....	99
Ilustración 14: Análisis DOFA Estratégico. Luxuries Tape.....	100
Ilustración 15: Formato de Escritura pública. Confecciones Dimate.....	101
Ilustración 16: Acta de Constitución. Mis Misceláneas.....	102
Ilustración 17: Acta de Constitución. Chocolatinas Dulce Tentación.....	103
Ilustración 18: RUT de Chocolatinas Dulce Tentación.....	104
Ilustración 19: RUT de Empanadas Danna	104
Ilustración 20: Cámara de Comercio de Bogotá. Tienda + Cota.....	105
Ilustración 21: Cámara de Comercio de Bogotá. Decoraciones JuanPara	106
Ilustración 22: Organigrama. Empanadas Danna	107

Ilustración 23: Organigrama. Chocolatinas Dulce Tentación	107
Ilustración 24: Descripción de Funciones. Decoraciones JuanPara	108
Ilustración 25: Hoja de Vida. Nitty García	109
Ilustración 26: Hoja de Vida. Danna Duque	109
Ilustración 27: Balance General. Confecciones Dimate	110
Ilustración 28: Balance General. Luxuries Tape	110
Ilustración 29: Estado de Resultados. Confecciones Dimate.....	111
Ilustración 30: Estado de Resultados. Decoraciones JuanPara	111
Ilustración 31: Ingresos. Festy Flavors	112
Ilustración 32: Análisis de Ventas. Confecciones Dimate	113
Ilustración 33: Análisis de Ventas. Luxuries Tape.....	113
Ilustración 34: Análisis de Costos. Festy Flavors	114
Ilustración 35: Análisis de Costos. Chocolatinas Dulce Tentación	114
Ilustración 36: Análisis de Gastos. Confecciones Dimate	115
Ilustración 37: Análisis de Gastos. Decoraciones JuanPara	115
Ilustración 38: Análisis Política de precios. Empanadas Danna	116
Ilustración 39: Análisis Política de Precios. Mis Misceláneas.....	116
Ilustración 40: Los Productos de las Famiempresas.	117
Ilustración 41: Empaque de Bolsos Para Luxuries Tape	118
Ilustración 42: Empaque Para Las Gelatinas de Festy Flavors	118
Ilustración 43: Perfil del Cliente. Empanadas Danna	119
Ilustración 44: Perfil del Cliente. JuanPara	119
Ilustración 45: Canales de Distribución del Producto. Festy Flavors	120
Ilustración 46: Canales de Distribución. Luxuries Tape	120
Ilustración 47: Publicidad de las Famiempresas	120
Ilustración 48: Encuesta. Confecciones Dimate	121
Ilustración 49: Encuesta. Decoraciones JuanPara	122
Ilustración 50: Análisis de Resultados. Decoraciones JuanPara	123
Ilustración 51: Análisis de Resultados. Festy Flavors	124
Ilustración 52: Capacitación de Resumen Ejecutivo	125

Ilustración 53: PIDET Físico y sus 4 Resúmenes Ejecutivos.	126
Ilustración 54: Registro de Entrega Oficial del PIDET (General)	127
Ilustración 55: Entrega Oficial de PIDET. Asesor Ana Bohórquez.....	127
Ilustración 56: Asistencia de Padres de Familia en la Entrega del PIDET.	128
Ilustración 57: PIDET en Físico	128
Ilustración 58: PIDET Físicos por Asesor Contable y Administrativo	129
Ilustración 59: Evaluación de Pre-Sustentación. Decoraciones JuanPara	130
Ilustración 60: Evaluación de Pre-Sustentación. Confecciones Dimate....	130
Ilustración 61: Invitación de Sustentaciones	131
Ilustración 62: Sustentación Famiempresa Mis Porcelanas.....	131
Ilustración 63: Sustentación Famiempresa Confecciones Dimate	132
Ilustración 64: Sustentación Famiempresa Empanadas Danna	132
Ilustración 65: Sustentación Famiempresa Luxiries Tape.....	133
Ilustración 66: Sustentación Famiempresa JuanPara.....	134
Ilustración 67: Sustentación Famiempresa Chocolatinas Dulce Tentación	134
Ilustración 68: Sustentación Famiempresa Tienda +Cota	135
Ilustración 69: Sustentación Famiempresa Festy Flavors.....	136
Ilustración 70: Videos de Sustentación Famiempresa JuanPara	136
Ilustración 71: Video de Sustentación Famiempresa Confecciones Dimate	137
Ilustración 72: Video de Sustentación Famiempresa Chocolatinas Dulce Tentación.....	137
Ilustración 73: Capacitación Para Marco Teórico	145
Ilustración 74: Lista Definitivas de Notas.....	145
Ilustración 75: Capacitación del Área Administrativa	146
Ilustración 76: Capacitación de Marco Legal	146
Ilustración 77: Capacitación del Análisis DOFA	146
Ilustración 78: Famiempresa Chocolates Dulce Tentación	147
Ilustración 79: Famiempresa Mis Porcelanas	147

Ilustración 80: Confesiones Dimate	147
Ilustración 81: Bienvenida al Grupo Asesor Universidad	148
Ilustración 82: Capacitación Área de Mercadeo	148
Ilustración 83: Capacitación de las Normas Misión Impacto.....	149

Contenido de Tablas

Tabla 1: Reconocimientos y Galardones de la Institución	43
Tabla 2: Análisis DOFA	46
Tabla 3: Etapas y Fases de una Investigación Acción Participación (IAP) .	75
Tabla 4: Cronograma de Actividades.....	77
Tabla 5: Análisis de Ventas	86
Tabla 6: Análisis de Costos	87
Tabla 7: Análisis de Gastos	88
Tabla 8: Análisis de Políticas de Precios	89
Tabla 9: Lista de Estudiantes	93
Tabla 10: Estudiantes Grupo 1	94
Tabla 11: Presupuesto Financiero	95
Tabla 12: Cronograma de Trabajo.....	144

Resumen

En el presente documento se muestran las bases teóricas y prácticas de que reciben los estudiantes del colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández de la localidad de Usme en el sector de Santa Librada, bajo cuatro eje temáticos de formación Técnico Agro Alimentario y Comercial con el fin de conformar sus propias empresas soportadas en el PIDET (Proyecto Investigativo de Desarrollo Empresarial y Tecnológico), donde se fortalece la formación como individuo y en comunidad (familia) dando así un valor agregado a sus experiencias de vida y desarrollo económico familiar.

En el desarrollo del PIDET se identifican estas empresas como Famiempresas puesto que su desarrollo y conformación se basa en la integración de la familia de cada uno de los estudiantes generando así una empresa que genere impacto y desarrollo social, económico, cultural.

En el presente escrito se conceptualizan las terminologías de Famiempresa, emprendimiento, administración, situación financiera, roles administrativos, mercadeo y procesos de producción.

A su vez se demuestra cómo fue aplicado el conocimiento y asesorías dadas por la universidad de la Salle en el colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández bajo los lineamientos de formación lasallista para trabajos de investigación y formación del consejo PIDET de la institución.

Se finalizará el proceso de formación y asesoría mediante una muestra empresarial y sustentación de grado de cada una de las Famiempresas bajo los lineamientos de evaluación del consejo PIDET, asesores de la universidad de la Salle y otros entes participantes en el desarrollo del proyecto PIDET.

1. Introducción

Con el fin de generar conciencia social y sostenible, incentivando a las comunidades más vulnerables del país (violencia, desplazamiento, conflictos sociales, desempleo y descomposición familiar), la Universidad de la Salle responde a las necesidades sociales y productivas de la localidad de Usme generando capacitaciones y asesorías administrativas y contables por parte de los estudiantes próximos a graduarse como profesionales en dichas áreas, y fomentando así los valores institucionales del proyecto educativo de la Universidad de la Salle (PEUL) "Educar para Pensar, Decidir y Servir" y el (PFL) Proyecto de Formación Lasallista.

La institución educativa T.A.A.C. San Gregorio Hernández, ha generado una propuesta pedagógica educativa diferente e innovadora con un gran impacto en la localidad de Usme, dando un impulso de información, conocimiento e intelecto a los estudiantes desde temprana edad incentivando el desarrollo socio económico de su población mediante ejes temáticos tecnológicos, agrónomos, alimentarios y comerciales, estableciendo niveles de productividad laboral y proyecto de vida profesional.

La importancia de capacitar a los estudiantes desde grado preescolar hasta grado once junto con sus familias es importante ya que la sociedad a generando la necesidad de desarrollar diferentes formas de emprendimiento empresarial permitiendo el compromiso social, la distribución equitativa y autónoma de bienes y servicios para el beneficio mutuo de los estudiantes, su familia, el colegio y la comunidad en general; dando así un valor agregado a sus experiencias de vida y desarrollo económico familiar.

La formación Técnico Agro Alimentario y Comercial siendo el enfoque de la institución se desarrolla con el fin de conformar sus propias empresas soportadas en el PIDET (Proyecto Investigativo de Desarrollo Empresarial y Tecnológico), en este escrito se conceptualizan las terminologías de Famiempresa, emprendimiento, administración, situación financiera, roles administrativos, mercadeo y procesos de producción, donde se fortalece la formación como individuo y en comunidad (familia), en este escrito se identifican las empresas como Famiempresas puesto que su desarrollo y conformación se basa en la integración de la familia de cada uno de los estudiantes generando así una empresa con impacto y desarrollo social, económico, cultural.

A continuación, se demuestra cómo fue aplicado el conocimiento y asesorías administrativas y contables dadas por los estudiantes de la universidad de la Salle en el colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández bajo los lineamientos de formación lasallista para trabajos de investigación y formación del consejo PIDET de la institución.

Para el desarrollo del proyecto social bajo un conocimiento aplicado a los estudiantes se realizaron capacitaciones en temas administrativos y contables continuando el proceso realizado por un grupo de la universidad de la Salle el cual da inicio a la definición de la empresa hasta la enseñanza de normas APA para el desarrollo del PIDET; a su vez se continua con el asesoramiento contable de las Famiempresas y preparación de la sustentación de las mismas para obtener el título de técnico comercial, estas capacitaciones fueron realizadas una vez a la semana, los días sábados desde el 11 de junio hasta el 29 de octubre de 2016, en los horarios de 8:00 am a 2:00 pm, en las instalaciones de la institución.

2. Justificación

Inicialmente este proyecto de investigación se realiza para obtener la titulación como profesionales Lasallista con un enfoque social generando impacto a la comunidad en el desarrollo económico sostenible y generando cultura y emprendimiento a las comunidades más vulnerables y poco favorecidas de la ciudad de Bogotá D.C., con el fin de aportar un granito de arena a nuestros hermanos colombianos que desafortunadamente no puede acceder a una educación superior que hoy por hoy, damos gracias a Dios de poder brindar nuestros conocimientos a otros por medio de alianzas y convenios obtenidos por la universidad para que sus profesionales puedan realizar una práctica empresarial y a su vez conocer las problemáticas que nos rodean. La importancia de documentar este trabajo es el poder dejar registro a la población de educación superior al incentivarse al realizar estos trabajos con la comunidad menos favorecida y sembrar nuestros conocimientos profesionales para generar un impacto social sostenible, creando ideas a las personas que reciben estas capacitaciones y motivando a la comunidad a generar emprendimiento. Por dichas razones hoy en día documentamos este proyecto el cual se realiza para documentar el proceso y metodologías empleadas para las asesorías y capacitaciones realizadas a los estudiantes de grado 11^a del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández de la localidad de Usme, para la elaboración del proyecto investigativo PIDET, bajo los parámetros y lineamientos de un trabajo investigativo lasallista; ya que es requisito obligatorio en los estudiantes para obtener el título de bachiller técnico agrónomo, alimentario y comercial y a su vez cultivar en los adolescentes y sus familias cultura de emprendimiento generando un impacto social, económico, cultural y político a la sociedad que los

rodea. En conclusión, se espera que este proyecto social genere conciencia social a nuestros compañeros Lasallistas y en cuanto a los estudiantes de la institución sea un proyecto inspirador para generar sus empresas junto con sus familias y puedan allí generar impacto a comunidad transformando sus estilos de vida fomentando así a la construcción de nuevas economías y manifestando emprendimiento a las personas que los rodean.

3. Planteamiento del problema

La universidad de la Salle generando identidad en sus egresados, estudiantes, docentes y comunidad en general, proyecta impacto social sostenible, desarrollo integral, transformación de vida y fomentando la cultura, implementa para sus estudiantes de pregrado modalidades de grado para obtener su titulación, Proyección Social modalidad de grado por la cual se sustenta este trabajo bajo la intervención de estudiantes como yo, con habilidades de liderazgo, las asesorías y capacitaciones a comunidades vulnerables de la capital para realizar el fortalecimiento de creación, desarrollo, fortalecimiento y transformación de negocios o empresas que generen un impacto social, económico, cultural y político en la sociedad que los rodea; en este caso la localidad de Usme.

Por lo anterior la universidad de la Salle obtiene un convenio social con la Fundación Banco Arquidiocesano de Alimentos que consiste en generar vínculos con fundaciones, microempresas y colegios, por medio de capacitaciones y asesorías dirigidas por sus estudiantes de la facultad de ciencias administrativas y contables, con el fin de generar un valor agregado a sus empresas, fortaleciendo y generando emprendimiento en las sociedades.

Este proceso de asesoría y capacitación a la comunidad del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández para estudiantes de grado 11^a y sus familias, explotando su potencial como empresarios bajo el proyecto social e institucional PIDET en la creación de Famiempresas, se busca que se genere impacto social, económico, cultural y político en la localidad quinta de Usme. A de más de ello los estudiantes comenzaran a cultivar una cultura de emprendimiento, crear

empresa e impacto social sostenible generando empleos y ayudando a la economía del país.

Por ende surge la necesidad de capacitar y asesorar a los estudiantes de grado 11^a y sus familias puesto que es necesario incentivar a la comunidad a generar y crear empresa cultivando el emprendimiento en los hogares y por supuesto bajo la ayuda de la academia, ya que para ellos surge como requisito obligatorio de grado presentar un proyecto investigativo empresarial PIDET, donde aplican todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de su vida académica, basados en los lineamientos de preparación y presentación de dicho proyecto, me refiero que su presentación es bajo normas APA y su estructura guiada de un proyecto social universitario, en este caso bajo los parámetros establecidos para a la presentación de proyectos sociales Lasallistas.

Inicialmente el proyecto de capacitación y asesoría a la institución por parte de la universidad de la Salle comienza a partir de febrero de 2016 con dos contadores públicos y dos administradores de empresas que partieron de cero para la realización del proyecto PIDET de los estudiantes, seguido de esto en el mes de junio comenzamos a continuar con los procesos metodológicos en los estudiantes de grado 11^a donde su población es de 30 estudiantes de los cuales solo 29 estudiantes están autorizados por la institución para recibir el acompañamiento por parte de la universidad de la Salle.

Con el fin de realizar un acompañamiento para la elaboración y sustentación de los trabajos de grado en los estudiantes se realizan capacitaciones y asesorías que ayuden a cultivar el emprendimiento, con Famiempresas sostenibles en una sociedad vulnerable para aun así fomentar empleos, impacto y transformación social.

3.1. Formulación del Problema

Partiendo de lo anterior surge la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los lineamientos o procesos metodológicos administrativos y contables que deben recibir los estudiantes de grado 11^a del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández en la localidad quinta de Usme para el desarrollo del proyecto de investigación PIDET?

4. Objetivos

4.1. Objetivo General.

Asesorar y capacitar a la población estudiantil del grado 11° del colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández y sus familias en formación contable y administrativo empresarial, mediante el proyecto de investigación de desarrollo empresarial y tecnológico - PIDET implementado por el colegio bajo el modelo de trabajo investigativo de la universidad de la Salle y normas APA, como base en la proyección laboral y empresarial que fomenta la institución en la comunidad. Llevando a cabo el fortalecimiento emprendedor y generando actitud de empresarios en esta comunidad estudiantil y la localidad de Usme.

4.2. Objetivos Específicos.

1. Realizar los diferentes diagnósticos en los proyectos de investigación PIDET del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández a partir de la matriz FODA.
2. Diseño de un modelo de capacitación y asesoría administrativa y contable para el apoyo de los procesos metodológicos y educativos de los proyectos de investigación PIDET.
3. Implementación de un modelo de capacitación y asesoría administrativa y contable para el apoyo de los procesos metodológicos y educativos de los proyectos de investigación PIDET.
4. Evaluación de los procesos metodológicos y educativos de las Famiempresas propuestas a partir de la presentación escrita y oral por parte de los estudiantes y sus familias.

5. Macro variable

5.1. Condiciones Biofísicas Del Territorio

5.1.1. Características Físicas del Lugar.

El colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández se encuentra ubicado en la carrera 12 No. 76 -36 sur, en el sector de “Granjas de San Pedro” Barrio Santa Librada, localidad Quinta de Usme al sur de la ciudad de Bogotá con una población aproximada de 300.000 habitantes, en su gran mayoría, sectores residenciales y vías principales comerciales, lo que hace que no se tenga grandes estructuras comerciales como centros comerciales o edificios empresariales, por lo cual las empresas vinculadas a este proyecto se encuentran en vías principales y secundarias de comercio, en algunos casos sus propias casas, garajes y locales o arriendos en locales comerciales y ventas a domicilios. (Bogotá, 2016)

Las Famiempresas reconocidas en este proyecto institucional, estudiantil y familiar de emprendimiento y formación de empresas en el sector, se lleva a cabo a partir de las infraestructuras familiares, por lo cual hace que algunos recursos se tengan ya definidos y en otros se hacen por compra y distribución, las FAMIEMPRESAS cuentan con los recursos necesarios para entrar en funcionamiento, algunas en los casos más representativos ya se encuentran en funcionamiento.

En primer momento las FAMIEMPRESAS se localizarán en el sector de Santa Librada, en el que encontramos vías principales de acceso desde el portal

de Usme, Av. Boyacá y una vía estratégica que comunica a la salida a los Llanos Orientales del País.

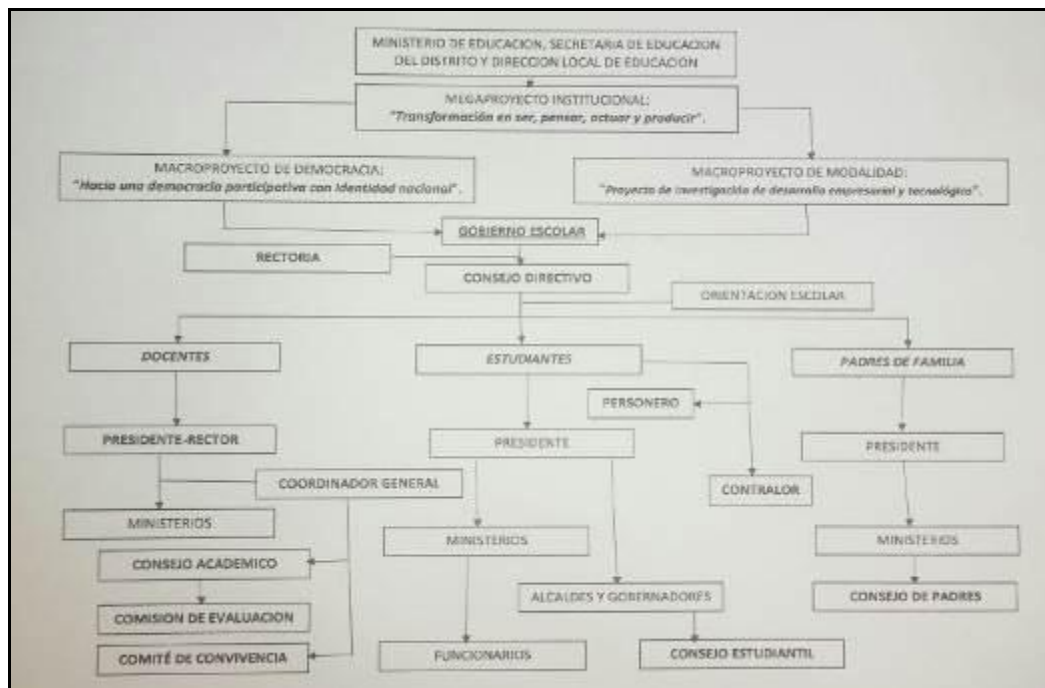
5.1.2 Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández.

El colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández es una Institución educativa llamada así por el Doctor José Gregorio Hernández, por ser él reconocido con admiración, como ejemplo de ciencia, virtud y disposición para cumplir plenamente con una noble misión.

La institución inicio sus labores de enseñanza en el año 1987 con los grados de Preescolar, en 1994 se abrieron cursos para titular estudiantes en básica primaria y en 1995 se logró implementar los nuevos cupos para básica secundaria; logrando graduar la primera promoción como Técnico Agroalimentario Comercial en el año 2000.

5.1.3 Organigrama del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández.

Ilustración 1: Organigrama Institucional



Fuente: (Colegio San T.A.A.C. San Gregorio Hernández, 2015)

5.1.4 Condiciones de Vivienda y Servicios Públicos.

El colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, se encuentra en una casa, tomada en arriendo, cuenta con todos los servicios públicos básicos, como es agua, luz y gas, teléfono y adicionalmente cuenta con internet para las labores administrativas y educativas realizadas diariamente, su construcción es antigua pero el terreno es estable.

A su vez cuenta con las normas básicas solicitadas por el ministerio de educación, secretaria de salud y secretaria de desarrollo social, donde se vigile el desarrollo y la integridad de los estudiantes los cuales deben tener un pupitre por estudiante, salón de clases, tableros, los docentes por áreas y especialidades, espacios de dispersión, recreación y baños, salones por áreas

(sistemas, tecnología, laboratorios, etc.), tienda escolar, biblioteca, comedor, auditorio, secretaria, y enfermería.

5.2 Condiciones Socio Económicas

En el sector de Santa Librada la gran parte de su población hace parte del gremio laboral de la ciudad, lo que hace que en el sector no existan grandes empresas o grandes entes de producción, en su interior se rige por zonas comerciales donde no se establece un nicho de mercado para determinado sector.

Encontramos micro empresas y empresas familiares que buscan otro medio de ingresos, más que formalizar un tipo de empresa, en su mayoría son micro empresa de compra y venta, es decir que compran al mayorista o fabricante para vender o distribuir en el sector, estas empresas no son generadoras de empleo en masa tienen entre su nómina entre uno y cinco personas como máximo en su infraestructura y en continuidad con lo anterior descrito son empresas donde se involucra los núcleos familiares.

Por la capacidad de compra y venta evidenciamos que estas empresas no tienen un sistema de mercadeo establecido y no cuentan con tecnologías avanzadas para su proceso de introducción en los mercados y actualidad social y económica del sector.

5.2.1 Origen.

José Gregorio Hernández, nació el 26 de octubre de 1864 en Isnotú (Venezuela), hijo de Josefa Antonia Cisneros y Benigno Antonio Hernández, bautizado el 30 de enero de 1865 por el Pbro. Victoriano Briceño. Fue un joven comprometido que siempre se destacó en los estudios, tanto que se graduó con

título de sobresaliente. Estudió en el exterior y regresó a su patria cargado de ciencia, para verterla con gran generosidad entre sus colegas, discípulos y pacientes.

La Cartuja de Farnetta, en Italia, le abrió las puertas a José Gregorio, con el apoyo de Mons. Juan Bautista Castro, Arzobispo de Caracas. A su regreso a Venezuela vuelve a ejercer la medicina sin abandonar su deseo de dedicarse a Dios, llevando una vida religiosa. El 7 de noviembre de 1913 embarca rumbo a Roma con la idea de ingresar al Colegio Pío Latino Americano, fundado por su Santidad el Papa Pío IX, regentado por los padres de la Compañía de Jesús. Su salud se ve afectada por el inclemente frío y debe viajar a París, donde fue sometido a un tratamiento.

De regreso a Venezuela vuelve a dedicarse a la práctica de la medicina. Su forma de predicar era silenciosa, en todas sus actividades y con todas las personas que tenía trato de una u otra forma. Su presencia y actitudes eran altamente Evangelizadoras.

Saber mucho, sin negar a Dios, investigar y seguir siendo creyente, como fue José Gregorio, es dado, sólo a quienes se sienten animados por una fortaleza de espíritu superior a toda sabiduría. Asentó su personalidad sobre la piedad, el estudio y la acción llevando a la práctica las virtudes cristianas en grado heroico.

El 29 de junio de 1919, mientras conversaba con un amigo, éste lo encontró particularmente contento y le preguntó:

— ¿Qué le pasa Doctor? ¿Por qué tan contento?

— ¿Contento? ¡Se ha firmado el tratado de paz! ¡La paz en el mundo!

— Sonríe y añade:

— Mire, le voy a hacer una confidencia: yo he ofrecido mi vida en holocausto a Dios por la paz del mundo.

Después de esto lo van a buscar, para avisarle que una anciana lo necesita, pues se encuentra mal de salud, y como siempre, él acude al llamado. Ya de regreso cuando va a pasar la calle no ve que viene un carro y es atropellado.

En el camino, en el auto que lo atropellara llevarán a José Gregorio hasta el hospital Vargas donde falleció.

José Gregorio Hernández, muere el 29 de junio de 1919. (Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernandez, 2016 - 2017)

5.2.2 Legalidad.

La Comunidad Educativa del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, conformada por los Directivos Docentes, Educandos, Personal Administrativo, Padres de Familia y/o Acudientes y Estudiantes de Primaria y Secundaria, así como los Ex alumnos y la asociación de padres de familia, dan a conocer los servicios que presta la Institución, los requisitos para pertenecer a ella, la Misión, los Principios, los Fines y las Normas que definen los Derechos y Compromisos de los educandos, en punto de sus relaciones con los demás estamentos de la Comunidad Educativa, las directrices de evaluación, acompañamiento y aporte integral, para de ésta manera, participar y comprometernos decididamente en el mejoramiento continuo de la Institución educativa; mediante el manual de convivencia.

La institución educativa Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, en su proyecto educativo institucional mantiene sus lineamientos fundamentales bajo los parámetros de la Constitución Política, específicamente en sus artículos 1, 2, 5 y 7 como la identificación de los principios de la educación, el artículo 27 sobre libertad de enseñanza; artículo 67 sobre la función social de la educación; artículo 311^o sobre responsabilidades del Distrito Capital en materia de

Educación, Participación social y Cultura; artículo 366º sobre la educación como finalidad social del Estado.

Según el manual de convivencia de la institución los artículos trazan unas directrices en cuanto a derechos y obligaciones por parte del Estado con la educación de los niños y jóvenes. La Ley 115 de 1994 en su artículo 1º determina que la educación: “Es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social, que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y deberes”.

La siguiente es la fundamentación legal de la acción educativa dentro del marco formativo de la Institución Educativa Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández según el manual de convivencia de la institución e información suministrada por el ente regulador de la misma:

- Ley 115 de 1994. Ley General de Educación.
- Decreto 1860 de 1994. Reglamentario de la Ley 115.
- Ley 375 de 1997 o Ley de la juventud.
- Ley 715 de 2001. Sistema General de Participaciones.
- Ley 734 de 2002 Código Disciplinario Único.
- Ley 1098 de 2006 Ley de Infancia y Adolescencia.
- Decreto 1850 de 2002. Reglamenta calendario escolar y jornadas escolares.
- Decreto 3020 de 2002. Determina la asignación académica y jornadas académicas y laborales.
- Decreto 2277 de 1979. Estatuto Docente.
- Decreto 1278 de 2003. Nuevo Estatuto Docente.
- Ley 133 sobre libertad de cultos.
- Decreto 1286 de 2005 sobre la participación de los padres de familia en los procesos educativos de las instituciones educativas.
- Decreto 228 de 2008 sobre modelos flexibles para la atención educativa.

- Decreto 1290 de 2009 sobre evaluación del aprendizaje y promoción.
- Decreto 366 del 9 de febrero de 2009 sobre servicios de apoyo pedagógico en Programas de educación inclusiva, para estudiantes con discapacidad y con capacidades o talentos excepcionales.
- Ley 1346 de 2009, Ley de inclusión educativa.
- Ley N°1404 de 2010 por el cual se crea el programa escuela para padres en las instituciones de educación preescolar, básica y media del país.
- Ley 1620 de 2013 por la cual se crea el Sistema Nacional de Convivencia Escolar y Formación para el Ejercicio de los Derechos Humanos, la Educación para la Sexualidad y la Prevención y Mitigación de la Violencia Escolar. Y su decreto reglamentario 1965 de 2013.
- Decreto 3011 de diciembre 19 de 1997 por el cual se establecen normas para el ofrecimiento de la educación de adultos.
- Toda la legislación que en materia educativa promulgue el Estado.

(Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernandez, 2016 - 2017)

5.2.3 Población Beneficiada.

La población directamente beneficiada en el desarrollo de este proyecto son los estudiantes de grado 11° junto con sus familias ya que se genera capacitación y asesoría en sus Famiempresas, también beneficia a la comunidad en general puesto que el crecimiento de estas establece mejores condiciones y mayor empleo para la localidad de Usme y por supuesto al reconocimiento de emprendimiento e impacto social que genera el Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández

5.2.4 Situación Actual de los PIDET de los Estudiantes de Grado 11° del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández.

En el desarrollo de los proyectos PIDET de los estudiantes de grado 11º, encontramos una gran variedad de Famiempresas en las cuales encontramos lo siguiente:

5.2.4.1 Mis Porcelanas.

Mis Porcelanas es una Famiempresa creada en el año 2004 por familia Cubillos Gutiérrez con la intención de obtener ganancias o ingresos adicionales en el hogar y a su vez genera impacto social, la idea surge a partir del contexto en el que se encontraba la abuela Lucy Stella Castro Poveda, pues ella es la que realiza esta actividad de forma terapéutica, la familia al ver la conmoción de la gente, sus vecinos y familiares con las porcelanas, deciden generar un ingreso para la abuela vendiendo sus cerámicas pintadas ahora se comercializa en el sector de Soacha donde poco a poco se ha ido dando a conocer por medio de sus estrategias comerciales e incentiva a su nieta en este caso la estudiante Jenny Milena Cubillos estudiante de grado 11ª a la creación de una Famiempresa que a su vez es su trabajo de grado.

Unos aspectos relevantes de esta Famiempresa son:

Misión: Somos una empresa comercializadora y distribuidora de porcelana buscamos llevar al cliente la mejor calidad y atención haciendo combinaciones e innovaciones con nuestros diseños, buscamos generar en el cliente atención haciendo que el producto se encuentre en grandes líneas del mercado. (Cubillos, 2016)

Visión: En el año 2017 seremos una empresa líder en el mercado por innovación y atención a nuestros clientes ver resultados a partir del incremento de las ventas y encuestas a nuestros clientes, percatarnos de mejorar en cada una de nuestras áreas para que nos lleven a las metas y objetivos previstos. (Cubillos, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Soacha con antecedentes de investigación y mercadeo sobre las porcelanas, es una empresa que no está constituida, que genera unas ganancias las cuales no se invierten para su funcionamiento y su organización no tiene unas funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y a su vez el inventario de las mismas no existe. El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario y costeo utilizados para una organización.

5.2.4.2 *Confecciones Dimate.*

Confecciones Dimate es una Famiempresa de confecciones de Jeans para niño, niña y caballero, la cual se comenzó en producción el año 2005 con el señor Yesid Dimate y su esposa Milena Fernández, los que iniciaron su taller de costura, con dos máquinas planas y una fileteadora, a su vez se inició con el hermano de Yesid Dimate, iniciando con una producción de 200 jeans semanales solicitados por satélite.

Al pasar de los años esta empresa fue creciendo hasta tener más de 20 máquinas de costura, entre estas planas, presilladoras, dos agujas, fileteadora, cerradora, pasadores, rematadora, y con esto la empresa ha llegado a producir más de 2000 prendas quincenales al año 2016.

Se puede decir que hoy en día, es una de las empresas más reconocidas del sector puesto que no solo genera un volumen de ventas generoso, sino que

también genera un impacto social, económico y cultural a su localidad quinta de Usme; donde poco a poco se han ido dando a conocer por medio de sus estrategias comerciales y creativas donde se involucra al estudiante Diego Stiven Dimate, estudiante de grado 11^a a la creación de una Famiempresa que a su vez es su trabajo de grado.

Misión: El compromiso central de confecciones DIMATE es ser eficiente y eficaz en la entrega de pedidos realizados por las distintas compañías de textiles, garantizando las mejores expectativas en nuestros clientes, brindando los mejores estándares de calidad.

Además de una buena mano de obra y una excelente maquinaria a nuestra disposición. Para así seguir siendo una empresa reconocida por nuestro emprendimiento y productividad. (Dimate, 2016)

Visión: Confecciones DIMATE será una empresa líder en la industria textil y de confección de jeans para niños y niñas, contando con la mejor maquinaria y la mano de obra a nuestra disposición. (Dimate, 2016)

Formando y capacitando a nuestros empleados en el manejo de las mismas para el desarrollo textil. Ofreciendo respeto y compromiso por nuestra empresa. (Dimate, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Usme con antecedentes en investigación y mercadeo sobre los satélites y derivados del Jean, es una empresa que no está constituida, pero aun así genera un volumen de ventas significativo para que la Famiempresa sostenga económicamente al grupo familiar y ya sea como parte de sus ingresos principales, sus ganancias son invertidas en maquinaria, material y pagos de nómina a empleados, esta

organización no tiene funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y el inventario de las mismas no existe. El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario, gastos y costeo utilizados para una organización.

5.2.4.3 *Empanadas Danna.*

Empanadas Danna es una Famiempresa que elabora y comercializa empanadas con diferentes surtidos en las proteínas y sus rellenos, la idea nació en febrero del año 2006, compuesta por los miembros de la familia, liderada por Lesly Briceño, hermana de la estudiante de grado 11^a Danna Duque, esta empresa identifico su producto líder en ventas desde que comenzó en funcionamiento con la empana de carne, esta Famiempresa se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá D.C., en el barrio Bella Vista, puntualmente en la calle 89 sur 6A-17.

Misión: Esta empresa está realizada con el fin satisfacer a los clientes con la gran variedad de empanadas, seremos una empresa con un alto control de calidad para crecer cada día más en sector comercial. (Duque, 2016)

Visión: Calidad con el fin de que día a día nos genera más ingresos y en el 2019 ser reconocida como la mejor empresa de comercialización y elaboración de empanadas, y ofrecer a nuestra clientela alimentos ricos en proteínas, de excelente Calidad. (Duque, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Usme con antecedentes de

investigación y mercadeo sobre las empanadas, es una empresa que no está constituida, que genera unas ganancias las cuales no se invierten y su organización no tiene unas funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y a su vez el inventario de las mismas no existe. El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario y costeo utilizados para una organización.

5.2.4.4 *Luxuries Tape.*

Luxuries tape es una Famiempresa que inicio en el año 2014 como proyecto investigativo para el cumplimiento de la modalidad del colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, donde se realizan productos como bolsos, monederos, cofres para dama, diademas y correas para niñas y otros artículos como individuales, casas decorativas, y cofres para gafas todos realizados en malla y cocidos en cinta. Con la colaboración de cada uno de los integrantes de la familia García Ochoa que poco a poco ha ido creciendo la empresa con un reconocimiento por calidad y creatividad de los productos que ofrecen, ubicada en la localidad quinta de Usme, la organización planea realizar los procesos legales para su constitución y reconocimiento en cámara y comercio y DIAN.

Misión: Somos una empresa vanguardista orientada en todo momento a lograr que nuestros productos cuenten con la elegancia, moda, tendencia y calidad que nuestros clientes más exigentes merecen tener, convirtiéndonos en una importante opción en el mercado por calidad, agilidad, innovación y flexibilidad en el trabajo. (Garcia, 2016)

Visión: Para el año 2022 llegar hacer una gran empresa reconocida a nivel nacional en la industria comercializadora y exportadora de productos con altos

estándares de calidad y accesibilidad de nuestro producto económicamente para el al cliente. (Garcia, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Usme con antecedentes de investigación y mercadeo sobre los productos elaborados en malla y cocidos en cinta, es una empresa que no está constituida, que genera unas ganancias las cuales no se invierten y su organización no tiene unas funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y a su vez el inventario de las mismas no existe. El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario y costeo utilizados para una organización.

5.2.4.5 *Decoraciones Juanpara.*

Decoraciones Juanpara es una Famiempresa de decoraciones, grabados y estampados en objetos decorativos para el hogar y oficina, se crea inicialmente en el año 2009 por cumplir con el proyecto investigativo estudiantil PIDET del estudiante Juan Nicolás Gutiérrez de grado 11^a; y debido a la crisis económica por la cual el país estaba atravesando esta familia se vio en la necesidad de continuar con la Famiempresa como modo de sustento adicional para su hogar, cambiando la imagen de los objetos decorativos de los hogares con nuevas técnicas de artísticas ofreciendo calidad y buenos precios. Desde un comienzo se motivaron por objetos religiosos, junto con estrellas, floreros y pájaros. Los diferentes grabados y coloreados a mano, sellados a laca aplicaciones metálicas

decorativas roperos, cajas urnas para 15 años, valijas y cualquier otro objeto que se les venía en mente para producir un beneficio económico.

La técnica que utiliza esta Famiempresa está basada en el arte Decoupage que se trata de recortar y pegar imágenes de papel o tela sobre los objetos decorativos, repujando, pintando y coloreando de una manera muy sutil dándole un relieve la imagen.

Misión: Decoraciones Juanpara es una empresa colombiana dedicada a la elaboración y comercialización de artículos decorados con la técnica “Decoupage”, económicos y de buena calidad. (Gutierrez, 2016)

Visión: la empresa Decoraciones Juanpara espera que para el año 2020 sea reconocida como líder en el arte de la decoración en objetos de madera mediante la utilización de la técnica Decoupage. (Gutierrez, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Usme con antecedentes de investigación y mercadeo sobre los objetos decorados con la técnica Decoupage, es una empresa que no está constituida, que genera unas ganancias las cuales no se invierten y su organización no tiene unas funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y a su vez el inventario de las mismas no existe. El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario y costeo utilizados para una organización.

5.2.4.6 *Chocolatinas Dulce Tentación.*

Chocolatinas dulce tentación, es una idea que principalmente surgió por un proceso académico obligatorio, para la estudiante Azury Plazas de la Hoz de grado 11^o realizaran un proyecto de investigación comercial y empresarial con el fin de crear una Famiempresa donde se involucrar a los estudiantes con sus familias para generar un ingreso adicional para su hogar. Esta organización inicio en el año 2005 y ha ido creciendo año a año bajo la supervisión y asesoría alimentaria del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández en los conceptos básicos del chocolate, tratamientos y la rentabilidad de este como negocio.

Misión: Brindar chocolate con un gusto exquisito a su paladar de óptima calidad consolidándonos como una marca líder en Bogotá adquiriendo prestigio entre nuestros consumidores y clientes, satisfaciendo sus necesidades. (Plazas, 2016)

Visión: Que en el año 2020 ser reconocida en el mercado como la mejor empresa de elaboración, de chocolates, con la ayuda de nuestros clientes, proveedores y trabajadores, con esfuerzo y perseverancia se llegar a la meta. (Plazas, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Usme con antecedentes de investigación y mercadeo sobre los productos comestibles a base de chocolatina bien sea negra o blanca, es una empresa que no está constituida, que genera unas ganancias las cuales no se invierten y su organización no tiene unas funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y a su vez el inventario de las

mismas no existe. El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario y costeo utilizados para una organización.

5.2.4.7 *Tienda +Cota.*

Tienda +Cota es una Famiempresa comercializadora de alimentación y accesorios mascotas, creada en febrero del año 2016, la cual está compuesta por miembros de la familia Rincón Muñoz, la cual está ubicada el sector comercial de la localidad quinta de Usme desde un inicio su producto líder fue la alimentación para mascotas (perros y gatos), actualmente la empresa se encuentra ubicada en Bogotá D.C., en la Transversal 3D N° 70ª – 21 sur en el barrio la Aurora y comercializa accesorios para mascotas puesto que la demanda de productos para los animales domésticos en los últimos años ha crecido favorablemente para esta industria.

Misión: Tienda +cota consista en brindar una solución integral a la atención de la mascota, a partir de una inmejorable oferta de producto, precio, calidad y servicio. (Rincòn, 2016)

Visión: de Tienda +cota es continuar siendo la empresa N°1 en la comercializadora de productos para mascotas en la zona local, operando con sucursales en principales ciudades. (Rincòn, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Usme con antecedentes en investigación y mercadeo sobre la comercialización y distribución de alimentos y accesorios para mascotas domesticas del sector, es una empresa que no está

constituida, pero aun así genera un volumen de ventas significativo para que la Famiempresa sostenga económicamente al grupo familiar y ya sea como parte de sus ingresos principales, sus ganancias son invertidas en arriendo de local, productos ya sean alimenticios o industriales para los animales y pagos de nómina a empleados, esta organización no tiene funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y el inventario de las mismas no existe.

El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario, gastos y costeo utilizados para una organización.

5.2.4.8 Festy Flavors.

Festy Flavors es una Famiempresa que inicio en el año 2016 como proyecto investigativo para el cumplimiento de la modalidad de grado del colegio San Gregorio Hernández para la estudiante María Camila Sandoval de grado 11^a y sus hermanos de grados 8^a y 6^a, en la que se identifica que los estudiantes y los padres de familia están comprometidos con la creación y constitución de la organización, Festy Flavors peculiarmente es una empresa que nació por la necesidad de dar un valor agregado a los postres y principalmente por generar ingresos principales a la familia Sandoval, puesto que en estos momentos pasan por una crisis económica e incapacidades físicas por parte de los padres de familia para llevar un sustento a su hogar.

Misión: Es una empresa productora y comercializadora de tortas y postres, ofrecemos servicio y garantía con un alto concepto de calidad, reflejado en el respeto por nuestros clientes y colaboradores. Garantizamos confiabilidad de los productos que procesamos y distribuimos, apoyados con una continua asesoría que asegura una mayor productividad y óptima elaboración del mismo. (Sandoval, 2016)

Visión: Festy Flavors será la mejor opción en tortas de gelatinas, innovando continuamente los sabores, diseños y decoraciones, en el año 2020 queremos ser reconocidos nacionalmente para satisfacer nuestros objetivos de preferencia, rentabilidad y crecimiento, con un claro compromiso de mejoramiento continuo en toda nuestra actividad (Sandoval, 2016)

Situación observada al inicio de las sesiones sobre el proyecto investigativo (PIDET):

Inicialmente se realizó un diagnóstico del proyecto y sus avances con el primer grupo asesor del primer semestre del año 2016 de la universidad de la Salle y se identificó que esta empresa ubicada en Usme con antecedentes en investigación y mercadeo sobre los postres y gelatinas en 3D, es una empresa que no está constituida, pero aun así genera un volumen de ventas significativo para que la Famiempresa sostenga económicamente al grupo familiar y ya sea como parte de sus ingresos principales, sus ganancias son invertidas en maquinaria, material y pagos de nómina a empleados, esta organización no tiene funciones establecidas; a su vez la unidad contable del proyecto no es clara puesto que no registran sus entradas y salidas y el inventario de las mismas no existe.

El descontrol y la falta de registros contables identifican que es una empresa que carece de asesoramiento contable y aplicación de los métodos de inventario, gastos y costeo utilizados para una organización.

5.3 Político Institucional

El colegio en su formación Técnica Agroalimentaria presta su apoyo en temas alimenticios y de desarrollo empresarial y tecnológico por medio de la Mi Granja desde el grado pre-escolar hasta empresario gregoriano en 10^o y 11^o.

El colegio se encuentra involucrado directamente con entidades públicas y privadas para su beneficio y el de sus estudiantes, para lo cual intervienen entidades como:

5.3.1 Fundación Banco Arquidiocesano de Alimentos.

El colegio se encuentra involucrado directamente con el Banco de Alimentos, el cual apoya con envío de alimentos y elementos necesarios no solo para su consumo, sino de igual forma para su distribución y uso en la parte agroalimentaria que se especializa el colegio.

5.3.2 Universidad de la Salle.

El colegio y los estudiantes, reciben apoyo de varias universidades en temas de asesoramiento y capacitación magistral, entre las cuales encontramos la Universidad de La Salle, la cual ofrece asesoramiento, capacitación y evaluación de los proyectos empresariales llevados en el colegio (PIDET), orientados al fortalecimiento de las capacidades de la institución educativa y sus estudiantes.

5.3.3 Universidad Pontificia de la Javeriana.

La universidad Javeriana por otro lado brinda asesoría con los alumnos más pequeños como los grados de primaria y básica secundaria para su formación y desarrollo técnico, agropecuario, alimenticio y comercial.

5.4 Simbólico Culturales

El colegio en el ámbito técnico agroalimentario se envuelve en una serie de estrategias recursivas para incentivar la parte empresarial y educativa de los estudiantes, en esta parte se enfoca en varias competiciones y ejercicios estatales donde demuestran la capacidad innovadora e investigativa de cada plantel, en estos eventos el colegio ha recibido varios reconocimientos sociales y culturales, alguno de los reconocimientos obtenidos del colegio son:

- PILEO (2014)
- Ecomundo AIESEC (2013)
- PILEO (2012)
- Organización Continental de Excelencia Educativa. (2011)
- Mejor institución educativa en prácticas innovadoras del reciclaje UAESP (2010)
- Galardón a la excelencia educativa (2009)
- Éxito awards (2008)
- Premio iberoamericano a la excelencia educativa (2007)

(Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernandez, 2016 - 2017)

Otros reconocimientos importantes de la institución:

Tabla 1: Reconocimientos y Galardones de la Institución

RECONOCIMIENTO	ENTIDAD	AÑO
Primer puesto a nivel local del concurso PILEO	Secretaria de Educación	2012
Dinamización de reciclaje participación en el concurso PILEO	Secretaria de Educación	2010
Galardón a la excelencia educativa	Secretaria de Educación	2009
Reconocimiento internacional PRAE	S.E.D Y Jardín Botánico	2008

Reconocimiento en honor a la calidad educativa y mención de honor en galardón a la excelencia educativa	Consejo Iberoamericano, Alcaldía mayor de Bogotá y Secretaria de Educación	2008
Reconocimiento en honor a la calidad educativa y mención de honor en galardón a la excelencia educativa	Consejo Iberoamericano, Alcaldía mayor de Bogotá y Secretaria de Educación	2007
Compromiso y destacado desempeño en la educación de los niños, niñas y jóvenes de Bogotá	S.E.D	2006
Participación en la convocatoria de experiencias significativas en gestión administrativa y financiera de colegios privados	M.E.N. y Vigor Empresarial	2006
Maestro y profesor	Husmeando	2006
Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández E.U.	Revista portal solidario social	2006
Premio colombiano a la innovación tecnológica empresarial para las Mi Pymes-Innova 2006	Ministerio de comercio, industria y turismo	2006
Participación en el "programa sagrada, las jornadas pedagógicas del desarme, reconciliación y respeto por la vida"	Secretaria de Gobierno localidad de Usme	2005
Una apuesta por la pedagogía, para el desarrollo socio empresarial	Dansocial	2004
Acciones que adelanta en pro de la formación de la formación de ciudadanos con valores	Dansocial	2004
Trasformando el pensar y el actuar para producir	Suma solidaria Dansocial	2004

Los empresarios del presente	Sena emprendedor	2004
Empresa una nueva alternativa	Dansocial	2004
Foro distrital "el arte reflejado en mi empresa"	S.E.D	2004
Participación y organización del foro local "de la curiosidad a la actitud científica"	Alcaldía de Usme, Cadel de Usme	2003
Participación en la gira pedagógica en la granja la portada	Comité de cafeteros de Cundinamarca	2003
Perseverancia, creatividad y compromiso en el ambiente	Aseo capital	2002
Foro educativo distrital "las matemáticas mucho más que cuatro operaciones"	S.E.D	2002
Un chico hábil con aires empresa	O.E.I.	2002
Foro educativo distrital "semillero de lector escritores"	S.E.D	2001

Fuente: (Hernandez, 2016)

6 Análisis FODA

Tabla 2: Análisis DOFA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Respaldo del rector de la institución el Maestro Hipólito Neusa para la toma de decisiones, citaciones a estudiantes y padres de familia. A su vez con el compromiso y responsabilidad para la entrega del proyecto investigativo.</p>	<p>Falta de entendimiento de los requerimientos, evaluación y temas de contenido (estructura) del PIDET.</p>
<p>Asesoría y capacitación personalizada para cada una de las Famiempresas por medio de fichas técnicas y de evaluación independientes.</p>	<p>Los conceptos y definiciones de los grupos de acción para la elaboración del PIDET, generan diferencias conceptuales básicas para los temas de contenido del mismo.</p>

	<p>El equipo de trabajo para las asesorías está compuesto por dos profesionales en contaduría pública y dos profesionales de administración de empresas de la universidad de la Salle, con conocimientos adquiridos.</p>	<p>Carencia de tiempo para las asesorías y capacitaciones con los estudiantes y padres de familia de las Famiempresas.</p>
	<p>Material disponible en internet y en libros de la bibliografía, adicionalmente material pedagógico contable para adolescentes aplicado por el SENA en proyectos productivos para el desarrollo de las capacitaciones y asesorías.</p>	<p>Falta de experiencia pedagógica y de manejos de grupos de interés, por la falta de capacitación del personal de capacitación de la universidad de la Salle.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>Crecimiento de la economía Colombia y de la oferta laboral en desarrollo de</p>	<p>Realizar capacitaciones y asesorías a los estudiantes y sus familias, mediante el apoyo brindado por la</p>	<p>Se realizan las capacitaciones y asesorías de forma personalizada así se evitan los conceptos erróneos y generales y se</p>

<p>proyectos de investigación y constitución de Famiempresas.</p>	<p>administración del colegio y el interés de cada familia por constituir sus Famiempresas,</p>	<p>aplican de acuerdo a sus necesidades empresariales administrativas y contables, lo que nos lleva</p>
<p>Apoyo e interés por parte de los padres de familia, comprometidos con las Famiempresas y su funcionamiento para que estas sean constituidas legalmente.</p>	<p>aprovechando el vínculo generado en asesores y asesorados ya que los integrantes del equipo son jóvenes, las capacitaciones para la documentación del PIDET se pueden aplicar a los proyectos de forma</p>	<p>a crear nuevos metodologías de aprendizaje y aplicación en los procesos de creación de empresa y emprendimiento, transformado e incentivando a las Famiempresas a ser</p>
<p>La institución facilita las aulas de clase y sistemas para el desarrollo de las capacitaciones y asesorías.</p>	<p>personalizada puesto que se facilita por estudiante medios de tecnología como computadas que les facilita a los estudiantes el documentar, corregir y adicionar a su PIDET de</p>	<p>constituidas y llevar una contabilidad básica y aplicable. El respaldo que se recibe de la institución es fundamental para el desarrollo del proceso con los estudiantes y padres de familia, ya que fortalece</p>
<p>Capacitaciones previas sobre la elaboración del PIDET a los estudiantes de la institución por parte de estudiantes de la universidad de la</p>	<p>forma inmediata y bajo las correcciones realizadas por el asesor de la misma forma. Para la elaboración de este proyecto de investigación se realizó acompañamiento</p>	<p>las metodologías implementadas para las capacitaciones y asesorías con lazos de comunicación puesto que fomenta la responsabilidad y el compromiso en la realización de actividades</p>

Salle.	permanente por parte de la universidad y el tutor asignado, dándonos así pautas de metodologías de enseñanza y aprendizaje para aplicar en las asesorías y capacitaciones con los estudiantes.	asignadas por el equipo de trabajo en el transcurso del tiempo.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
Falta apoyo por parte del concejo PIDET y del área empresarial de la institución para las metodologías de evaluación, desarrollo y sustentación de los estudiantes y Famiempresas.	<input type="checkbox"/> A pesar que las Famiempresas carecen de organización, estructura administrativa y conceptualización contable para llevar sus procesos empresariales, la universidad de la Salle brinda a esta comunidad una capacitación y asesorías con profesionales en las áreas administrativas y contables, incentivando a sus estudiantes en otras modalidades de grado generando impacto social y	<input type="checkbox"/> Aunque las debilidades para la realización de este proyecto de investigación radican en la estructura pedagógica y falta de experiencia para capacitar adolescentes, identificamos que los estudiantes reaccionan de forma positiva al observar que el equipo de asesorías y capacitación es joven y con nuevas e interesantes metodologías de enseñanza y lúdica puesto que también están en el proceso de aprendizaje, por ende la institución y la
El desinterés de los estudiantes para asistir a las sesiones de capacitación y asesoramiento por parte de la		

universidad de la Salle.	transformaciones de vida tanto para la comunidad y formación profesional.	universidad apoyan a la realización de este tipo de proyectos, para explorar
Falta de tiempo de los padres de familia para las reuniones de retroalimentación y diagnóstico de las Famiempresas.		todas las facetas de sus alumnos y tener un valor agregado en la experiencia profesional y laboral.
Se registra un diagnóstico de su PIDET atrasado por parte de los estudiantes e integrantes de la Famiempresa.		

Fuente: (Bohòrquez, 2016)

7 Marco Referencial

7.1 Marco Teórico

El contexto del marco teórico se brindó a los estudiantes de acuerdo a su aprendizaje y PEI institucional el cual se sugirieron documentos, textos y artículos, básicos para su entendimiento aplicación a las Famiempresas. Ya que los estudiantes no tienen ninguna base administrativa y contable anteriormente adquirida.

7.1.1 Área Administrativa y Empresarial.

Marco teórico:

- **Historia de la Famiempresa:**

Una “reseña histórica” contiene la historia de la empresa. Debe incluir toda la información pertinente acerca de la empresa, sus productos o servicios, su mercado y/o industria y su equipo de gerencia. Debe estar escrita de forma tal que atraiga el interés de un periodista. Debe centrarse siempre en los beneficios y la información. Recuerde, ésta no es una herramienta de ventas, de modo que evite al máximo los elogios.

Puede crear una reseña histórica viable si escribe uno o dos párrafos acerca de cada uno de estos elementos:

- A que se dedica tu empresa
- Cuándo y por qué se creó su empresa
- Reseña histórica de tu empresa

- Tus productos o servicios
- Tu personal clave
- Misión y visión

También puede crear una hoja informativa de la empresa de una sola página.

Es más corto y simple que una reseña histórica. Una hoja informativa contiene los elementos básicos de su empresa, entre otros:

- El nombre y logo de tu empresa
- Tu dirección y teléfono
- El giro de tu negocio
- Tus productos o servicios
- Tu equipo de gerencia
- Nombre y número de personas de contacto

Fuente: (Anonimo, 2016)

- **Definición del sector:**

¿Para qué te va a servir llevar a cabo la descripción de tu sector? Te va a servir para poner en claro algunas ideas que quizá no tengas muy claras, o a las que quizá no les has dedicado el tiempo suficiente porque el día a día no te lo ha permitido. También para contrastar o refutar otras, y para convertirlo finalmente en cuaderno de bitácoras de tu proyecto, e incluso si es necesario convertirlo en una presentación con la que buscar inversores de una forma profesional. Igual ya te has planteado buscar inversión de terceros (puede ser un banco) pero no sabes cómo estructurar de forma organizada y profesional sobre el papel lo que estás haciendo día a día. (Caravantes, 2013)

- **Tipo de organización:**

- Persiguen unos objetivos, incluyendo el de generar ganancias.
- Cuenta con recursos limitados, tanto materiales, como humanos y económicos y por tanto deben ser administrados eficientemente.

Este es el fin de una Organización Comercial: administrar los recursos eficientemente con el fin único de la consecución de los objetivos.

En conclusión, lo verdaderamente importante es que la organización comercial que decida utilizar en su empresa se adapte a las necesidades y características de la misma, y que su administración se lleve a cabo de forma correcta. (Resenterra, 2016)

- **Impacto económico:**

Hoy, dirigir una compañía no solo consiste en administrar la elaboración de un producto o de un servicio, sino que va mucho más allá de la comunicación, de los stakeholders (grupos o personas de interés), ética comercial y responsabilidad social empresarial con el fin de visualizar su inevitable importancia y necesaria aplicación para las empresas. (Kimakowitz, 2011)

- Los stakeholders: Son grupos o individuos que están interesados en un elemento esencial para la planificación estratégica de los negocios. Con base en esto, las organizaciones buscan tener un lenguaje claro y sostenible con sus stakeholders para el mejoramiento de su práctica empresarial. (Kimakowitz, 2011)

- **Análisis FODA:**

Es de anotar, que el análisis FODA, permite visualizar la organización, el entorno y finalmente la interacción de estas variables con el fin de poder definir estrategias de mejoramiento.

- **Paso 1.** Lluvia de ideas. Se debe conformar un grupo con los líderes del proyecto y personas que pertenezcan o tengan relación con el territorio de aplicación del proyecto. Se debe designar un moderador y un secretario para el desarrollo de esta etapa. Luego, se deben presentar por parte de cada uno de los integrantes, ideas relacionadas con las variables FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
- **Paso 2.** Análisis de la lluvia de ideas. Se debe iniciar un proceso de análisis de las ideas expuestas con el fin de argumentar, sustentar y validar las mismas. En este punto, el autor de la idea puede ser controvertido por los demás integrantes del grupo. Como resultado se puede obtener: -aprobación de la idea, -ajuste de la idea, -reubicación de la idea en otra variable (ejemplo: de fortaleza a oportunidad, de amenaza a debilidad, etc.), -eliminación definitiva de la idea.
- **Paso 3.** Priorización de las ideas. se deben ubicar las ideas en orden de prioridad, de mayor a menor prioridad (de arriba hacia abajo).
- **Paso 4.** Matriz FODA. Como resultado de los pasos anteriores, en este punto se tiene el conjunto principal de variables FODA, que son clave o críticas para el sistema. Uno de los principales objetivos del análisis FODA, es poder correlacionar las diferentes variables con el fin de definir estrategias clave que permitan: maximizar las fortalezas y oportunidades, y minimizar las debilidades.
- **Paso 5.** Conclusiones análisis FODA. Como punto final, se deben presentar algunas conclusiones sobre el proceso desarrollado con el fin de puntualizar sobre los puntos clave a tener en cuenta en el proceso a desarrollar.

Fuente: (Universidad de la Salle, 2016)

Marco legal:**• Escritura pública:**

O la escritura de constitución de la sociedad deberá contener por lo menos los siguientes requisitos establecidos en el artículo 110 del código de comercio. (Camara de Comercio de Cali, 2016)

- El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma.
- El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El objeto social.
- El capital social, la parte del mismo que suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución.
- La forma de administrar los negocios sociales.
- La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias.
- Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse.
- La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma.
- La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie.
- Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad.

- El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad.
- Las facultades y obligaciones del revisor fiscal.

Fuente: (Codigo de Comercio, 2016)

- **Acta de constitución:**

Una Acta Constitutiva es aquel documento o constancia notarial en la cual se registrarán todos aquellos datos referentes y correspondientes a la formación de una sociedad o agrupación. (Definición ABC, 2016)

- **RUT:**

El Registro Único Tributario, RUT, administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y no contribuyentes declarantes de ingresos y patrimonio; los responsables del Régimen Común y los pertenecientes al régimen simplificado; los agentes retenedores; los importadores, exportadores y demás usuarios aduaneros, y los demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, respecto de los cuales esta requiera su inscripción. (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, 2016)

- **Registro de Cámara de comercio:**

La Cámara de Comercio de Bogotá define la Matrícula Mercantil como el registro que certifica la existencia y la constitución de las empresas y de los negocios. Es uno de los requisitos exigidos para el funcionamiento de todo establecimiento comercial y de toda empresa. (Nullvalue, 2001)

Administración del talento humano

- **Organigrama:**

Es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático. Un organigrama permite analizar la estructura de la organización representada y cumple con un rol informativo, al ofrecer datos sobre las características generales de la organización.

Ilustración 2: Organigrama



Fuente: (Pérez & Merino, Organigrama, 2009)

Un organigrama permite analizar la estructura de la organización representada y cumple con un rol informativo, al ofrecer datos sobre las características generales de la organización.

Los organigramas pueden incluir los nombres de las personas que dirigen cada departamento o división de la entidad, para explicitar las relaciones jerárquicas y competencias vigentes. (Pérez & Merino, Organigrama, 2009)

- **Descripción de funciones:**

- **Definición:** Primero debemos definir que es una función administrativa. Una función administrativa es la realización de ciertas actividades o deberes al tiempo que se coordinan de manera eficaz y eficiente en conjunto con el trabajo de los demás.
- **Tipos de funciones administrativas:** En la Administración podemos encontrar 5 funciones administrativas:

Planeación: Función de la administración en la que se definen las metas, se fijan las estrategias para alcanzarlas y se trazan planes para integrar y coordinar las actividades.

Organización: Función de la administración que consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo se hacen, cómo se agrupan, quién rinde cuentas a quién y dónde se toman las decisiones.

Integración de personal: Consiste en ocupar con personas los puestos de la estructura de la organización y en mantener esos puestos ocupados.

Dirección: Función de la administración que consiste en motivar a los subordinados, influir en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, elegir el mejor canal de comunicación y ocuparse de cualquiera otra manera del comportamiento de los empleados.

Control: Función de la administración que consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones correctivas que hicieran falta.

Fuente: (Web y Empresas, 2016)

Ilustración 3: Funciones Administrativas



Fuente: (Web y Empresas, 2016)

- **Hojas de vida:**

La hoja de vida es la carta de presentación del aspirante, el primero probablemente único contacto que lleguen a tener la mayoría de los candidatos con la empresa que quieren que los reclute. Esto le confiere a la hoja de vida una gran relevancia, puesto que en ella debemos condensar la información más importante de nuestra historia laboral para poder presentarnos adecuadamente ante una empresa. (hojadevida.info, 2014)

7.1.2 Área Financiera.

Plan Financiero

Balance General: Para que muestre en forma más clara y detallada la situación financiera de la empresa, pueden hacerse subclasificaciones, dentro de cada grupo de cuentas que conforman el balance; a este se le llama Balance General Clasificado. Esta forma de presentación permite hacer un buen análisis financiero.

El activo de una empresa se clasifica de acuerdo con su grado de disponibilidad, o sea, la facilidad o rapidez para ser convertido en efectivo, en un periodo determinado.

La sub clasificación se presenta así:

- **Activo corriente:** En esta sub clasificación se incluyen los grupos del Plan único de cuentas denominados: Disponible, inventarios y la parte corriente de inversiones y deudores.
- **Activo no corriente:** En esta sub clasificación se incluyen los grupos de inversiones y deudores a largo plazo, o sea, la porción no corriente.
- **Propiedades planta y equipos:** comprenden las cuentas: terrenos, construcciones en curso, construcciones y edificaciones, maquinaria y equipo, equipo de oficina, flota y equipo de transporte y además las depreciaciones.
- **Intangibles:** Comprenden las cuentas: Crédito mercantil, Marcas, Patentes, Know-how, licencias y amortizaciones acumuladas.
- **Diferidos:** Comprende gastos pagados por anticipado y cargos diferidos.
- **Otros activos:** bienes de arte y cultura, y diversos.
- **Valorizaciones:** De inversión, propiedades, planta y equipo y de otros activos.

El pasivo se clasifica en razón de la exigibilidad, ósea, el plazo que tiene la empresa para pagar sus deudas, así:

- **Pasivo corriente:** En esta clasificación se incluyen los grupos del plan único de cuentas denominados: Impuestos, gravámenes y tasas, pasivos estimados y provisiones, además de la parte corriente de obligaciones financieras, proveedores, cuentas por pagar y obligaciones laborales.
- **Pasivo a largo plazo:** En esta subclasificación se incluyen los grupos de obligaciones financieras, proveedores, cuentas por pagar y obligaciones laborales a largo plazo, o sea, la porción no corriente.

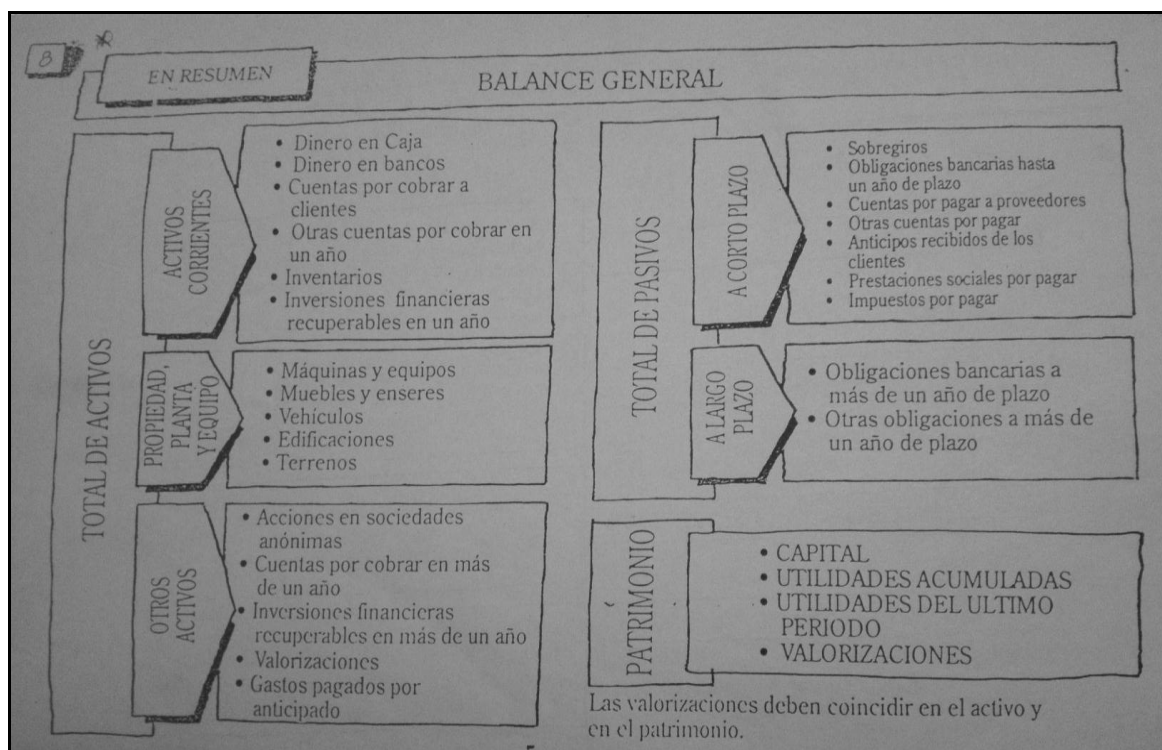
- **Diferidos:** comprende ingresos recibidos por anticipado y abono diferido.
- **Otros pasivos:** Anticipos y avances recibidos y diversos.

El patrimonio se clasifica así:

- Capital social
- Superávit de capital
- Reservas
- Revalorización de patrimonio
- Dividendos o participaciones decretados en acciones, cuotas o partes de interés social
- Resultados del ejercicio
- Resultado de ejercicios anteriores
- Superávit por valorizaciones

(Gudiño & Coral, Contabilidad 2000, 2000)

Ilustración 4: Balance General



Fuente: (Fundación Carvajal, 2013)

Estado de resultados: Es un documento complementario y anexo al Balance General, en el que se informa en forma detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable.

El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultado, o sea, las cuentas de ingreso, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los saldos ajustados del libro mayor y de los libros auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

Partes de estado de resultados o ganancias y pérdidas.

- **Encabezamiento:** Formado por la razón social o nombre de la empresa, el nombre del documento y periodo, con fecha inicial y final, al cual corresponde el estado de Ganancias y perdidas
- **Cuerpo del contenido:** para facilitar su interpretación es necesario presentar las cuentas que conforman este documento clasificado así:

Ilustración 5: Contenido del Estado de Resultados

1	INGRESOS OPERACIONALES
2 Menos	COSTO DE VENTAS
3 Igual	UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL
4 Menos	GASTOS: OPERACIONALES DE ADMINISTRACION OPERACIONALES DE VENTAS
5 Igual	UTILIDAD OPERACIONAL
6 Más	INGRESOS NO OPERACIONALES
7 Menos	GASTOS NO OPERACIONALES
8 Igual	UTILIDAD ANTES DE CORRECCION MONETARIA
10 Igual	UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS Y RESERVAS
11 Menos	IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEMENTARIOS
12 Igual	UTILIDAD LIQUIDA
13 Menos	RESERVAS
14 Igual	UTILIDAD DEL EJERCICIO

Fuente: (Gudiño & Coral, Contabilidad 2000, 2000)

Ingresos: son los valores que recibe la empresa cuando realiza una venta o presta un servicio con el fin de obtener ganancia. (Gudiño & Coral, Contabilidad 2000, 2000)

Análisis de ventas: Un informe de análisis de ventas muestra las tendencias que se producen en el volumen de ventas de la empresa a través del tiempo. En su forma más básica, muestra si las ventas van en aumento o en descenso. En cualquier momento durante el año fiscal, los gerentes de ventas pueden analizar las tendencias del informe para determinar el mejor curso de acción. Los administradores a menudo los utilizan para identificar oportunidades de mercado y las áreas donde podrían aumentar el volumen. Por ejemplo, un cliente puede mostrar una historia de aumento de las ventas durante ciertos períodos. Estos datos se pueden utilizar para hacer nuevos negocios durante estos períodos. (Helen Akers, 2016)

Costos: O coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). (Porto, 2008)

Gastos: Es la acción de gastar (emplear el dinero en algo, deteriorar con el uso). En un sentido económico, se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado. El gasto es un concepto de utilidad tanto para las familias como para las empresas o para el gobierno. Como la expresión de “cubrir gastos”. Con la misma lo que se intenta expresar es que un negocio en sí está generando la producción necesaria para poder hacer frente justo a todos los gastos que se han creado. (Pérez & Merino, Definición de Gasto, 2012)

Impuestos: Tiene su origen en el término latino *impositus*. El concepto hace referencia al tributo que se establece y se pide según sea la capacidad

financiera de aquellos que no están exentos de abonarlo. Entre los elementos de un impuesto, aparecen el hecho imponible (la situación que motiva la obligación tributaria de acuerdo a la ley), el sujeto pasivo (la persona, ya sea natural o jurídica, que tiene la obligación de pagarlo), la base imponible (la cuantificación y la valoración del hecho imponible), el tipo de gravamen (la proporción que se debe aplicar en función a la base imponible para establecer el cálculo del gravamen), la cuota tributaria (la cantidad correspondiente al gravamen) y la deuda tributaria (el resultado de reducir la cuota con deducciones o de incrementarse con recargos). (Pérez & Gardey, Definición de Impuesto, 2012)

Política de precios: Si el precio es una de las bases del beneficio de la empresa, las decisiones sobre el precio no solo dependen de la dirección general y del departamento del marketing, otros departamentos de la empresa, como producción o financiación, están involucrados en el desarrollo. (Alonso, 2010)

7.1.3 Área de Producción y Mercadeo.

Perfil del cliente: Se determina por una serie de variables que caracterizan al individuo, lo estudiamos a través de las siguientes variables: personalidad, percepción, actitud, clase social y estilo de vida. (Serrano, 2011)

Canales de distribución (página web, tarjeta de presentación, volante, folleto): Cuando hablamos de la distribución a la cual nos referimos a las actividades necesarias para que el producto llegue en tiempo y forma a las manos de los consumidores. (DESSLER, 2001)

Ilustración 6: Canales de Distribución



Fuente: (Revista de Consultoría, 2016)

Los elementos implicados dentro de un canal de distribución suelen ser el productor, mayorista, minorista y consumidor final. Al establecer una canal, hay que conocer los distintos intermediarios y cómo pueden influir en el producto.

- **Productor:** Es la empresa que crea o elabora el producto que se va a comercializar.
- **Mayorista:** Empresas con gran capacidad de almacenamiento que compran al productor para revender el artículo. Esta reventa no suele destinarse al consumidor final.
- **Minorista:** También conocido como detallista, son empresas pequeñas que compran el producto o al productor o al mayorista para venderlo al consumidor final. Es el último eslabón del canal de distribución. Un minorista tiene un contacto directo con **el cliente final**, por ello, puede influir enormemente en las ventas de los productos que están comercializando.

(Revista de Consultoría, 2016)

7.1.4 Diseño Metodológico.

Tipo de investigación de Mercados: La investigación de mercados proporciona información sobre las características, evolución y pautas de comportamiento del

target market; así como sobre todos los factores del entorno que pueden afectarnos como empresa.

Ilustración 7: Diseño de Investigación de Mercados



- **Investigación Cualitativa:** Se utilizar para descubrir y entender los pensamiento y percepciones que nos proveen la base para tomar una decisión
- **Investigación Cuantitativa.** Se utiliza para medir y predecir, para determinar un curso de acción definitivo.

El diseño básico para redactar un cuestionario para una encuesta es el siguiente:

- Encabezado
- Flujo del cuestionario
- Preguntas de calentamiento
- Preguntas de transición
- Cierre

Ilustración 8: Formato de Encuestas

The image shows a survey form with a header section and a main questionnaire section. The header section, titled 'Encabezado', includes a list of items: Titulo, Breve introducción, Logo símbolo, and Confidencialidad. The main questionnaire section is titled 'Encabezado' and contains a logo for 'El Corral', a 'Recorte dispositivo' button, and a series of questions. The questions are organized into sections: 'PRODUCTO' (a, b, c, d), 'SERVICIO' (a, b, c, d), and 'LUGAR' (A, B, C). Each question has a set of four radio buttons labeled 'Excelente', 'Bueno', 'Regular', and 'Malo'. Below the questions, there is a section for 'Algún comentario adicional:' and a 'Nombre:' field. At the bottom, there is a note about the survey being part of a 'SESION DE SEMINARIOS' and a 'GRACIAS POR SUS APORTES!' message.

Fuente: (Echeverri, 2009)

se utilizan los diferentes tipos de pregunta de respuesta la abierta donde sean basicas o de seguimiento.

Las preguntas de respuestas cerradas; como respuestas de Si o No.

Preguntas de respuestas multiples, donde se marcan una o varias opciones según el contenido de la pregunta. (Echeverri, 2009)

Población: conjunto de elementos u personas sobre el cual se quiere estudiar una característica especifica en la que se saca la muestra. (Echeverri, 2009)

Muestra: Lista de todas las unidades de muestreo disponible para selección en una etapa del proceso del muestreo. (Echeverri, 2009)

Análisis de resultados:

Una vez realizada la recogida de datos a través de los cuestionarios descritos, comienza una fase esencial para toda investigación, referida a la clasificación o agrupación de los datos referentes a cada variable objetivo de estudio y su presentación conjunta.

Tabulación de los Resultados de las Encuestas: Los resultados de la encuesta se han almacenado en un archivo de la computadora y están libres de todos los errores de introducción lógica de datos y de registros del entrevistador. El siguiente paso es tabular los resultados de la encuesta. (Karina, 2012)

7.1.5 Resumen Ejecutivo.

Es un resumen orientado a la acción que presenta una idea general del plan de marketing, en dos o tres páginas, para ser examinado rápidamente y se comienza con una breve presentación de la empresa y el producto. (Gray, 2004)

7.2 Marco Conceptual

7.2.1 Conceptualización Contable.

En este marco teórico se resaltan los conceptos más utilizados en las capacitaciones y por los cuales investigue su significado y aplicación para tener un entendimiento claro y exacto.

- **Activo:** Son los bienes, derechos y valores que tienen las Famiempresas a la fecha de registro en el balance general. (Bohórquez, 2016)
- **Activo corriente:** Es el dinero que se puede hacer efectivo y disponible para la Famiempresa en menos de un año. Por ejemplo, la caja donde se tiene el dinero entrante de las ventas de sus productos, los bancos donde guardan el dinero de las ventas más grandes y que su cliente ha girado a las cuentas bancarias de la Famiempresa, las cuentas por cobrar de los clientes que han sacado mercancía al fiado y pagara a no mayor de 90 días, los inventarios de su materia prima, insumos o productos terminados

e inversiones realizadas a nombre de la Famiempresa en alguna entidad bancaria no mayor a un año. (Bohórquez, 2016)

- **Activo fijo:** son todos los elementos pertenecientes y adquiridos para el funcionamiento de la Famiempresa por un tiempo indefinido y no están en venta; en ellos encontramos las máquinas para la producción de nuestros productos los muebles y enseres necesarios para actividades administrativas y de producción como sillas, escritorios, mesas y demás, vehículos en los que repartimos nuestra mercancía o productos, edificaciones o terrenos donde bajo nuestra propiedad esta para la fabricación, distribución o comercialización de nuestros productos. (Bohórquez, 2016)
- **Balance general:** Es el informe que organiza los datos contables, con el fin de dar a conocer la situación financiera de una empresa a determinada fecha. Para el caso de las Famiempresas, su balance general indica los movimientos realizados por el ente económico del 1 de enero al 30 de septiembre del 2016. (Bohórquez, 2016)
- **Capital social:** Es el dinero o bienes aportados por los socios o dueños para la fundación o creación de la Famiempresa. Y también son registrados en la escritura pública y queda constancia en las actas de constitución de la misma. (Bohórquez, 2016)
- **Contabilidad:** La contabilidad es una parte de la economía que se encarga de obtener información financiera interna y externa sobre las empresas para poder permitir su control y la adecuada toma de decisiones. (Amat, 2012)

- **Ecuación patrimonial:** Contablemente debe existir un equilibrio entre las cuentas reales del activo pasivo y patrimonio de una empresa. Para determinar el equilibrio entre esas cuentas, se utiliza una fórmula matemática conocida con el nombre de ecuación patrimonial. Esta fórmula da a conocer, independientemente, el valor del activo, del pasivo y del patrimonio.

Ecuación patrimonial

$$\text{Activo} = \text{pasivo} + \text{Patrimonio}$$

$$\text{Pasivo} = \text{Activo} - \text{patrimonio}$$

$$\text{Patrimonio} = \text{Activo} - \text{pasivo}$$

Fuente: (Gudiño & Coral, Contabilidad 2000, 2000)

- **Estado de resultados:** Es un documento complementario y anexo al Balance General, en el que se informa en forma detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable. (Gudiño & Coral, Contabilidad 2000, 2000)
- **Ingreso:** En sentido económico, los ingresos son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral, comercial o productiva. (Pérez & Merino, Definición de Ingreso, 2013)
- **Pasivo:** Son las deudas y obligaciones que tiene la Famiempresa con terceros a la fecha de registro en el balance general. (Bohórquez, 2016)
- **Pasivo corriente:** son las deudas y obligaciones con terceros que nuestra Famiempresa debe cancelar por un periodo no mayor a un año, en los cuales encontramos las obligaciones bancarias o con los bancos por motivos de préstamos para inversión o compra de materia prima o

maquinaria, las cuentas por pagar a los proveedores por mercancía o insumos adquiridos a crédito, las prestaciones sociales por pagar de nuestros empleados como las vacaciones, prima y seguridad social y por último los impuestos que se pueden generar por la venta de productos marcados con IVA. (Bohórquez, 2016)

- **Patrimonio:** Es el valor real de los bienes que tiene la Famiempresa como resultado de lo aportado por socios, resultados de ejercicios anteriores y del actual a su vez nos indica el valor que quedaría si se pagaran todas las obligaciones a la fecha de registro en el balance. (Bohórquez, 2016)
- **Utilidad:** Estas se clasifican en dos, utilidades del ejercicio o del periodo que son las ganancias obtenidas durante el ejercicio económico en este caso el resultado arrojado por el ultimo estado de resultados que obtuvo la Famiempresa y las utilidades acumuladas son aquellas que sean obtenido en el transcurso del funcionamiento de la Famiempresa y han sido reinvertidas en ella. (Bohórquez, 2016)

7.2.2 Conceptualización Administrativa.

En este marco teórico se resaltan los conceptos más utilizados en las capacitaciones y por los cuales investigue su significado y aplicación para tener un entendimiento claro y exacto.

- **Administración:** puede aludir a la estructura, el funcionamiento y el rendimiento de una entidad. Una empresa, por otra parte, es una organización que se dedica a desarrollar tareas productivas o comerciales con el objetivo de obtener ganancias económicas. (Pérez, Definición de Administración, 2015)

- **Descripción de Cargos:** Es un instrumento que detalla lo que debe hacer la persona que lo ocupa, como lo hará y por qué. Por lo general habla el contenido del trabajo, de su contexto y de los términos del empleo. (ROBBINS, 2002)
- **DOFA:** Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una organización que tiene como fin encontrar como un nicho estratégico que se pueda explorar. (ROBBINS, 2002)
- **Impacto Económico:** sin duda este impacto es algo que cualquier empresario o gestor comprometido con su organización va a resultarle un elemento decisorio de primera magnitud. No somos partidarios de cifrar la toma de decisiones en un único parámetro basado en lo presupuestario, pero no hay que engañarse a este respecto adoptar un espíritu empresarial es una buena forma de valorar un trabajo bien hecho. (Maria Garcia Noya, 2001)
- **Mercadeo:** Marketing es un concepto inglés, traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Pérez & Gardey, Definicion de Marketing, 2012)
- **Misión:** es aquello que pretende realizar una entidad corporativa. La misión empresarial es el motivo que impulsa la creación de la compañía y detalla la orientación de sus esfuerzos y actividades. En otras palabras, representa la razón de ser de la empresa y orienta su planificación. La misión empresarial debe detallar la actividad fundamental de la empresa, el concepto del producto genérico que ofrece y el concepto de los tipos de

clientes a los que pretende atender. (Pérez & Merino, Definición de Misión, 2012)

- **Publicidad:** El término, de todas formas, suele asociarse a la divulgación de anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, usuarios o espectadores. En este sentido, los avisos publicitarios intentan informar las bondades de un producto o servicio a la sociedad con el objetivo de motivar el consumo. La publicidad puede realizarse a través de diversos medios. Hay publicidades en los periódicos, las revistas, la televisión, la radio e Internet. De hecho, los medios de comunicación suelen financiarse a partir de la venta de espacios para la publicidad (una estación de radio o un canal televisivo vende minutos de aire, un periódico o revista ofrece espacio en sus páginas, etc.). (Pérez & Merano, Definición de publicidad, 2009)
- **Visión:** Es una panorámica de todo lo que, en un sentido amplio, quiere ser una empresa y de aquello que quiere lograr en última instancia. Por consiguiente, el enunciado de una misión articula la descripción ideal de una organización y plantea la configuración del futuro que busca, es decir, el enunciado de una misión perfila a la empresa en dirección al punto que le gustaría alcanzar en años próximos. (Michael L, Hitt, Ireland, & Hoskison, 2008)

7.3 Marco Legal

7.3.1 Constitucional.

- Constitución política de Colombia

- Código de Comercio
- Decretos y leyes colombianas

7.3.2 Institucional.

- Manual de convivencia año 2016 – 2017 del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández

8 Marco Metodológico

Este proyecto de investigación se bajó la metodología IAP (investigación – acción – participación) ideal para trabajo con la comunidad y generando impacto social y responsabilidad social en la comunidad de Usme.

Tabla 3: Etapas y Fases de una Investigación Acción Participación (IAP)

Etapas y fases de una Investigación Acción Participativa (IAP).
Etapa de pre-investigación: Síntomas, demanda y elaboración del proyecto.
0. Detección de unos síntomas y realización de una demanda (desde alguna institución, generalmente administración local) de intervención.
1. Planteamiento de la investigación (negociación y delimitación de la demanda, elaboración del proyecto).
Primera etapa. Diagnóstico.
Conocimiento contextual del territorio y acercamiento a la problemática a partir de la documentación existente y de entrevistas a representantes institucionales y asociativos.
2. Recogida de información.
3. Constitución de la Comisión de Seguimiento.
4. Constitución del Grupo de IAP.
5. Introducción de elementos analizadores.
6. Inicio del trabajo de campo (entrevistas individuales a representantes institucionales y asociativos).
7. Entrega y discusión del primer informe.
Segunda etapa. Programación.

Proceso de apertura a todos los conocimientos y puntos de vista existentes, utilizando métodos cualitativos y participativos.
8. Trabajo de campo (entrevistas grupales a la base social).
9. Análisis de textos y discursos.
10. Entrega y discusión del segundo informe.
11. Realización de talleres.
Tercera etapa. Conclusiones y propuestas.
Negociación y elaboración de propuestas concretas.
12. Construcción del Programa de Acción Integral (PAI).
13. Elaboración y entrega del informe final.
Etapa post-investigación: Puesta en práctica del PAI y evaluación. Nuevos síntomas.

Fuente: (ALBERICH, Introducción a los métodos y técnicas de investigación social y la IAP, 1998)

8.1 Motivos del Proyecto

El proyecto de capacitación y asesoría en el colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández que llevamos a cabo, tiene principalmente fines académicos y de responsabilidad social, ya que nuestra formación profesional Lasallista nos compromete a generar conciencia e impacto con la comunidad.

- Modalidad de grado seleccionada por nosotros explotando nuestras habilidades.
- Aportar y contribuir a la comunidad de Usme al desarrollo de las Famiempresas bajo los conocimientos profesionales y experiencia de vida de cada uno de los asesores.

- Incentivar a la comunidad para la creación e innovación de sus Famiempresas generando un impacto socioeconómico.

8.2 Lugar de Trabajo

Este proyecto de capacitación y asesoría se lleva a cabo en la localidad quinta (Usme) de la ciudad de Bogotá D.C., en el barrio Santa Librada, donde se encuentra ubicado el Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, adicionalmente se realizarán las correcciones de los PIDET mediante correos electrónicos y trabajo virtual con los estudiantes e informes para los directivos del colegio; se realizan las asesorías y tutorías de nuestro trabajo escrito en la universidad de la Salle.

8.3 Alcance

Establecer los medios de información y económicos del sector en métodos empresariales, constitución de empresa, variables de oportunidad y amenaza, para lograr constituir y sostener las empresas en el sector de Usme.

8.4 Cronograma de Actividades.

Tabla 4: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES / TIEMPO SEMANAS	JUNIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE					
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	
Presentación del grupo asesor con padres de familia y estudiantes																		

- a) Lo primero es perfilar de forma escueta, pero con datos relevantes el sector que has escogido para tu negocio, aportar los datos que conozcas en tu zona, siempre que sean de valor para tu idea de negocio. (Caravantes, 2013)
 - b) ¿Crees que hay alguna tendencia que se está iniciando en tu sector? ¿Cuál es su potencial? ¿Has intentado algo al respecto? ¿No la hay? (Caravantes, 2013)
 - c) ¿Cuáles son las necesidades de los clientes del sector que has decidido para tu negocio? ¿las conoces? ¿La has puesto por escrito? Las necesidades de tus clientes normalmente se traducen en problemas no resueltos. (Caravantes, 2013)
- **Tipo de Organización:** En cuanto al tipo de organización, el Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández realizó una capacitación previa con asesores de la Universidad de la Salle y solicitó que las empresas fueran nombradas como Famiempresas o empresas de familia las cuales se encuentran conformadas con miembros de la misma familia, su estructura organizacional, responsabilidades, deberes y obligaciones son lo mismo que otras sociedades legalmente constituidas en Colombia.
 - **Análisis DOFA:** Por medio de la capacitación realizada de forma catedrática se le indicó al estudiante el paso a paso de la elaboración del análisis DOFA, en la cual se identificaron por medio de lluvia de ideas las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene la Famiempresa tanto internas como externas. Se solicita al estudiante enviar por medio de correo electrónico los resultados de dicho análisis para presentar las correspondientes correcciones y sugerencias del grupo asesor de la universidad de la Salle.

8.5.1.2 Marco Legal.

El grupo asesor indico a los estudiantes y padres de familia que una de las tareas de la elaboración de los PIDET, es que toda Famiempresa investigativa debería quedar como requerimiento del colegio legalmente constituida por lo tanto se les indico y solicito los siguientes documentos públicos:

- **Escritura Pública:** El grupo asesor preparara las diferentes escrituras públicas de las diferentes sociedades establecidas por el Código de Comercio de Colombia para las cuales se identificara cual es la más viable para su Famiempresa y por lo tanto el estudiante y su familia deberían diligenciar y llevar al notario institucional (persona asignada por la institución) correspondiente para su certificación; para ello se les indica a los estudiantes la terminología básica y correspondiente de una escritura pública.
- **Acta de Constitución:** El grupo asesor preparara los diferentes formatos de actas de constitución y socializa con los estudiantes la forma en la que se diligencia dicho formato para que a su vez se lleve al notario institucional (persona asignada por la institución) correspondiente para su certificación; para ello se les indica a los estudiantes la terminología básica y correspondiente de un acta de constitución.
- **RUT:** Bajo los parámetros inicialmente establecidos a los padres de familia y representantes de cada Famiempresa se les indica registrarse en el Registro Único Tributario, junto a su actividad económica principal y secundaria; para ello se les indica a los estudiantes la terminología básica y correspondiente de un registro mercantil. Para dar valides a que el ejercicio de actividad económica sea acorde a las expuestas en cada PIDET y Famiempresa presentada.

- **Cámara de Comercio:** Mediante un formato editable de la cámara de comercio de Bogotá, se realizaron las capacitaciones y enseñanza del diligenciamiento de dicho documento, para los cuales los estudiantes tomaron nota de el paso a paso que hay que seguir para solicitar en cama y comercio el registro de comerciantes ya a su vez se les informo que este genera un costo por registro realizado anualmente.

8.5.1.3 *Administración de Talento Humano.*

- **Organigrama:** Se le solicita al estudiante que organice las personas que constituyen su Famiempresa mediante un organigrama, identificando los niveles de jerarquía y responsabilidades de cada uno mediante un gráfico correspondiente las capacitaciones indicadas. El grupo asesor mediante una charla y ayuda visual identifican las pautas necesarias para la elaboración de dicho diagrama.
- **Descripción de Funciones:** mediante la metodología de investigación por parte de los estudiantes, se solicita la consulta de los cargos básicos de la Famiempresa y de acuerdo con la normatividad colombiana vigente para dichos cargos con sus responsabilidades y funciones. Se les indica a los estudiantes que mínimo se deben identificar 5 funciones por cargo.
- **Hojas de Vida:** Cada persona que constituye la Famiempresa deberá realizar una hoja de vida indicando su perfil profesional, estudios básicos, contactos, referencias y experiencia laboral para las cuales se identifican los perfiles de los cargos y sus respectivas funciones, para ellos se le solicita muy amablemente consignar dichas hojas de vida en los anexos del PIDET, con su debida firma.

8.5.2 Área Financiera.

8.5.2.1 Balance General.

Para la capacitación de este concepto se realizará la práctica de registros y modelos de balances generales, identificando las cuentas con las cuales afecta cada Famiempresa, en los registros contables mediante un formato de Balance General y a su vez se asesorando las cuentas que afectan cada Famiempresa.

Ilustración 9: Formato de Balance General

ESTE ES EL FORMATO	
NOMBRE DE LA EMPRESA	
BALANCE GENERAL	
FECHA DE CORTE	
ACTIVOS	PASIVOS
ACTIVOS CORRIENTES Caja _____ Bancos _____ Cuentas por cobrar a clientes _____ Otras cuentas por cobrar _____ Inventario de materias primas _____ Inventario de producción en proceso _____ Inventario de producción terminada _____ Otras inversiones _____ TOTAL ACTIVOS CORRIENTES → _____	PASIVOS CORRIENTES Sobregiros bancarios _____ Obligaciones bancarias _____ Proveedores _____ Otras obligaciones _____ Anticipos recibidos _____ Prestaciones sociales _____ Impuestos por pagar _____ TOTAL PASIVOS A CORTO PLAZO → _____
ACTIVOS FIJOS Vehículos _____ - Depreciación acumulada _____ TOTAL VEHICULOS _____ Muebles y enseres _____ - Depreciación acumulada _____ TOTAL MUEBLES Y ENSERES _____ Maquinaria y equipos _____ - Depreciación acumulada _____ TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS _____ Casas y edificios _____ - Depreciación acumulada _____ TOTAL CASAS Y EDIFICIOS _____ TERRENOS _____ TOTAL ACTIVOS FIJOS → _____ OTROS ACTIVOS Valorizaciones _____ Otros activos _____ TOTAL OTROS ACTIVOS → _____ TOTAL DE ACTIVOS → _____	PASIVOS A LARGO PLAZO Obligaciones bancarias a largo plazo _____ Otras cuentas _____ TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO → _____ TOTAL PASIVOS → _____
	PATRIMONIO Capital _____ Utilidades acumuladas _____ Utilidades del último periodo _____ Valorizaciones _____ TOTAL PATRIMONIO → _____
	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO → _____

Fuente: (Fundación Carvajal, 2013)

8.5.2.2 Estado de Resultados.

Para la capacitación de este concepto se realizará la práctica de registros y modelos de estados de resultados, identificando las cuentas con las cuales afecta cada Famiempresa, en los registros contables mediante un formato de estado de resultados y a su vez se asesorando las cuentas que afectan cada Famiempresa.

Ilustración 10: Formato de Estado de Resultados

MANUFACTURAS ANDINAS [®]		
ESTADO DE GANANCIAS O PERDIDAS		
1 A 30 DE ABRIL DE 1992		
VENTAS		
Ventas al contado	\$	_____
Ventas a crédito	+\$	_____
1 TOTAL DE VENTAS		_____
COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO		
Inv. inicial de materia prima	\$	_____
Inv. inicial de Prod. en proceso	+\$	_____
Inv. inicial de Prod. terminada	+\$	_____
2 TOTAL DE INV. INICIALES		_____
+Compras de materia prima	\$	_____
+Costos de fabricación	+\$	_____
3 =TOTAL COSTOS DE FABRICACION		_____
Inv. final de materia prima	-\$	_____
Inv. final de prod. en proceso	+\$	_____
Inv. final de Prod. terminado	+\$	_____
4 TOTAL INV. FINALES		_____
5 COSTO DEL PRODUCTO VENDIDO		_____
6 UTILIDAD BRUTA		_____
7 TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION EN EL PERIODO		_____
8 UTILIDAD LIQUIDA		_____

Fuente: (Fundación Carvajal, 2013)

8.5.2.3 Ingresos.

Para el registro de los ingresos se les indico a los estudiantes realizar una descripción sencilla de las ventas generadas en los resultados de ejercicios durante el transcurso de funcionamiento de la Famiempresa. Se utilizó un

análisis de ventas sencillo para la observación y entendimiento de la proyección y estabilidad económica de la misma.

8.5.2.3.1 *Análisis de Ventas.*

Se solicita a los estudiantes realizar un análisis sencillo de ventas desde el momento en que se constituyó la empresa hasta el día de hoy trayendo así la cantidad de productos elaborados, vendidos, comercializados, distribuidos, etc., el precio de venta y la utilidad total por año arrojado del ejercicio económico.

Tabla 5: Análisis de Ventas

Análisis de Ventas			
Año	Unidades Producidas	Precio de Venta por Unidad	Total Venta por Año
TOTAL			

Todas las unidades producidas en el año
 Precio de venta de cada una de las unidades producidas para la venta
 Inicia con el año en que se constituyo la empresa.
 Es la multiplicación de las unidades producidas en el año con el precio estimado de venta por unidad.
 El total de las unidades y ventas durante la evolución de la Famiempresa.

Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.5.2.4 **Costos.**

Se realizó por medio de ejercicios de identificación y descripción de materiales de elaboración del producto, las materias primas, los costos directos e indirectos

y fabricación; en el cual los estudiantes realizaron un análisis de materias primas, servicios públicos que directamente afectan a la producción del producto, planta de producción y sus operarios, para así crear una tabla donde se registren los montos recurrentes para estos rubros de la siguiente manera:

Tabla 6: Análisis de Costos

COSTOS			
Materia Prima	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
TOTAL			

Identificar las cantidad de cada materia prima , teniendo encuenta la unidad de medida del mismo.

El precio de la materia prima por unidad dependiendo de su unidad de medida

Materiales directos o indirectos, costos indirectos y costos de fabricación.

Es el precio total de cada uno de los materiales que se van para la elaboración de uno o mas productos para la venta.

El total de las unidades y costos producidos durante la evolución de la Famiempresa.

Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.5.2.5 Gastos.

Se les solicito a los estudiantes identificar los gastos en los que incurren las Famiempresas para la comercialización, distribución y publicidad de su producto indicando la diferencia entre gastos y costos.

Tabla 7: Análisis de Gastos

Nombre de la Empresa		El numero de indentificacion de la empresa.
NIT: de la Empresa		
Fecha:		La fecha indica los gastos que incurren durante un periodo de tiempo; en este caso un
GASTOS	VALOR	
		Valor al que incurre el Gasto.
TOTAL		Total de los gastos.

Se indica el nombre de la Famiempresa.

El numero de indentificacion de la empresa.

La fecha indica los gastos que incurren durante un periodo de tiempo; en este caso un

Valor al que incurre el Gasto.

Total de los gastos.

Descripcion del gasto incurrido.

Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.5.2.6 *Impuestos.*

Los estudiantes realizan una revisión previa al Estatuto Tributario y el Código de Comercio de Colombia, para señalar si su Famiempresa está obligada o no al pago de impuestos, o registrarse como mayor valor al costo o gasto.

8.5.2.7 *Política de Precios.*

Con los procesos anteriormente realizados se complementa la tabla que a continuación se muestra y a su vez se identifica el margen de utilidad (%) de cada producto de la Famiempresa.

Tabla 8: Análisis de Políticas de Precios

Política de Precios					
Costo	(mas)	Gasto	(mas)	Margen de Utilidad (Igual)	Precio de Venta

El estudiante traera el valor de los costos de la tabla anterior.

Sumatoria de las costos mas los gastos.

Sumatoria de las gastos mas el margen de utilidad.

Es el porcentaje de ganancias o utilidades esperadas.

El total de Sumatoria de los costos, los gastos y el margen de utilidad.

Es el valor del precio de venta del producto.

Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.5.3 Área de Producción y Mercadeo.

8.5.3.1 Descripción del Producto o Servicio.

Se le solicita al estudiante traer su producto o Brochure de su servicio y se realiza un listado de las características del mismo y a su vez la evidencia fotográfica del producto en todo su esplendor. Para observar y evidenciar todas las facetas tanto como debilidades y fortalezas del producto.

8.5.3.2 Empaques o Envases.

El estudiante y bajo el acompañamiento de los docente del colegio realizan el estudio respectivo para implementar y adaptar el mejor empaque o empaque para su producto y así tomar la mejor decisión para la presentación de su producto. A su vez se les solicita a los estudiantes evidencia fotográfica del empaque o envase de su producto.

8.5.3.3 Perfil del Cliente.

Los estudiantes realizarán una breve descripción del cliente potencial y adecuado para la venta, comercialización del producto y prestación del servicio, en el cual analice en qué nicho de mercado puede impactar y a qué tipo de población aplicará sus estudios o investigaciones de mercados.

8.5.3.4 Canales de Distribución (Página Web, Tarjeta de Presentación, Volante, Folleto).

El estudiante investigará los diferentes tipos de canales de distribución e identificará si su Famiempresa es de distribución Directa o Indirecta y a su vez implementará los medios publicitarios necesarios para expandir los diferentes nichos de mercados y lograr ganar clientes potenciales según el perfil adecuado.

El estudiante deberá planear, construir e implementar medios publicitarios necesarios como lo son; páginas web, folletos, tarjetas de presentación y volantes, que le ayuden a impactar el mercado y generar reconocimiento en el sector.

8.5.4 Diseño Metodológico.

8.5.4.1 Tipo de Investigación.

Se les solicita a los estudiantes realizar una investigación de mercados por medio de encuestas realizadas a sus cliente, proveedores y comunidad en general para identificar las necesidades, las falencias del producto, la competencia y los factores importantes que afecta la comercialización de su producto servicio. La aplicación de la encuestas se realizan bajo parámetros de

preguntas abiertas, cerradas y opción múltiple. Se solicita a los estudiantes realizar la encuesta con cinco (5) preguntas que contengan los diferentes tipos de pregunta y respuesta, para facilitar su análisis de resultados y tabulación.

8.5.4.2 Población.

Las encuestas se aplicaran a la comunidad del sector de Usme, a sus proveedores, clientes potenciales y posibles clientes.

8.5.4.3 Muestra.

La población seleccionada para la aplicación de las encuestas son 10 personas dependiendo el mercado en el cual quieren impactar.

8.5.4.4 Análisis de Resultados.

Se le solicita al colegio el acompañamiento del docente respectivo en las áreas de matemáticas y estadística para la realización del análisis de resultados (tabulación) de las respuestas dada por la población a la que se aplicó la encuesta. A su vez se indica al estudiante presentar el respectivo análisis de cada pregunta mediante una gráfica y resultado observado.

8.5.5 Resumen Ejecutivo.

Mediante una sesión catedrática con los estudiantes se les indicaran los parámetros de la elaboración de un resumen ejecutivo necesario para la sustentación de su PIDET, el cual le ayudara al jurado a entender su Famiempresa en un lapso de tiempo corto. Mediante una presentación

preparada por Cristian Hurtado, asesor de las Famiempresas de la Universidad de la Salle y a su vez trabajo preparado en aula de sistemas para lograr realizar las correcciones, y vistos buenos de entrega impresa de los mismos.

8.6 Participantes

Los participantes de este proyecto de investigación principalmente fueron el grupo asesor, estudiantes, familias y cuerpo administrativo del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, se identifican en los siguientes:

8.6.1 Grupo Asesor.

Para el desarrollo de este proyecto social, los participantes para el cumplimiento de estos objetivos son estudiantes en proceso de grado, bajo la modalidad de proyección social, como requisito para poder recibir su título profesional; entre ellos encontramos a las siguientes personas y sus profesiones:

- Ana Caterine Bohórquez Caucaí (Contadora Pública)
- Cristian Alonso Hurtado Giraldo (Contador Público)
- Claudia Yohana Hernández Rodríguez (administradora de Empresas)
- Ronald Ferney Fonseca Guzmán (Administrador de Empresas)

8.6.2 Estudiantes y Familias.

En total se realizó la capacitación y asesoría de los proyectos de investigación PIDET para cada uno de los estudiantes de grado 11° del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández; en total son 29 estudiantes.

Tabla 9: Lista de Estudiantes

CODIGO	APELLIDOS	NOMBRES
1	Angulo Peña	Daniel Orlando
2	Bautista Rozo	Brayan Stiven
3	Cubillos Gutiérrez	Jenny Milena
4	Cruz Medina	Gabriel Felipe
5	Dimate Fernández	Diego Stiven
6	Dueñas Romero	Daniel Santiago
7	Duque Chávez	Danna Marcela
8	Espitia Tovar	Giovanny Stiven
9	Franco Gómez	Juan Sebastián
10	Galindo Forigua	Daniel Felipe
11	García Ochoa	Nitty Viviana
12	Gavilán Torres	Julián Mateo
13	González Losada	Allyson Nicole
14	Gómez Silva	Karlon David
15	Gutiérrez Ángel	Juan Nicolás
17	Mejía Quiroga	Dana Jimena
18	Méndez Parra	Diego Armando
19	Mesa Malagón	Paula Andrea
20	Ortega Velandia	Marlon Sebastián
21	Plazas De La Hoz	Azury Dayana
22	Posada Contreras	Maryory Alejandra
23	Rincón Muñoz	Angie Vanessa
24	Rodríguez Rojas	Laura Valentina
25	Rojas Moreno	Brian Stiven
26	Sánchez Fajardo	Jhonathan Stiven
27	Sandoval Sierra	María Camila

28	Tavera Hernández	Cristian Eduardo
29	Vanegas Melón	Ramón Esteban
30	Zabala Suarez	Sergio Andrés

Fuente: (Bohórquez, 2016)

Los estudiantes y Famiempresas analizadas en este proyecto son 8, los estudiantes y sus Famiempresas son:

Tabla 10: Estudiantes Grupo 1 y Asistencia

COD	APELLIDOS	NOMBRES	FAMIEMPRESA	ASISTENCIA
1	Cubillos Gutiérrez	Jenny Milena	Mis Porcelanas	12
2	Dimate Fernández	Diego Stiven	Confecciones Dimate	9
3	Duque Chávez	Danna Marcela	Empanadas Danna	10
4	García Ochoa	Nitty Viviana	Luxuries Tape	12
5	Gutiérrez Ángel	Juan Nicolás	JuanPara	12
6	Plazas De La Hoz	Azury Dayana	Chocolatinas Dulce Tentación	12
7	Rincón Muñoz	Angie Vanessa	Tienda +Cotas	9
8	Sandoval Sierra	María Camila	Festy Flavors	11

Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.7 Instrumentos

8.7.1 Herramientas de Trabajo.

Nuestras herramientas de trabajo para las asesorías y capacitaciones a los estudiantes y sus familias son:

- Salón de clase
- Sala de sistemas
- Computadores
- Internet

- Tablero
- Marcadores
- Hojas de registro, asistencia y evaluación
- Lápiz
- Esferos
- Marcadores
- Agenda
- Guías de enseñanza para administración y contabilidad del Sena
- Guía y formato del PIDET

También se necesitaron herramientas de trabajo para el desarrollo del proyecto investigativo y de proyección social de nuestro trabajo de grado las cuales son:

- Apuntes de clase
- Guía de normas APA
- Guía para la elaboración de trabajos de grado
- Internet
- Libros y revistas
- Monografías y trabajos de grado relacionados con el tema
- Computador

8.7.2 Recursos Financieros.

Tabla 11: Presupuesto Financiero

Presupuesto del Trabajo	
Durante las Capacitaciones	\$ 238.000
Marcadores	\$ 5.000

Esferos	\$ 3.000
Agenda	\$ 5.000
Fotocopias	\$ 20.000
Impresiones	\$ 35.000
Alimentación	\$ 120.000
Transporte	\$ 50.000
Elaboración del trabajo	\$ 240.000
Impresiones	\$ 90.000
USB	\$ 20.000
Alimentación	\$ 80.000
Transporte	\$ 50.000
Total	\$ 478.000

Fuente: (Bohòrquez, 2016)

8.8 Procedimientos

8.8.1 Área Administrativa y Empresarial.

8.8.1.1 Marco Teórico.

- **Historia de la Empresa:** Los estudiantes realizaron las diferentes descripciones de su Famiempresa donde narran la historia, aspectos generales, constitución de la misma y actividad económica que realiza.

Se observan las siguientes reseñas históricas:

“Famiempresa creada en el año 2004 por familia cubillos Gutiérrez con la intención de obtener ganancias la idea surge a partir del contexto en el que nos encontrábamos ya que mi abuela Lucy estela castro Poveda se encargaba de pintar cerámicas de una manera muy

espontanea, pero decidimos tomarlo como una idea de negocio a partir de eso la empresa ha ido surgiendo año tras año, al comienzo eran tan solo porcelanas vendidas a los familiares y ahora se comercializa en el sector de Soacha donde poco a poco se ha ido dando a conocer por medio de sus estrategias comerciales”. (Cubillos J. M., Historia de Mis Porcelanas, 2016)

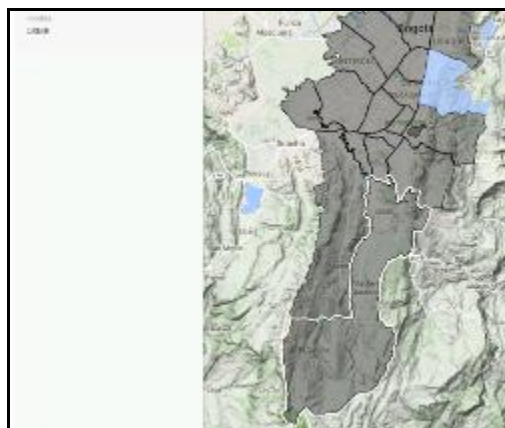
“La Famiempresa decoraciones JuanPara se crea inicialmente en el año 2009 por cumplir con un proyecto estudiantil. Pero debido a la crisis económica por la cual el país estaba atravesando vimos en necesidad de seguir trabajando en este negocio con el fin de obtener un ingreso adicional; además de poder ofrecer un producto de buena calidad y económico.

En un comienzo los motivos fueron principalmente religiosos, junto con estrellas, floreros y pájaros. Grabados coloreados a mano y sellados con laca, arcones con aplicaciones de metales recortados, roperos, cajas, urnas y valijas estuvieron entre los primeros objetos que lucieron esta técnica”. (Gutierrez, Historia de Decoraciones JuanPara, 2016)

- **Definición del Sector:** El resultado de una serie de preguntas realizadas a los estudiantes para que definieran el sector en el cual se desarrolla la actividad económica Famiempresa fue la siguiente:

“Luxuries Tape se encuentra ubicado en la localidad quinta de Usme con una población aproximada de 300.000 personas; con una extensión de 21.556,16 hectáreas dividida en siete UPZ (unidades de planeación zonal) la flora, Danubio, gran Yomasa, Comuneros, Alfonso López, parque entre nubes, ciudad de Usme, donde a su vez se dividen en barrios con un total de más de 120 barrios y 17 veredas.

Ilustración 11: Ubicación Espacial Luxuries Tape



Fuente: (Bogotá, 2016)

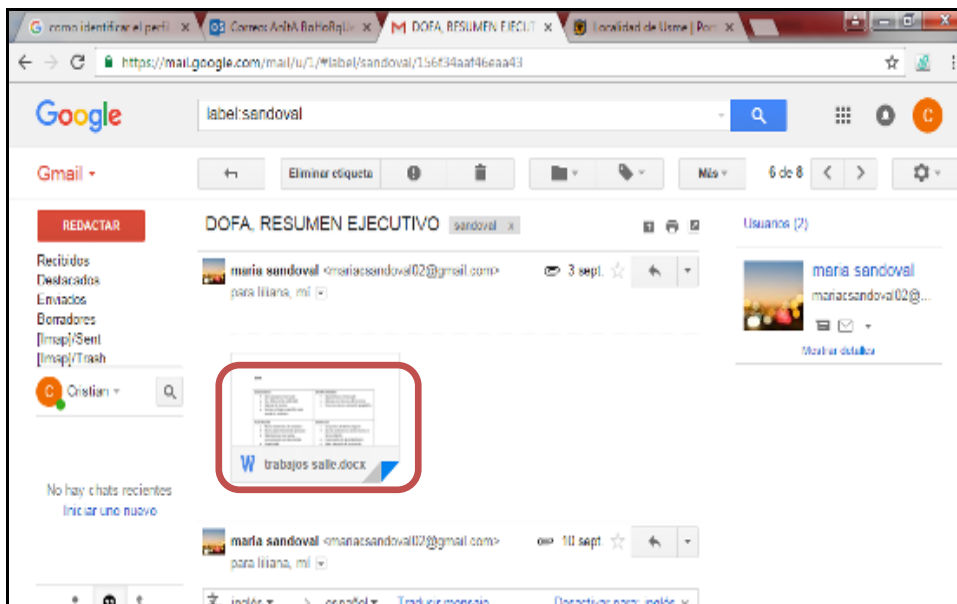
Luxuries Tape se encuentra ubicado en la dirección cll 67c sur # 1b- 23 este quintas del portal cuatro, torre 5 apartamento 201 en la localidad quinta de Usme de la ciudad de Bogotá Cundinamarca”. (Garcia, Definición del Sector, 2016)

- **Tipo de Organización:** Los estudiantes realizaron una breve descripción del tipo de organización y el enfoque de su Famiempresa en la economía en Colombia.

“Es una Famiempresa con organización comercial, en las cuales la toma de decisiones está influenciada por los miembros de la familia capaces de ejercer sobre ella una influencia suficiente para controlarla”. (Sandoval, Tipo de Organización, 2016)

- **Análisis DOFA:** A continuación se observara una de los Analisis dofa eniados por la estudiante Maria Camila Sandoval, al correo electronico asignado por el grupo aseso para envios de trabajos:

Ilustración 12: Pantallazo de Análisis DOFA



Fuente: (Asignado, 2016)

Ilustración 13: Lluvia de Ideas DOFA. Festy Flavors.

DOFA	
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Ser nuevo en el mercado • Nos falta mucha publicidad • Manejo de precios • No hay un lugar específico para vender el producto 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo en el mercado • Alianzas con tiendas alimentarias • Tener una buena ubicación geográfica
FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> • Buena excelencia del producto • Buena presentación del producto • Mantenemos una buena comunicación con los clientes • Creatividad 	AMENASAS <ul style="list-style-type: none"> • Los postres de demás lugares • Que el producto no vende mucho en tierra caliente • Crecimiento de la competencia • Mala ubicación de la venta de productos.

Fuente: (Sandoval, 2016)

Ilustración 14: Análisis DOFA Estratégico. Luxuries Tape.

	debilidades	fortalezas
	<ul style="list-style-type: none"> Falta de reconocimiento y publicidad de la fami-empresa. Se cuenta con pocos recursos para la materia prima. Legalización de la fami-empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Buena calidad y presentación en el producto final Hay innovación en cada artículo realizado. Existe buenas relaciones interpersonales con los clientes.
oportunidades	estrategias do	estrategias fo
<ul style="list-style-type: none"> Producto innovador y agradable al consumidor. Posibilidad de ingresar al mercado. Capacitaciones de liderazgo y creatividad para los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar investigaciones de mercado para saber a qué empresas se les puede ofrecer nuestro producto. Aprovechar los distintos medios de publicidad y comunicación para atraer nuevos clientes e incrementar las ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Conservar el desempeño y la dedicación para que la demanda de nuestro producto no baja. Aprovechar la competitividad del personal para adquirir más prestigios y unificar distintos conocimientos para la creación de nuestros artículos.
amenazas	estrategias da	estrategias fa
<ul style="list-style-type: none"> No hay ubicación específica de un establecimiento. No existen alianzas con proveedores externos. No hay un crecimiento económico 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar visitas a distintas empresas independientes para crear una alianza. Hacer reuniones con los integrantes de la fami-empresa para crear estrategias de publicidad para el crecimiento de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar programas de capacitación para desarrollar la creatividad del personal. Realizar investigaciones de mercadeo para identificar la ubicación más apropiada para el reconocimiento de nuestra Fami-empresa.

Fuente: (Garcia, 2016)

8.8.1.2 Marco legal.

- **Escritura Pública:** Los estudiantes y sus familias realizan el diligenciamiento de la escritura pública para su Famiempresa; Para ello identificamos en los PIDET lo siguiente:

Ilustración 15: Formato de Escritura pública. Confecciones Dimate.

3.1.1 ESCRITURA PÚBLICA

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD LIMITADA

1.- YECID ANATOLIO DIMATE SANCHEZ, CLARA MILENA FERNANDEZ GARCIA, hombre y mujer, colombianos, mayores de edad, residentes en esta ciudad e identificados como aparece al pie de nuestras correspondientes firmas, de estado civil casados, manifestaron su voluntad de constituir una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada que se regirá por los siguientes ESTATUTOS:

ARTICULO PRIMERO.- SOCIOS.- YECID ANATOLIO DIMATE SANCHEZ, CLARA MILENA FERNANDEZ GARCIA

ARTICULO SEGUNDO.- RAZON SOCIAL. La sociedad se denomina CONFECCIONES DIMATE."

ARTICULO TERCERO.- DOMICILIO.- El domicilio de la sociedad se fija en USME (SANTA LIBRADA), Podes establecer Sucursales, Agencias y dependencias en otros lugares del país o del exterior conforme a la ley.

Dirección para notificaciones judiciales y Administrativas: **Cll 74 C este #9 A 20 SUR**
 Correo Electronico: LEXTMEN@GMAIL.COM

ARTICULO CUARTO.- DURACION.- La duración de la sociedad se fija en TRES (3) AÑOS, contados a partir de la fecha de la presente escritura.

ARTICULO QUINTO.- OBJETO SOCIAL.- La sociedad tendrá como objeto principal las siguientes actividades:

1.- Crear aplicaciones y/o programas de sistemas de beneficio educativo

ARTICULO SEXTO.- CAPITAL.- CINCO MILLONES DE PESOS (4,500,000) dividido en DOS MILLONES SETECIENTOS MIL PESOS (2,700,000) DOS (2) cuotas o partes de interés social, de un valor nominal de QUINIENTOS MIL PESOS (\$500,000), cada una, las cuales corresponden a los socios en proporción a sus aportes, totalmente pagados y recibidos a satisfacción de la sociedad, conforme se describe a continuación:

SOCIOS	CUOTAS	VALOR
YECID DIMATE _____	2	\$500,000
MILENA FERNANDEZ _____	2	\$500,000
TOTALES	4	\$5,000,000

PARAGRAFO. La responsabilidad personal de los socios queda limitada al monto de sus respectivos aportes.

ARTICULO SEPTIMO.- CESION DE CUOTAS.- Las cuotas o partes de interés social no están representadas por títulos ni son negociables libremente en el mercado y solamente son cedibles mediante el otorgamiento de la correspondiente escritura pública de reforma estatutaria. Toda cesión en cuanto a procedimiento y condiciones previas y finales se sujetará en un todo a lo previsto y ordenado por los Artículos 163 y siguientes del Código de Comercio.

PARAGRAFO.- La Sociedad llevará un Libro de Registro de Socios inscrito en la Cámara de Comercio del domicilio social, con los requisitos y para los efectos consagrados en el Código de Comercio

Fuente: (Dimate, 2016)

Ilustración 17: Acta de Constitución. Chocolatinas Dulce Tentación.

<p>3.1.1. Acta de constitución En la ciudad de Bogotá a los 15 días del mes de octubre del año 2007 nos reunieron: Iba Estrada Identificada c.c. 22454812, Mildred De la Hoz Identificada c.c. 32889899, Oscar Plazas Identificada c.c. 7168325, Amy Plazas Identificada T.I 58110131-86, Diana Plazas T.I. 100652584 identificadas respectivamente vecinos de la misma ciudad todos conapadecado con nombre propio y manifestando que se registran conforme, a las normas del código de comercio y que queda regulada por 105 estatutos que forman del contenido de este se consigna.</p> <p>Artículo 1: Son socios de esta compañía comercial que por esta escritura se constituye a los señores(a) Iba Estrada, Mildred De la Hoz, Oscar Plazas, Amy Plazas y Diana Plazas.</p> <p>Artículo 2: La sociedad será de responsabilidad limitada y gira bajo la razón comercial de Chocolatinas Dulce Tentación.</p> <p>Artículo 3: El domicilio de la sociedad será la ciudad de Bogotá D.C, pero podrá crear sucursales, agencias o dependencias de otros lugares del país o del exterior por disposición de los socios.</p> <p>Artículo 4: La sociedad tendrá por objeto las siguientes actividades: Elaboración y comercialización de chocolates.</p> <p>Artículo 5: La sociedad tendrá un capital de \$100.000 representado en cuotas igual al valor de \$20.000 cada uno de los socios capitalistas, además posea los siguientes: horno, olla, Una cacerola de palo, recipientes de plástico. Este capital y bienes han sido aportados y pagados en su totalidad.</p> <p>Artículo 6: La responsabilidad de los socios queda limitada al valor de sus aportes.</p> <p>Artículo 7: La sociedad llevará sus cuentas, libros, actas de reunión, carpetas de hojas de vida y contabilidad, siendo esta legal y sometida en distintos periodos a una auditoría y revisión fiscal.</p> <p>Artículo 8: La sociedad deberá llevar las siguientes reglamentos constitutivos que son específicos a los estatutos: a. Transformación y comercialización de materia prima: con sabor de flocos. b. Se podrá realizar reuniones, compra y comercialización del producto, solo luego un tiempo</p>	<p>c. La empresa podrá trabajar como contratista para la protección y explotación de un servicio. d. La sociedad deja en comodato una marca social, un slogan y una etiqueta.</p> <p>Artículo 9: La dirección y administración de la sociedad estará a cargo de los siguientes órganos: • Junta de socios fundadores: Mildred De La Hoz, Oscar Plazas, Amy Plazas y Diana Plazas. • Representante legal: Iba Estrada - Gerente: Amy Plazas - Jefe de producción: Mildred De La Hoz - Jefe de mercadeo: Diana Plazas - Jefe de finanzas: Oscar Plazas.</p> <p>Artículo 10: Lo notificado en este documento está sujeto en los estatutos sociales de la empresa.</p> <p>Notifíquese y cumplase, por las firmas aquí:</p> <p>_____</p> <p>Iba Estrada De La Hoz</p> <p>_____</p> <p>Mildred De la Hoz Estrada</p> <p>_____</p> <p>Amy Plazas De La Hoz</p> <p>_____</p> <p>Oscar Plazas Gaitán</p> <p>_____</p> <p>Diana Plazas De La Hoz</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: (Plazas, 2016)

- **RUT (Registro Único Tributario):**

Los representantes legales de cada Famiempresa, adjuntaron en el trabajo investigativo PIDET, su RUT (Registro Único Tributario) en el que los identifica con una actividad económica correspondiente a la razón social de su Famiempresa. A continuación, se observan algunos de los Registros realizados por los Representantes legales de cada Famiempresa:

Ilustración 18: RUT de Chocolatinas Dulce Tentación

The image shows a RUT form from the DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) for 'Chocolatinas Dulce Tentación'. The form includes a QR code and a barcode. The tax identification number is 001. The form is titled '12-Ventas régimen simplificado'.

Fuente: (Plazas, 2016)

Ilustración 19: RUT de Empanadas Danna

The image shows a RUT form from the DIAN for 'Empanadas Danna'. The form includes a QR code and a barcode. The tax identification number is 001. The form is titled '12-Ventas régimen simplificado'.

Fuente: (Duque, 2016)

- **Cámara de Comercio (Registro Mercantil):**

Los representantes legales de cada Famiempresa, adjuntaron en el trabajo investigativo PIDET, su Cámara de Comercio (Registro Único Mercantil) en el que los identifica como comerciantes donde la principal función de esta es fomentar los intereses y las posibles oportunidades de negocios con los stakeholders. A continuación, se observan algunos de los Registros realizados por los Representantes legales de cada Famiempresa en la Cámara de Comercio de Bogotá:

Ilustración 20: Cámara de Comercio de Bogotá. Tienda + Cota

CERTIFICADO

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

FECHA: 2016/09/20 HORA: 21:00:08

OPERACION: 806626847 PAGINA: 1

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS

LA CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTA, CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL

CERTIFICA:

NOMBRE: EMPRESAS DAIDA S.A.S
 N.I.T.: 102388888-0
 DOMICILIO: BOGOTA D.C.

MATRICULA NO: 51148897 DEL 10 DE FEBRERO DE 2006

RENOVACION DE LA MATRICULA: 30 DE MARZO DE 2016
 ULTIMO AÑO RENOVADO: 2016

ACTIVO TOTAL
 REPORTADO: 21.000.000

DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL - CR 74 NO. 51-70
 MUNICIPIO : BOGOTA D.C.
[EMAIL DE NOTIFICACION JUDICIAL : leealetrina5514@gmail.com](mailto:leealetrina5514@gmail.com)

DIRECCION COMERCIAL : CR 74 NO. 51-70
 MUNICIPIO : BOGOTA D.C.
[EMAIL COMERCIAL : leealetrina5514@gmail.com](mailto:leealetrina5514@gmail.com)

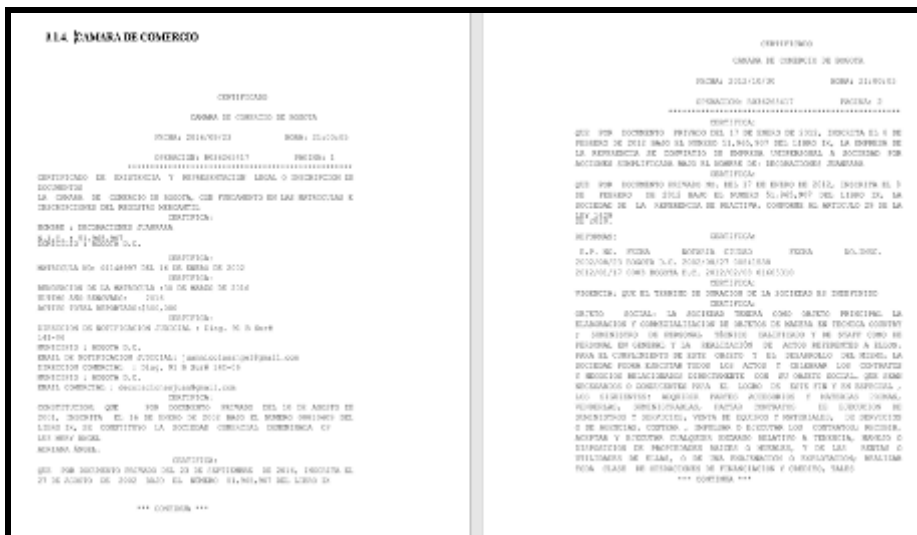
CONSTITUCION: QUE POR DOCUMENTO PRIVADO DEL 10 DE AGOSTO DE 2001, INSCRITA EL 16 DE ENERO DE 2007 BAJO EL NUMERO 00910449 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA SOCIEDAD COMERCIAL DENOMINADA CP ADOLFO ESPINOTE HERRERA MONSALVE EU.

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO DEL 23 DE AGOSTO DE 2002, INSCRITA EL 27 DE AGOSTO DE 2002 BAJO EL NUMERO 00841338 DEL LIBRO IX, LA SOCIEDAD EMPRESAS DAIDA S.A.S. QUE POR DOCUMENTO PRIVADO NO. DE EMPRESARIO DEL 1º DE ENERO DE 2012, INSCRITA EL 5 DE FEBRERO DE 2006 BAJO EL NUMERO 01406916 DEL LIBRO IX.

*** CONTINUA ***

Fuente: (Rincòn, 2016)

Ilustración 21: Cámara de Comercio de Bogotá. Decoraciones JuanPara



Fuente: (Gutierrez, 2016)

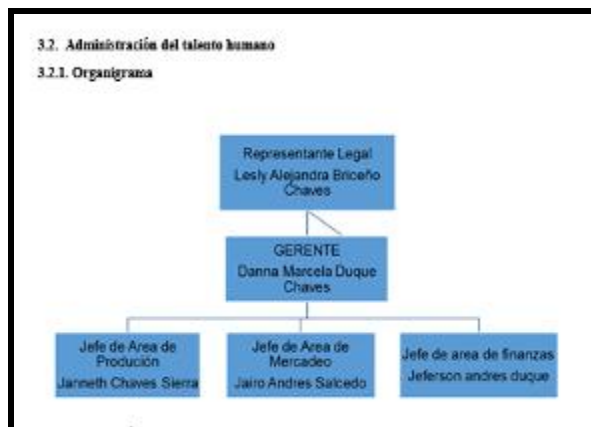
8.8.1.3 Administración de Talento Humano.

• **Organigrama:**

Los estudiantes realizaron los siguientes organigramas identificando los niveles de jerarquía de los funcionarios de la Famiempresa; a

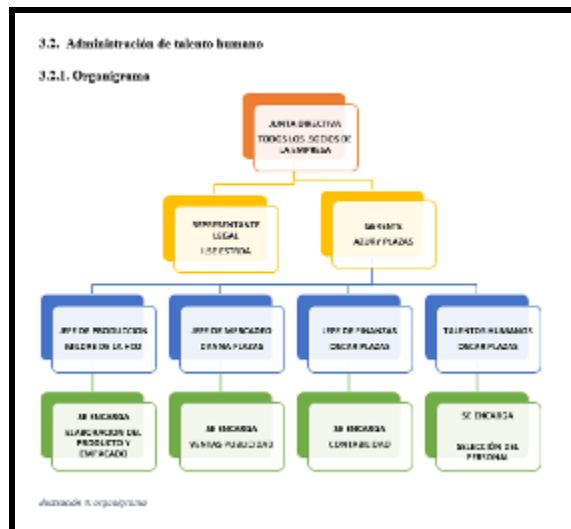
continuación, se observan algunos de los organigramas presentados según la estructura de la Famiempresa.

Ilustración 22: Organigrama. Empanadas Danna



Fuente: (Duque, 2016)

Ilustración 23: Organigrama. Chocolatinas Dulce Tentación



Fuente: (Plazas, 2016)

- **Descripción de Funciones:**

Ilustración 24: Descripción de Funciones. Decoraciones JuanPara

<p>3.1. Administración del sistema bancario</p> <p>Es la empresa socialmente adecuada (asociada) los socios, los cuales controlan las funciones específicas y ejercen a través el objeto de la sociedad.</p> <p>En cuanto a su la necesidad de controlar más personal se también en cuanto aspecto social son: Responsabilidad, Honestidad, Compulsión, que según las capacidades para disciplinar al grupo.</p> <p>3.2. Descripción de funciones:</p> <p>3.2.1. Producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realización de la documentación de Trabajadores como de referencia a la obra. • Almacenar, seleccionar, de información y datos. • Organización Libro de Subcontratación, tanto con el extranjero. • Realizar la mantención del negocio. • Organización de nuevo cuenta, a separación: El todo a serlas posteriormente por el Jefe de Obra. • Realizar, complementación de las actas en oficina y en obra. • Realizar, y la verificación de las actas de las de obra para su obra. Acoplamiento de subcontratación de obra en obra de obra. • Gestionar y pedir de material, una vez controlado, todo desde con personal para gestión y pedidos de materiales. • Gestión de Licencias y permisos. • Gestión de Cobros. • Realización de personal en obra. • Supervisar Técnico de la obra, cuando se lo haga sólo, sino que escarpage y Jefe de Obra participe. • Administración del Jefe de Obra en cuanto temas sea necesario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de la obra. • Supervisión de la Coordinación implementada por el Jefe de Obra. • Complementación de los datos. • Y como es propio socialmente se escarpage de reglas que la producción que está permitida sólo se ejecutando. <p>3.2.1.1. Gestión personal:</p> <p>Planificar los objetivos, gestión y ejecución de la empresa a corto y largo plazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestionar la estructura de la empresa actual y a futuro, como también de las funciones y los roles. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ella. • Controlar las actividades planificadas, comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. • Coordinar con el Espesor de Tierra y la Dirección las reuniones, asesorar al mismo y velar de ellas, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones e desperfectos en la empresa. • Decidir respecto de compras, selección, supervisar y velar el personal asignado para cada obra. • Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, social y otros. • Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros. • Definir o cambiar los métodos de trabajo existentes. 	<p>3.2.1.2. Atención a los clientes:</p> <p>Financiero:</p> <p>Realizar todos los gastos, en forma adecuada y de acuerdo a las necesidades para cumplir con los deberes.</p> <p>Operativo:</p> <p>Realizar los cálculos de obra y de obra, con todo se hace por realizar, como se hace a través los cálculos, que se a través a través y que se debe tener que tener.</p> <p>Legal:</p> <p>Realizar todos los gastos, de obra, en forma adecuada y de acuerdo a las necesidades para cumplir con los deberes y de acuerdo a las necesidades.</p> <p>Operativo:</p> <p>Realizar los cálculos de obra y de obra, con todo se hace por realizar, como se hace a través los cálculos, que se a través a través y que se debe tener que tener.</p> <p>3.2.1.3. Ventas y marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabaja todos los productos que la empresa desarrolla, se el orden de prioridad por el producto. • Desarrollar la aplicación de venta de los productos y servicios relacionados por la empresa. • Gestionar los canales de distribución y de venta de los productos. • Trabaja todos los canales de distribución y de venta de los productos. • Implementar los canales y procedimientos para mejorar la operación de venta. • Realizar los cálculos de obra y de obra, con todo se hace por realizar, como se hace a través los cálculos, que se a través a través y que se debe tener que tener.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: (Gutierrez, 2016)

• Hojas de Vida:

Cada persona que integra la Famiempresa elaboro la hoja de vida, de acuerdo a las indicaciones y datos básicos, que tenían que incluir en el documento, por lo general cada Famiempresa está integrada por 5 socios y por cada uno en el proyecto investigativo PIDET realizaron su hoja de vida.

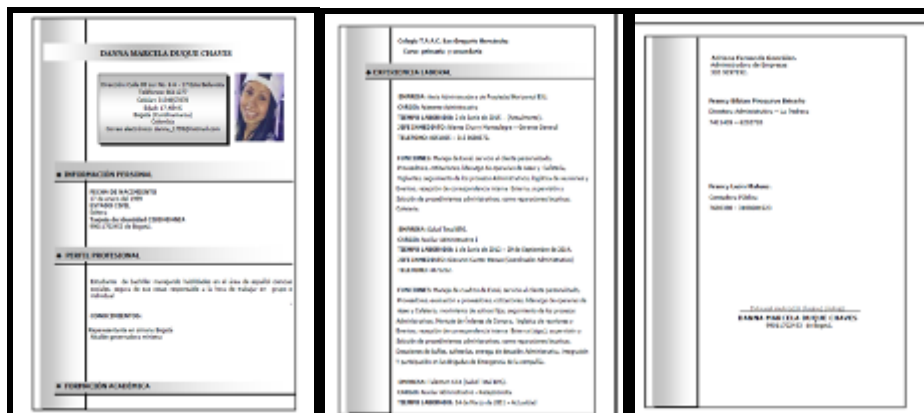
A continuación, observamos la hoja de vida presentada en los PIDET por parte de los estudiantes:

Ilustración 25: Hoja de Vida. Nitty García



Fuente: (Garcia, 2016)

Ilustración 26: Hoja de Vida. Danna Duque



Fuente: (Duque, 2016)

8.8.2 Area Financiera.

8.8.2.1 Balance General.

De acuerdo a las capacitaciones y asesorías suministradas a los estudiantes y padres de familia del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, se evidencio los siguientes Balances Generales para las Famiempresas:

Ilustración 27: Balance General. Confecciones Dimate

CONFECCIONES DIMATE			
BALANCE GENERAL			
AÑO 2006			
(PESOS)			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
CASH	\$ 44.000.000	PROVEEDORES	\$ 2.000.000
CUENTAS A COBRAR CLIENTES	\$ 1.300.000	OTRAS OBLIGACIONES	\$ 130.000
DEPOSITADOS EN BANCOS	\$ 2.000.000	ANTICIPOS RECIBIDOS	\$ 730.000
INVENTARIO DE PRODUCCION EN PROCESO	\$ 2.300.000	IMPUESTOS A PAGAR	\$ 230.000
INVENTARIO DE PRODUCCION TERMINADA	\$ 1.300.000	TOTAL PASIVOS A CORTO PLAZO	\$ 3.130.000
OTRAS DEBERES	\$ 730.000	TOTAL PASIVOS	\$ 3.260.000
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 11.130.000		
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
VEHICULOS	\$ 7.000.000	CAPTAL	\$ 42.000.000
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 1.400.000	UTILIDADES ACUMULADAS	\$ 14.330.000
TOTAL VEHICULOS	\$ 5.600.000	UTILIDADES DEL EJERCICIO	\$ 4.400.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.000.000	PERDIDA	\$ 14.200.000
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 500.000	VALORIZACIONES	\$ 14.200.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	\$ 500.000	TOTAL PATRIMONIO	\$ 140.400.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 14.000.000		
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 14.000.000		
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 0.000.000		
HERRAMIENTAS	\$ 230.000		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 230.000		
OTROS ACTIVOS	\$ 1.150.000		
OTROS ACTIVOS	\$ 730.000		
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 2.180.000		
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 140.400.000	TOTAL	\$ 140.400.000
		PASIVO PATRIMONIO	\$ 140.400.000
REPRESENTANTE LEGAL		CONTADOR PUBLICO	

Fuente: (Dimate, 2016)

Ilustración 28: Balance General. Luxuries Tape

LUXURIES TAPE			
NIT. 23790380-5			
1 de enero a 30 septiembre de 2016			
BALANCE GENERAL			
ACTIVOS	\$ 60.706.000,00	PASIVOS	\$ 45.260.000,00
Activo corriente		Pasivo Corriente	
CASH	\$ 100.000,00	Proveedores	\$ 60.000,00
Cuentas por cobrar	\$ 130.000,00	Cuentas por pagar	\$ 200.000,00
inventario materia prima	\$ 26.000,00	Total pasivo Corriente	\$ 260.000,00
inventario producción terminada			
Total Activos Corrientes	\$ 276.000,00	Pasivos a largo Plazo	
Activos Fijos		Obligaciones financieras	\$ 45.000.000,00
Muebles y Enseres	\$ 500.000,00	Total Pasivo Largo Plazo	\$ 45.000.000,00
Maquinaria y Equipos	\$ 130.000,00	PATRIMONIO	\$ 15.446.000,00
Casa y Edificios	\$ 60.000.000	Capital suscrito y pagado	\$ 14.043.000,00
Total Activos Fijos	\$ 60.680.000,00	utilidad Acumulada	\$ 503.000,00
TOTAL ACTIVO	\$ 60.706.000,00	TOTAL PASIVO + PATRIM	\$ 60.706.000,00
REPRESENTANTE LEGAL		CONTADOR PUBLICO	

Fuente: (Garcia, 2016)

8.8.2.2 Estado de Resultados.

De acuerdo a las capacitaciones y asesorías suministradas a los estudiantes y padres de familia del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, se evidencio los siguientes Estados de Resultados para las Famiempresas:

Ilustración 29: Estado de Resultados. Confecciones Dimate

3. PERDIDAS Y GANCIAS	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANCIAS	
INGRESOS OPERATIVOS	\$ 14.600.000
COSTOS	\$ 9.000.000
GANANCIA BRUTA	\$ 5.600.000
ARRIENDOS	\$ 350.000
SEGUROS	\$ 200.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 250.000
TOTAL GASTOS FIJOS	\$ 800.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 4.800.000
IMPUESTOS	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 4.800.000
REPRESENTANTE LEGAL	CONTADOR PUBLICO
TITULO 2: ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	

Fuente: (Dimate, 2016)

Ilustración 30: Estado de Resultados. Decoraciones JuanPara

DECORACIONES JUAN PARA		
NIT. 51.965.907		
ESTADO DE RESULTADOS		
(Cifras expresadas en pesos)		
ENERO 01 AL 30 DE SEPTIEMBRE 2016		
INGRESOS OPERACIONALES		
Ingresos operacionales	72.000.000	
Total de Ingresos operacionales	72.000.000	
Menos costo de Ventas		
Costos de Ventas	15.000.000	
Total de Costos de venta	15.000.000	
UTILIDAD (PERDIDA) BRUTA	57.000.000	
GASTOS OPERACIONALES		
Gastos operacionales de administración	23.900.000	
Gastos Operacionales de Ventas	20.000.000	
Total Gastos Operacionales de administración y Venta	43.900.000	
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	13.100.000	
GASTOS FINANCIEROS		
Ingresos no Operacionales	900.000	
Gastos no Operacionales	1.170.000	
Total Gastos no Operacionales	800.000	
UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE IMPUESTO	12.280.000	
MENOS PROMISIÓN ANTES DE IMPUESTO		
(UTILIDAD) DEL EJERCICIO	12.280.000	
LUZ MERY ANGEL RICARDO	CARLOS CORTES	ADRIANA ANGE
Representante legal	Contador Público	Revisor Fiscal TP. 110
(Ver certificación adjunta)	T.P. 0125-T	(Ver informe adjunto)
	(Ver certificación adjunta)	

Fuente: (Gutierrez, 2016)

8.8.2.3 Ingresos.

Los estudiantes identificaron y registraron las ventas generadas como resultado del periodo de tiempo más reciente del ejercicio económico, para ello observamos lo siguiente:

Ilustración 31: Ingresos. Festy Flavors

3.1. Ingresos	
INGRESOS OPERACIONALES	
Ventas	\$ 120.000
Devoluciones	\$ 0
Costos de venta	\$ 250.000
Utilidad bruta en ventas	\$ 370.000

Tabla 9-7 INGRESOS

Fuente: (Sandoval, 2016)

8.8.2.3.1 Analisis de Ventas.

Los estudiantes realizaron un análisis sencillo de ventas anual desde el momento en el que se constituyó la Famiempresa hasta el 30 de septiembre, fecha de corte de los estados financieros para estas sociedades, allí identificamos la cantidad de productos elaborados, producidos o comercializados, con un precio de venta unitario y una utilidad total.

A continuación, se observan los análisis de ventas realizados y registrados en el PIDET de algunos estudiantes:

Ilustración 32: Análisis de Ventas. Confecciones Dimate

3.1.1. ANALISIS DE VENTAS		
ANALISIS DE VENTAS		
AÑO	CANTIDADES	VALOR
2003	6.800	\$ 23.800.000
2006	7.200	\$ 25.920.000
2007	8.000	\$ 29.600.000
2008	8.500	\$ 31.450.000
2009	9.500	\$ 36.100.000
2010	15.000	\$ 60.000.000
2011	25.000	\$ 100.000.000
2012	40.000	\$ 160.000.000
2013	60.000	\$ 240.000.000
2014	35.000	\$ 147.000.000
2015	25.000	\$ 107.000.000
1 enero a 8 octubre de 2016	30.000	\$ 135.000.000

Fuente: (Dimate, 2016)

Ilustración 33: Análisis de Ventas. Luxuries Tape

LUXURIES TAPE				
NIT. 23790360-5				
1 de enero a 30 septiembre de 2016				
ANALISIS DE VENTAS				
FECHA	CANTIDAD	ARTICULO	VALOR * UNIDAD	VALOR TOTAL
28/01/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
15/03/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
17/03/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
05/04/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
20/04/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
10/05/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
19/05/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
20/05/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
21/05/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
22/05/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
10/06/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
25/06/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
13/06/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
15/07/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
20/07/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
20/08/2016	1	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 45.000,00
18/09/2016	2	Bolsos grandes	\$ 45.000,00	\$ 90.000,00
TOTAL	25		\$ 765.000,00	\$ 1.125.000,00
REPRESENTANTE LEGAL		CONTADOR PUBLICO		

Fuente: (Garcia, 2016)

8.8.2.4 Costos.

Los estudiantes realizaron un análisis sencillo de los costos generados para la elaboración, fabricación o comercialización de sus productos o servicios a partir del 30 de septiembre, fecha de corte de los estados financieros para estas sociedades, allí identificamos la materia prima, la cantidad de materia prima

utilizada para la elaboración del producto o productos comercializados, valor unitario y valor total de la materia prima, mano de obra y costo indirecto.

A continuación, se observan los análisis de costos realizados y registrados en el PIDET de algunos estudiantes:

Ilustración 34: Análisis de Costos. Festy Flavors

3.2.Costos por unidad.				
MATERIA PRIMA	PROVEEDORES	COSTO UND \$	CANTIDAD	COSTOS \$
Leche	San mateo	\$2.000	2 leches	\$4.000
Leche condensada	Secretos del trópico	\$9.800	1 pote	\$9.800
Agua	Acueducto	\$10.000	-	\$10.000
Gesmetina	Gel rico	\$18.000	1 bolsa	\$18.000
Esencia	Levapau	\$2.300	1 sobre	\$2.300
Moldes	Dama(unid)	\$350	1 molde	\$350
Azúcar	Rio paila	\$1.800	1 Lb	\$1.800
Colorante	Colonza	\$3.400	1 frasco	\$3.400
TOTAL=				\$98.985

Fuente: (Sandoval, 2016)

Ilustración 35: Análisis de Costos. Chocolatinas Dulce Tentación

Materia Prima	Cantidad	V/u	V/t
Cobertura de chocolate	2	\$ 5.200	\$ 10.400
Manteca Vegetal	1(120g)	\$ 1.600	\$ 1.600
Colorantes Para cobertura	3	\$ 2.500	\$ 7.500
Crispis	1(90g)	\$ 900	\$ 900
Mani	1(250G)	\$ 2.800	\$ 2.800
Total		\$ 13.000	\$ 23.200

Fuente: (Plazas, 2016)

8.8.2.5 Gastos.

Los estudiantes realizaron un análisis sencillo de los gastos generados para la elaboración, fabricación o comercialización de sus productos o servicios a partir del 30 de septiembre, fecha de corte de los estados financieros para estas sociedades, allí identificamos el detalle del gasto y el valor total que incurre por el periodo analizado.

A continuación, se observan los análisis de gastos realizados y registrados en el PIDET de algunos estudiantes:

Ilustración 36: Análisis de Gastos. Confecciones Dimate

GASTOS	
GASTO	VALOR
LUZ	\$ 180.000
AGUA	\$ 40.000
GAS	\$ 30.000
ARRIENDO	\$ 350.000
SEGUROS	\$ 200.000
TOTAL	\$ 800.000

Fuente: (Dimate, 2016)

Ilustración 37: Análisis de Gastos. Decoraciones JuanPara

3.3. Gastos.										
Gastos Fijos	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	Total
Electricidad	200.000	300.000	450.000	250.000	345.000	560.000	620.000	480.000	465.000	3.670.000
Gas	120.000	240.000	300.000	620.000	465.000	240.000	250.000	560.000	480.000	3.275.000
Agua	465.000	490.000	120.000	250.000	120.000	620.000	480.000	250.000	300.000	3.095.000
Teléfono	120.000	200.000	465.000	480.000	465.000	465.000	200.000	480.000	120.000	2.995.000
Cable	200.000	465.000	620.000	240.000	250.000	465.000	300.000	465.000	465.000	3.470.000
Internet	240.000	480.000	300.000	120.000	620.000	465.000	250.000	120.000	560.000	3.155.000
Gastos - Otros	450.000	300.000	465.000	480.000	200.000	300.000	240.000	240.000	250.000	2.925.000
Total Gastos Fijos	1.795.000	2.435.000	2.720.000	2.440.000	2.465.000	3.115.000	2.340.000	2.595.000	2.640.000	22.545.000

Fuente: (Gutierrez, 2016)

8.8.2.6 Impuestos.

Los estudiantes realizaron la consulta al Estatuto Tributario y Código de Comercio, en la que concluyeron lo siguiente:

“Decoraciones JuanPara no es una empresa obligada a pagar impuestos ya que es del régimen simplificado, los impuestos están implícitos en el costo y los gastos del producto”. (Gutierrez, 2016)

8.8.2.7 Política de Precios.

“Costos de materia prima, mano de obra y los costos indirectos todos juntos nos dará el precio público.

Elaboración de una empanada cuyo costo es de \$1050 a este se le adiciona una ganancia de 30%: \$450, para un total” (Duque, 2016)

Ilustración 38: Análisis Política de precios. Empanadas Danna

MATERIA PRIMA	PRECIO TOTAL
MASA O MAIZ PETO	1800
CARNE	6000
POLLO	4000
HUEVOS	350
ARROZ	1900
CEBOLLA	500
TOMATE	600
ACEITE	3500
CONDIMENTOS	1200
TOTAL	21350

GASTOS	TOTAL GASTOS
PUBLICIDAD	30.000
VENDEDORA	30.000
TOTAL	60.000

Precio Unitario	1050
Utilidad	450
Total	1500

Fuente: (Duque, 2016)

“Costos de materia prima, mano de obra y los costos indirectos todos juntos nos dará el precio público.

Elaboración de una porcelana cuyo costo es de \$2000 a este se le adiciona una ganancia de 50%: \$1.000, para un total”. (Cubillos M. , 2016)

Ilustración 39: Análisis Política de Precios. Mis Misceláneas.

MATERIA PRIMA	PRECIO TOTAL
cerámicas	20000
pintura	6000
Pinceladas	2000
brillo	500
celofán	7000
Cinta	6000
TOTAL	41.500

GASTOS	TOTAL GASTOS
PUBLICIDAD	40.000
VENDEDORA	20.000
TOTAL	60.000

Precio Unitario	1000
Utilidad	1000
Total	2000

Fuente: (Cubillos J. M., 2016)

8.8.3 Area de Produccion y Mercadeo.

8.8.3.1 *Descripcion del Producto o Servicio.*

Los siguientes son los productos que se producen, distribuyen y comercializan en las Famiempresas:

Ilustración 40: Los Productos de las Famiempresas.



Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.8.3.2 *Empaques o Envases.*

Los estudiantes tomaron las respectivas fotografías de sus empaques o envases para sus productos, observe varios empaques diferentes a los cuales se les asesoro con añadir una etiqueta y para los productos comestibles una tabla de nutrición e ingredientes de los mismos.

A continuación, observamos algunos de los empaques que utilizaron:

Ilustración 41: Empaque de Bolsos Para Luxuries Tape



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 42: Empaque Para Las Gelatinas de Festy Flavors

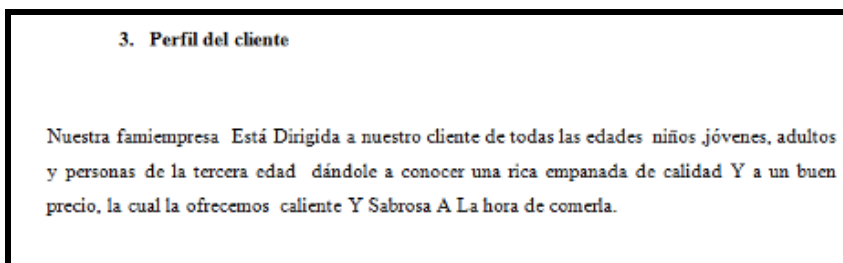


Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.8.3.3 Perfil del Cliente.

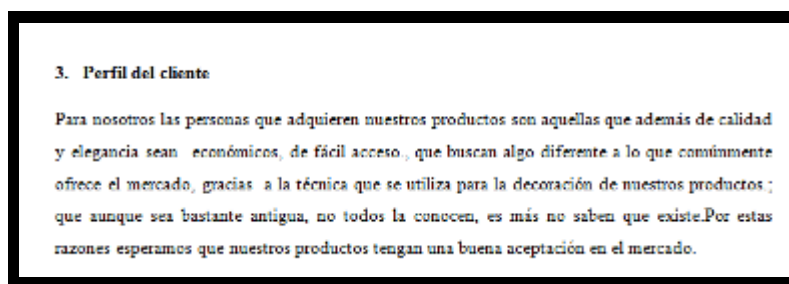
Los estudiantes realizaron la descripción del perfil del cliente del cliente potencial para su producto o servicio ofrecido por su Famiempresa, a continuación, se observarán algunos de los perfiles de clientes potenciales observados y descritos en su PIDET.

Ilustración 43: Perfil del Cliente. Empanadas Danna



Fuente: (Duque, 2016)

Ilustración 44: Perfil del Cliente. JuanPara



Fuente: (Gutierrez, 2016)

8.8.3.4 *Canales de Distribucion.*

Los estudiantes identificaron el tipo de distribución de su Famiempresa, en los que se evidencio la línea directa e indirecta para la comercialización y distribución de sus productos.

A continuación se observa las investigaciones realizadas por los estudiantes y plasmadas en sus PIDET:

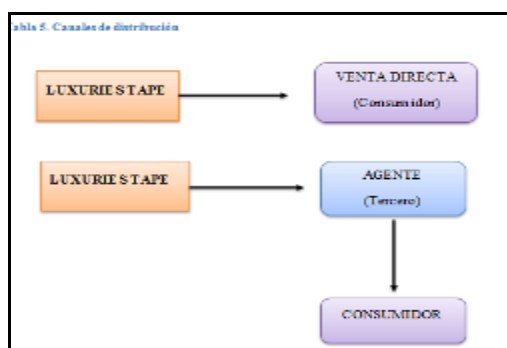
Ilustración 45: Canales de Distribución del Producto. Festy Flavors

4.1. Canales de distribución del producto:

La forma en la que nosotros haremos llegar nuestro producto a los clientes es de forma directa, ya que somos fabricantes de nuestro producto, o sea que no hay necesidad de tener intermediarios, el cliente va y compra su producto aquí mismo. En el caso de la figura que quiera sobre pedido, el cliente conecta con un catálogo, escoge la figura que más le agrada, nos lo hace saber, En caso de que no pueda ir a recoger su pedido, se le llevara el producto al domicilio del cliente, sin cobrar ningún recargo adicional por transporte.

Fuente: (Sandoval, 2016)

Ilustración 46: Canales de Distribución. Luxuries Tape



Fuente: (Garcia, 2016)

Las diferentes paginas web, folletos, volantes y targetas de presentacion de lo estudiantes en general fueron asesorados por un trabajo articulado con el docente de el area de artes del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernandez. Y el resultado fue el siguiente:

Ilustración 47: Publicidad de las Famiempresas



Fuente: (Bohórquez, 2016)

8.8.4 Diseño Metodológico.

8.8.4.1 Tipo de Investigación.

Los estudiantes realizaron una investigación de mercados, mediante encuestas a sus clientes, proveedores y comunidad en general para identificar las necesidades, las falencias del producto, la competencia y los factores importantes que afecta la comercialización de su producto servicio. La aplicación de estas encuestas se basaron mediante los parámetros dados en clase de la siguiente manera: preguntas abiertas, cerradas y opción múltiple; con cinco (5) preguntas que contengan los diferentes tipos de pregunta y respuesta, para facilitar su análisis de resultados y tabulación.

Se observó lo siguiente en algunas de las encuestas:

Ilustración 48: Encuesta. Confecciones Dimate

ENCUESTAS	
Nombre:	_____
Edad:	_____
Sexo:	F. ___ M. ___
1. ¿Le gusta la nueva moda que hay en jeans?	
	Si
	No
2. ¿Qué cosa de todos le gusta más?	
	A) piel
	B) algodón parchado
	C) terciopelo
	D) lisa
3. ¿Con que frecuencia compra jeans?	
	A) mensual
	B) semanal
	C) quincenal
4. ¿usualmente cuánto paga por este producto?	
	A) adulto: _____
	B) niño: _____
5. ¿sabe de donde provienen los jeans que compra?	
	A) si
	B) no

Fuente: (Dimate, 2016)

Ilustración 49: Encuesta. Decoraciones JuanPara

1. Etapa de investigación
Investro investigamos la población por medio de una encuesta

Encuesta Decoraciones JuanPara

Nombre _____ Apellido _____ Edad _____

Sexo: F ___ M ___ Estado civil: soltero _____ Ocupación: _____

1. ¿Tiene objetos decorativos en su hogar?

Si
No

2. ¿El momento de decorar que preferiría para su hogar?

A. Actividades de mañana con música suave
B. Resaca
C. Actividades de por la noche que dependa de la decoración
D. No me gusta decorar

3. En el momento de comprar un objeto decorativo se lo primero que se fija es:

A. La calidad
B. La apariencia
C. El costo
D. El uso

4. ¿De qué valor compra objetos decorativos?

A. 5.000
B. 10.000
C. 20.000
D. No interesa desde que sea de buena calidad

5. ¿Qué material le garantiza más que se dañen en una clase de objetos?

Fuente: (Gutierrez, 2016)

8.8.4.2 Poblacion.

Los estudiantes y sus familias aplicaron la encuesta a la comunidad de la localidad de Usme y sus alrededores, evidenciando nuevos nichos de negocio y nuevos clientes potenciales para su mercado.

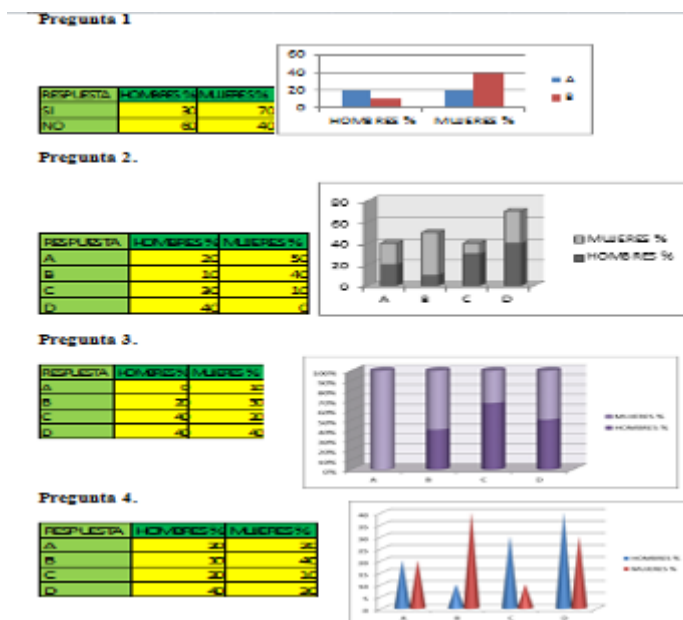
8.8.4.3 Muestra.

Los estudiantes aplicaron la encuesta a una muestra de 10 personas en las cuales realizaron su investigación y tomaron nuevas decisiones para impactar los mercados.

8.8.4.4 Analisis de Resultados.

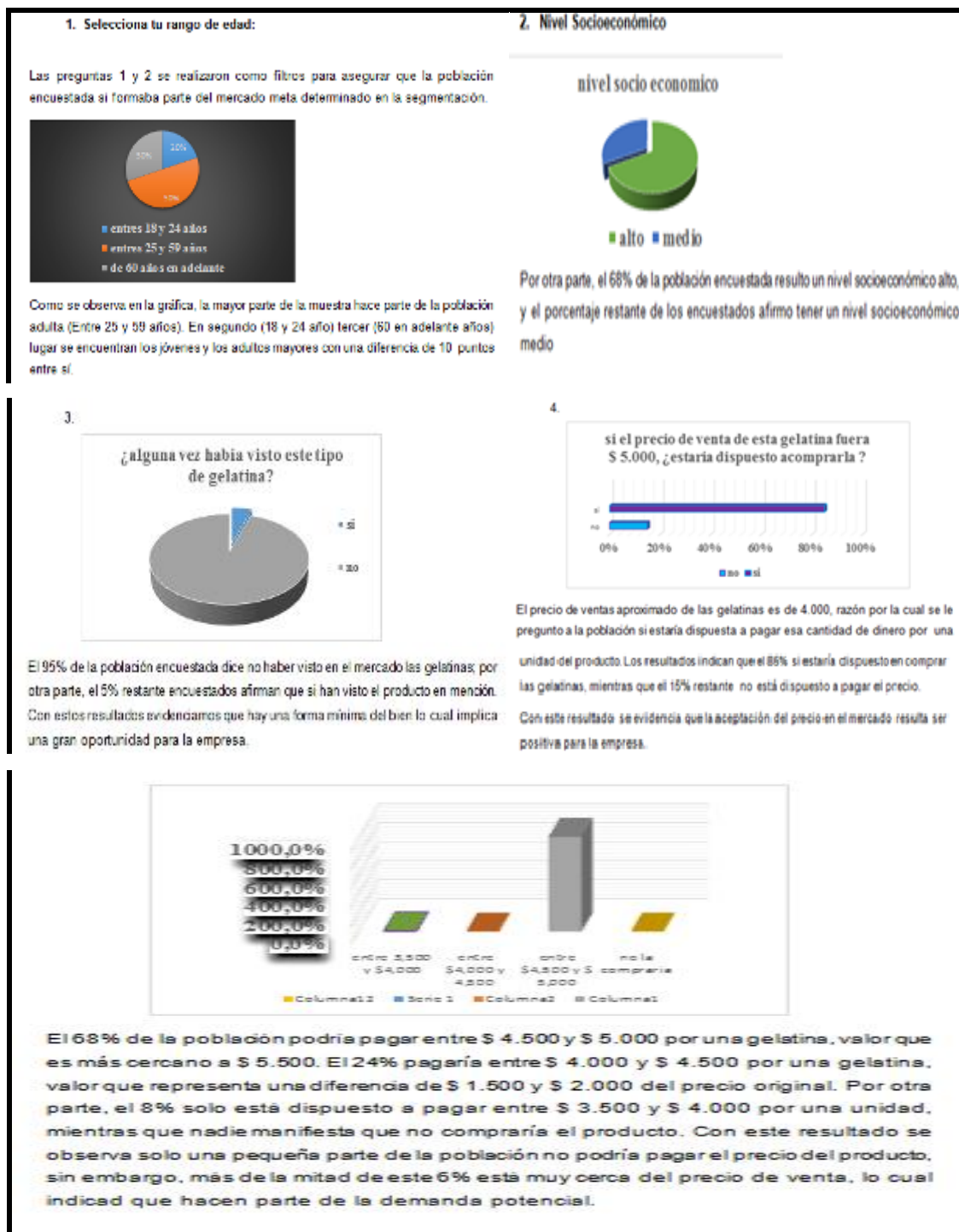
Los estudiantes presentaron los análisis de resultados de las encuestas por medio de tabulaciones por pregunta de forma gráfica y analítica; para ello se observa lo siguiente:

Ilustración 50: Análisis de Resultados. Decoraciones JuanPara



Fuente: (Gutierrez, 2016)

Ilustración 51: Análisis de Resultados. Festy Flavors



Fuente: (Sandoval, 2016)

8.8.5 Resumen Ejecutivo.

Los estudiantes realizaron los resúmenes ejecutivos identificando los datos importantes de su Famiempresa para generar un reconocimiento de negocio técnico para el entendimiento de jurados en el momento de su sustentación.

El estudiante presento 4 copias de su resumen ejecutivo, junto con su PIDET para la evaluación y sustentación de la Famiempresa.

A continuación se observa la evidencia de la presentación presentada para realizar la cátedra con los estudiantes de grado 11° en las aulas de sistemas.

Ilustración 52: Capacitación de Resumen Ejecutivo



Fuente: (Bohórquez, 2016)

9 Resultados

Los resultados obtenidos en el desarrollo de este proyecto social, trabajados con la comunidad San Gregoriana (estudiantes, familias, docentes y administrativos) fueron los siguientes:

9.1 PIDET

Ilustración 53: PIDET Físico y sus 4 Resúmenes Ejecutivos.



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 54: Registro de Entrega Oficial del PIDET (General)

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
REGISTRO DE ENTREGA OFICIAL DEL PIDET DE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO T.A.A.C. SAN GREGORIO HERNANDEZ GRADO 11° OCTUBRE 10 DE 2016 (ENTREGA DE PIDET)

CODIGO	APELLIDOS	NOMBRES	PIDET	CD	RESUMEN 1	RESUMEN 2	RESUMEN 3	RESUMEN 4	FIRMA
1	Sagala Peña	Diego Orlando	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
2	Bautista Roca	Bryan Steven	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
3	Cubillos Gutiérrez	Jenny Milena	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
4	Cruz Medina	Gabriel Felipe	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
5	Duchón Romero	Diego Santiago	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
6	Duque Chávez	Danna Marcela	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
7	España López	Carla María	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
8	Franco Gómez	Juan Sebastián	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
9	García Forján	Diego Felipe	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
10	García Ochoa	Nitty Viviana	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
11	García Torres	Julian Mateo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
12	González Lozada	Alfonso Nicolás	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
13	Gómez Silva	Karlén David	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
14	Gutiérrez Ángel	Juan Nicolás	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
15	Hoyos Durango	Diana Inés	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
16	Jiménez	Juan Sebastián	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
17	Mesa Malagón	Paula Andrea	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
18	Ortega Velasco	Marlon Sebastián	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
19	Rodríguez Rojas	Laura Valentin	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
20	Sánchez Fajardo	Bryan Steven	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
21	Sandoval Sierra	María Camila	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]
22	Zabala Suarez	Sergio Andrés	✓	✓	✓	✓	✓	✓	[Firma]

Ana Bohórquez Ronald Fonseca Claudio Hernández Cristian Hurtado
 Hipólito Neza

Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 55: Entrega Oficial de PIDET. Asesor Ana Bohórquez


UNIVERSIDAD DE LA SALLE
REGISTRO DE ENTREGA OFICIAL DEL PIDET DE LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO T.A.A.C. SAN GREGORIO HERNANDEZ GRADO 11° OCTUBRE 10 DE 2016 (ENTREGA DE PIDET)

COD	APELLIDOS	NOMBRES	PIDET	CD	RESUMEN 1	RESUMEN 2	RESUMEN 3	RESUMEN 4	FIRMA ESTUDIANTE	FIRMA ACIDENTE
3	Cubillos Gutiérrez	Jenny Milena	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]
5	Dimate Fernández	Diego Steven	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]
7	Duque Chávez	Danna Marcela	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]
11	García Ochoa	Nitty Viviana	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]
15	Gutiérrez Ángel	Juan Nicolás	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]
21	Plazas De La Hoz	Azary Dayana	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]
23	Rincón Muñoz	Angie Vanessa	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]
27	Sandoval Sierra	María Camila	OK	OK	OK	OK	OK	OK	[Firma]	[Firma]

ASESOR: Ana Catherine Bohórquez Catacá
 RECTOR: Hipólito Neza

Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 56: Asistencia de Padres de Familia en la Entrega del PIDET.


UNIVERSIDAD DE LA SALLE
Escuela para Formar Líderes y Servidores

ASISTENCIA DE ASESORIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE AL COLEGIO T.A.A.C. SAN GREGORIO HERNANDEZ GRADO 11^o
 OCTUBRE 10 DE 2016 (ENTREGA DE PIDET)

CODIGO	APELLIDOS	NOMBRES	FIRMA
1	Angulo Peña	Daniel Orlando	<i>[Signature]</i>
3	Cubillos Gutiérrez	Jenny Milena	<i>[Signature]</i>
5	Dimate Fernández	Diego Stiven	<i>[Signature]</i>
7	Duque Chávez	Danna Marcela	<i>[Signature]</i>
9	Franco Gómez	Juan Sebastián	<i>[Signature]</i>
11	García Ochoa	Nitty Viviana	<i>[Signature]</i>
13	González Losada	Allyson Nicole	<i>[Signature]</i>
15	Gutiérrez Ángel	Juan Nicolás	<i>[Signature]</i>
17	Mejía Quiroga	Dana Jimena	<i>[Signature]</i>
19	Mesa Malagón	Paula Andrea	<i>[Signature]</i>
21	Plazas De La Hoz	Azury Dayana	<i>[Signature]</i>
23	Rincón Muñoz	Angie Vanessa	<i>[Signature]</i>
25	Rojas Moreno	Brian Stiven	<i>[Signature]</i>
27	Sandoval Sierra	María Camila	<i>[Signature]</i>
29	Vanegas Melón	Ramón Esteban	<i>[Signature]</i>

ASESORES:

[Signature]
Ana Caterine Bohórquez Caucaí

[Signature]
Ronald Fonseca

RECTOR:

[Signature]
Hipólito Nolasca

Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 57: PIDET en Físico



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 58: PIDET Físicos por Asesor Contable y Administrativo



Fuente: (Bohórquez, 2016)

9.2 Sustentaciones de las Famiempresas

- Evaluación de Pre-Sustentación:

Ilustración 59: Evaluación de Pre-Sustentación. Decoraciones JuanPara

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
EVALUACIÓN DE PRE-SUSTENTACIÓN DE
PIDET Y LA FAMIEMPRESA DE CADA
ESTUDIANTE DE GRADO 11° DEL COLEGIO
T.A.A.C. SAN GREGORIO HERNANDEZ
OCTUBRE 19 DE 2016

NOMBRE DE LA FAMIEMPRESA: Decoraciones JuanPara
NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Juan Nicolás Gutiérrez HORA: 04:30 pm

#	Aspectos A Evaluar	1	2	3	4	5	Observaciones	
1	Innovación					X		
2	Proyección Social					X		
3	Sostenibilidad Financiera				X			
4	Visión Global				X			
5	Anexos						2,43	
5.1	Misión					X		
5.2	Visión					X		
5.3	Objetivo General	X						
5.4	Objetivos Específicos	X						
5.5	Resultados Esperados	X						
5.6	Conclusiones	X						
5.7	Marcos					X		
TOTAL 60%							2,21	
6	Presentación Personal					X		
7	Presentación Grupal				X			
8	Manejo De Auditorio					X		
9	Producto					X		
10	Publicidad					X		
TOTAL 40%							1,68	
TOTAL							3,9	

NOTA: Los aspectos del 1 al 5 equivalen al 60% de la sustentación y los aspectos del 6 al 10 equivalen el 40% restante de la evaluación en general. (NOTA: Mínima de 3,0)

ASESOR: Ana Bohórquez ESTUDIANTE: Juan Nicolás Gutiérrez ACUDIENTE: [Firma]

Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 60: Evaluación de Pre-Sustentación. Confecciones Dimate

UNIVERSIDAD DE LA SALLE
EVALUACIÓN DE PRE-SUSTENTACIÓN DE
PIDET Y LA FAMIEMPRESA DE CADA
ESTUDIANTE DE GRADO 11° DEL COLEGIO
T.A.A.C. SAN GREGORIO HERNANDEZ
OCTUBRE 19 DE 2016

NOMBRE DE LA FAMIEMPRESA: Confecciones Dimate
NOMBRE DEL ESTUDIANTE: Diego Steven Dimate HORA: 04:50 pm

#	Aspectos A Evaluar	1	2	3	4	5	observaciones	
1	Innovación					X		
2	Proyección Social					X		
3	Sostenibilidad Financiera					X		
4	Visión Global				X			
5	Anexos						4,0	
5.1	Misión					X		
5.2	Visión				X			
5.3	Objetivo General					X		
5.4	Objetivos Específicos					X		
5.5	Resultados Esperados					X		
5.6	Conclusiones				X			
5.7	Marcos					X		
TOTAL 60%							2,64	
6	Presentación Personal					X		
7	Presentación Grupal					X		
8	Manejo De Auditorio					X		
9	Producto					X		
10	Publicidad					X		
TOTAL 40%							2,0	
TOTAL							4,64	

NOTA: Los aspectos del 1 al 5 equivalen al 60% de la sustentación y los aspectos del 6 al 10 equivalen el 40% restante de la evaluación en general.

ASESOR: Ana Bohórquez ESTUDIANTE: María Sandoval Diego Dimate ACUDIENTE: [Firma]

Fuente: (Bohórquez, 2016)

- Invitación de Sustentaciones:

Ilustración 61: Invitación de Sustentaciones



Fuente: (Colegio T.A.A.C San Gregorio Hernandez, 2016)

- **Mis Porcelanas:**

Ilustración 62: Sustentación Famiempresa Mis Porcelanas



Fuente: (Bohórquez, 2016)

- **Confecciones Dimate:**

Ilustración 63: Sustentación Famiempresa Confecciones Dimate

Fuente: (Bohórquez, 2016)

- **Empanadas Danna:**

Ilustración 64: Sustentación Famiempresa Empanadas Danna

Fuente: (Bohórquez, 2016)

- **Luxuries Tape:**

Ilustración 65: Sustentación Famiempresa Luxuries Tape.



Fuente: (Bohórquez, 2016)

- **Decoraciones JuanPara:**

Ilustración 66: Sustentación Famiempresa JuanPara



Fuente: (Bohórquez, 2016)

- **Chocolatinas Dulce Tentación:**

Ilustración 67: Sustentación Famiempresa Chocolatinas Dulce Tentación





Fuente: (Bohórquez, 2016)

- **Tienda +Cota:**

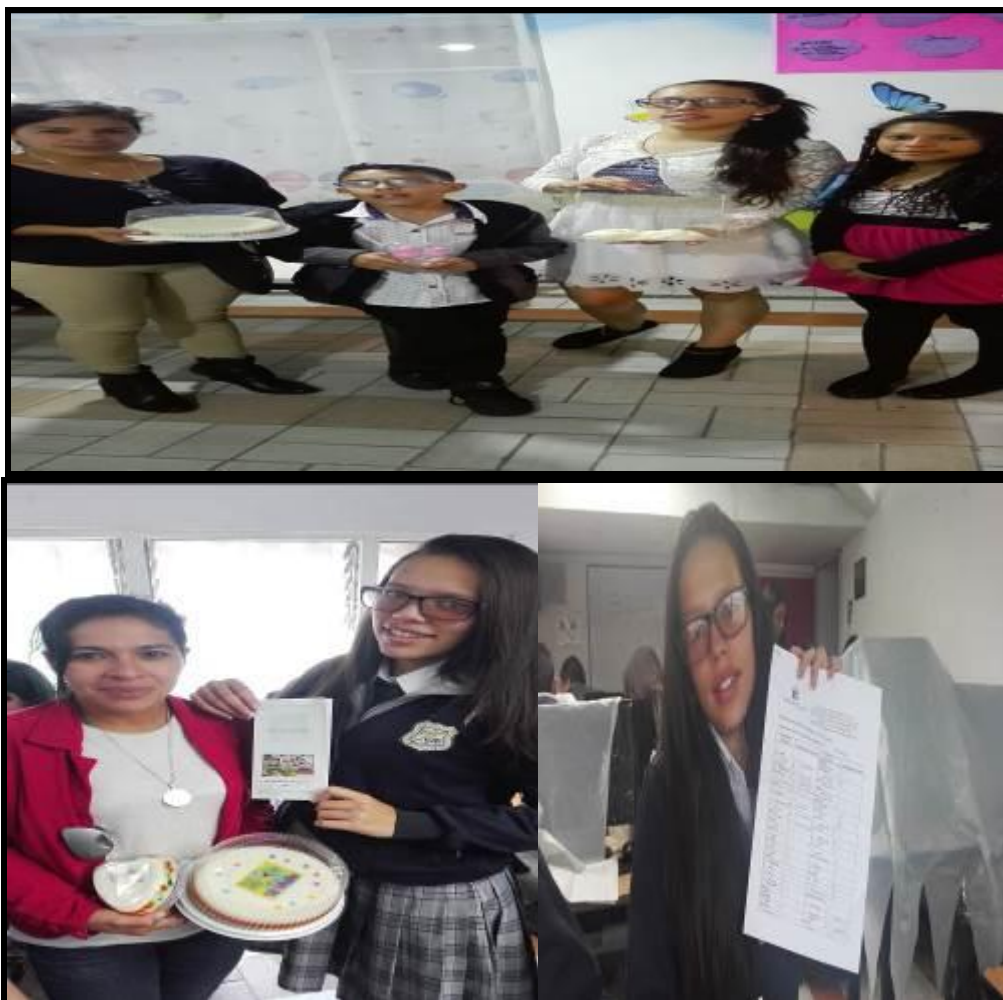
Ilustración 68: Sustentación Famiempresa Tienda +Cota



Fuente: (Bohórquez, 2016)

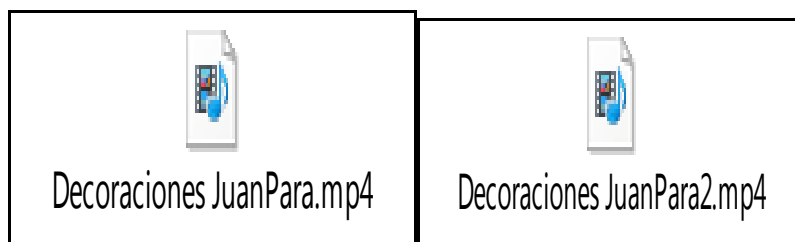
- **Festy Flavors:**

Ilustración 69: Sustentación Famiempresa Festy Flavors



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 70: Videos de Sustentación Famiempresa JuanPara



Fuente: (Bohórquez, Famiempresa Decoraciones JuanPara "Sustentación", 2016)

Ilustración 71: Video de Sustentación Famiempresa Confecciones Dimate

Fuente: (Bohórquez, Famiempresa Confecciones Dimate "Sustentación", 2016)

Ilustración 72: Video de Sustentación Famiempresa Chocolatinas Dulce Tentación

Fuente: (Bohórquez, Famiempresa Chocolatinas Dulce Tentación "Sustentación", 2016)

10 Discusiones y Conclusiones

1. Se realizaron los diferentes diagnósticos tanto a las Famiempresas como organización y a los proyectos de investigación PIDET de cada estudiante, mediante el análisis DOFA, dando así respuesta a las falencias administrativas y contables que se observaban y generando un valor agregado en la conformación y constitución de las Famiempresas.
2. Se diseñó un modelo práctico y sencillo de capacitaciones y asesorías administrativas y contables, generando un apoyo para las Famiempresas y el desarrollo investigativo del proyecto PIDET de cada estudiante y su familia.
3. Se Implementó estrategias y métodos de aprendizaje efectivos y de acuerdo a la necesidad de cada una se estructura de las Famiempresas se elaboró un manual de presentación bajo normas APA la elaboración de un proyecto investigativo PIDET, con el fin de generar una nueva posición empresarial.
4. Mediante las Pre-sustentaciones y sustentaciones se evaluó de forma oral la innovación, impacto social, sostenibilidad económica y financiera y visión global de las Famiempresas y a su vez la elaboración de un proyecto investigativo PIDET acompañado de los resúmenes ejecutivos que se evaluó de forma escrita y bajo los parámetros de presentación adoptados por la institución.

11 Recomendaciones

- Es necesario que el Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández de la localidad de Usme, continuar con el proceso de asesoría y capacitación administrativa y contable de la universidad de la Salle y realizar los cambios respectivos en la metodología de evaluación de los PIDET y realizar un acompañamiento a las Famiempresas en aspectos contables.
- Se sugiere a los estudiantes del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández, solicitar a los directivos del colegio un docente correspondiente al área de empresa con énfasis en las áreas contables, puesto que su debilidad en cuanto la elaboración del PIDET y Famiempresa radica de sus pocos conocimientos contables.
- Se solicita la intervención de los docentes de todas las áreas en la realización de los proyectos de investigación PIDET.

Bibliografía

- ALBERICH, T. (1998). *Introducción a los métodos y técnicas de investigación social y la IAP*. Madrid: Red CIMS.
- ALBERICH, T. (s.f.). ALBERICH, T. (1998). *Introducción a los métodos y técnicas de investigación social y la IAP*". Cuadernos de la.
- Alonso, P. P. (2010). *tema 8. política de precios*. Bogota.
- Anonimo. (2016). *Emprende PYME.net*. Obtenido de Reseña histórica u hoja informativa: <http://www.emprendepyme.net/resena-historica-u-hoja-informativa.html>
- Asignado, C. E. (2016). Analisis DOFA . Bogotá.
- Bogotá, A. d. (2016). www.bogota.gov.co/localidades/usme.
- Bohórquez, A. C. (Septiembre de 2016). Bogotá, Colombia.
- Bohórquez, A. C. (Dirección). (2016). *Famiempresa Chocolatinas Dulce Tentación "Sustentacion"* [Película].
- Bohórquez, A. C. (Dirección). (2016). *Famiempresa Confecciones Dimate "Sustentación"* [Película].
- Bohórquez, A. C. (Dirección). (2016). *Famiempresa Decoraciones JuanPara "Sustentacion"* [Película].
- Bohórquez, A. C. (30 de Septiembre de 2016). Presupuesto Financiero. *Presentación del Proyecto Investigativo de Desarrollo Empresarial PIDET del Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernández Para los Estudiantes el Grado 11° Bajo las Normas Internacionales Para la Presentación de Textos Académicos Normas APA y Desarrollo de las*. Bogotá.
- Camara de Comercio de Cali. (2016). *Constitucion de Sociedades por Escritura Publica*. Obtenido de <http://www.ccc.org.co/servicios/registros-publicos/mercantil/tramites/constituciones-reformas-y-nombramientos/constitucion-de-sociedades>

- Caravantes, S. (2013). *Descripción de tu sector en tu Plan de Negocio*. Obtenido de El reto de emprender Growing Talents: <http://www.elretodeemprender.com/plan-de-negocios-descripcion-de-tu-sector/>
- Código de Comercio, Artículo 110 (2016).
- Colegio San T.A.A.C. San Gregorio Hernandez. (2015). Organigrama Institucional. Bogotá D.C., Colombia.
- Colegio T.A.A.C San Gregorio Hernandez. (2016). Invitación de Sustentación. Bogotá.
- Colegio T.A.A.C. San Gregorio Hernandez. (2016 - 2017). Manual de convivencia. Bogotá.
- Cubillos, J. M. (2016). *PIDET "Mis porcelanas"*. Bogotá.
- Definición ABC. (2016). *Definición de Acta de Constitución*. Obtenido de Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/general/acta-constitutiva.php>
- DESSLER, G. (2001). *El papel estratégico de la administración de personal*. Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Dimate, D. S. (2016). *PIDET "Confecciones Dimate"*. Bogotá.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. (2016). *¿Qué es el Registro Único Tributario, RUT?* Obtenido de Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales: http://www.dian.gov.co/contenidos/servicios/rut_preguntasfrecuentes.html
- Duque, D. M. (2016). *PIDET "Empanadas Danna"*. Bogotá.
- Echeverri, L. M. (23 de Noviembre de 2009). *Metodos Cuantitativos y Cualitativos de Investigación de Mercados*. Obtenido de Slideshare.net: <http://es.slideshare.net/linaec/metodos-cuantitativos-de-investigacion-de-mercados>
- Fundación Carvajal. (2013). *El Balance General*. Bogotá.
- Fundación Carvajal. (2013). *El Estado de Resultados*. Bogotá.
- García, N. (2016). *PIDET "LUXURIES TAPE"*. Bogotá.
- Gray, D. C. (2004). *marketig en la pequeña y mediana empresa*. SanTtiago de Chile: Norma.
- Gudiño, E., & Coral, L. d. (2000). *Contabilidad 2000*. Mc Graw Hill.

- Gudiño, E., & Coral, L. d. (2000). *Contabilidad 2000*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Gutierrez, J. N. (2016). *PIDET "Decoraciones Juanpara"*. Bogotá.
- Helen Akers, D. M. (2016). *¿Que es un Informe de Analisis de Ventas?* Obtenido de La Voz de houston: <http://pyme.lavoztx.com/qu-es-un-informe-de-analisis-de-ventas-13162.html>
- Hernandez, C. T. (2016). Reconocimientos y Galardones de la Institución. *Colegio San Gregorio Hernández, Programa de Nutrición Integral Liberty Seguros y Banco de Alimentos* , 1-2.
- hojadevida.info. (2014). *hojadevida.info*. Obtenido de <http://www.hojadevida.info/que-es-una-hoja-de-vida-y-sus-partes/>
- Karina, K. (2 de Marzo de 2012). *Tabulación y Analisis de Resultados*. Obtenido de Investigación de Mercados: <http://experienciascecyte2.blogspot.com.co/2012/03/tabulacion-y-analisis-de-resultados.html>
- Kimakowitz, E. V. (2011). Del impacto economico, al impacto social de los negocios. *Universidad EAN "Business Review*, 1 - 6.
- Maria Garcia Noya, E. H. (2001). *Selección de personal sistema integrado* . Madrid : ESIC.
- Michael L, A., Hitt, R., Ireland, D., & Hosskison, R. E. (2008). *Administración Estratégica*. Mexico: CENAGE LEARNING.
- Nullvalue. (01 de Junio de 2001). Sabe Què es la Matricula Mercantil . *El Tiempo*, pág. 1. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-482174>
- Pérez, J. (2015). *Definición de Admnsitración*. Obtenido de <http://definicion.de/administracion-de-empresas/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2012). *Definición de Impuesto*. Obtenido de <http://definicion.de/impuesto/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2012). *Definición de Marketing*. Obtenido de <http://definicion.de/marketing/>
- Pérez, J., & Merano, M. (2009). *Definición de publicidad*. Obtenido de <http://definicion.de/publicidad/>

- Pérez, J., & Merino, M. (2009). *Organigrama*. Obtenido de <http://definicion.de/organigrama/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definición de Gasto*. Obtenido de <http://definicion.de/gasto/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2012). *Definicion de Misión*. Obtenido de <http://definicion.de/mision/>
- Pérez, J., & Merino, M. (2013). *Definicion de Ingreso*. Obtenido de <http://definicion.de/ingresos/>
- Plazas, A. (2016). *PIDET "Chocolatinas dulce tentacion"*. Bogotá.
- Porto, J. P. (2008). *Definicion de Costo*. Obtenido de <http://definicion.de/costo/>
- Resenterra, A. U. (2016). *Tipos de organización en una empresa*. Obtenido de Pymerang: <http://www.pymerang.com/ventas-y-servicio/ventas/estrategia-de-ventas/disenos-de-la-fuerza-de-ventas/94-11-cualidades-de-un-buen-vendedor>
- Revista de Consultoria. (2016). *Canal de Distribución*. Obtenido de Revista de Consultoria: <http://www.revistadeconsultoria.com/canal-de-distribucion>
- Rincón, A. V. (2016). *PIDET "Tienda +Cota"*. Bogotá.
- ROBBINS, S. P. (2002). *Fundamentos de administracion, 3a ed.* Mexico: PEARSON EDUCACION.
- Sandoval, M. C. (2016). *PIDET "Festy Flavors"*. Bogotá.
- Serrano, M. J. (2011). *Gestion comercial y servicio de atencion al cliene*. Bogota: Paraninfo.
- Universidad de la Salle. (2016). *Guía para el desarrollo del trabajo de grado en proyección social*. Bogotá.
- Web y Empresas. (2016). *Que Son Las Funciones Administrativas?* Obtenido de Web y Empresas: <http://www.webyempresas.com/que-son-las-funciones-administrativas/>

Anexos

Anexo 1: Cronograma de Trabajo

Tabla 12: Cronograma de Trabajo

ACTIVIDADES / TIEMPO SEMANAS	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Asignación de tutor	■								
Capacitación # 6	■								
Entrega de guía para elaboración de trabajos de grado por parte del tutor		■							
Capacitación # 7		■							
Recopilación de la información			■						
Capacitación # 8			■						
Entrega del primer avance				■					
Capacitación # 9				■					
Desarrollo del trabajo					■				
Capacitación # 10					■				
Entrega de segundo avance						■			
Capacitación # 11						■			
Análisis del trabajo							■		

Ilustración 75: Capacitación del Área Administrativa



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 76: Capacitación de Marco Legal



Fuente:(Bohórquez, 2016)

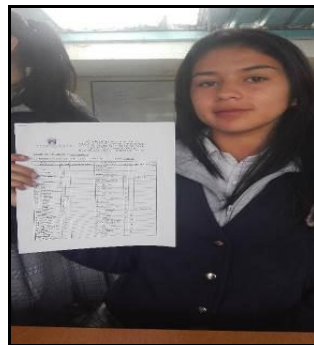
Ilustración 77: Capacitación del Análisis DOFA



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 78: Famiempresa Chocolates Dulce Tentación

Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 79: Famiempresa Mis Porcelanas

Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 80: Confesiones Dimate

Fuente:(Bohórquez, 2016)

Ilustración 81: Bienvenida al Grupo Asesor Universidad



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 82: Capacitación Área de Mercadeo



Fuente: (Bohórquez, 2016)

Ilustración 83: Capacitación de las Normas Misión Impacto



Fuente: (Bohórquez, 2016)