

1-1-2018

Capacitación administrativa y contable municipio Sesquilé zona urbana - grupo 2

Martha Liliana Melo Reyes
Universidad de La Salle, Bogotá

Karen Sofia Leal Quiroga
Universidad de La Salle, Bogotá

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

Citación recomendada

Melo Reyes, M. L., & Leal Quiroga, K. S. (2018). Capacitación administrativa y contable municipio Sesquilé zona urbana - grupo 2. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1498

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

CAPACITACIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTABLE MUNICIPIO SESQUILÉ ZONA
URBANA - GRUPO 2

MARTHA LILIANA MELO REYES

KAREN SOFIA LEAL QUIROGA

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y CONTABLES

MODALIDAD DE GRADO PROYECCION SOCIAL

BOGOTÁ D.C

2018

CAPACITACIÓN ADMINISTRATIVA Y CONTABLE MUNICIPIO SESQUILÉ ZONA
URBANA - GRUPO 2

MARTHA LILIANA MELO REYES

KAREN SOFIA LEAL QUIROGA

Trabajo de grado para obtener el título de administradora de empresas y contador público

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y CONTABLES

BOGOTÁ D.C

2018

TABLA DE CONTENIDO

	PÁGINA
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1. Formulación del problema	55
2. DIAGNÓSTICO.....	5
2.1 Macro variables del municipio de Sesquilé	5
2.1.1 Características biofísicas del territorio.....	6
2.1.2 Demografía	6
2.1.3 Salud	7
2.1.4 Servicios públicos	6
2.1.4.1 Acueducto.....	6
2.1.4.2 Energía	6
2.1.5 Recursos Minerales	6
2.1.6 Infraestructura vial.....	8
2.2 Características geográficas.....	8
2.2.1 Descripción física.....	8

2.2.1.1	Limites.....	9
2.2.2	Socioeconómicas.....	9
2.2.3	Político Institucionales.....	100
2.3	Símbolos culturales.....	11
2.3.1	Escudo.....	11
2.3.2	Bandera.....	13
3.	OBJETIVOS.....	13
3.1	Objetivo General.....	13
3.2	Objetivos Específicos.....	13
4.	MARCO METODOLOGICO	13
4.1	Diseño Metodológico.....	13
4.1.1	Tipo de investigación.....	13
4.1.2	Antecedentes De La Investigación Acción – Participativa.....	14
4.1.3	Investigación Acción Participativa	15
4.1.3.1	Población Acción Participativa.....	16
4.2	Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	16
5.	FODA	18
5.1	Análisis del Entorno.....	18

5.2 Matriz FODA	18
5.3 Análisis Matriz DOFA	19
6. MARCO TEORICO	211
6.1 Fundamentos de contabilidad.....	22
6.1.1 Introducción a la contabilidad.....	22
6.1.2 Estados Financieros	23
6.1.2.1 Elementos de los Estados Financieros	24
6.1.3 Características de la información contable	25
6.1.4 Costos Fijos y Costos Variables	26
6.1.4.1 Costos fijos.....	26
6.1.4.2 Costos Variables	28
6.1.4.3 Costos Totales	29
6.1.5 Conceptos básicos de Nómina	29
6.1.6 Revisoría Fiscal.....	30
6.2 Fundamento de Administración.....	31
6.2.1 Introducción a la Administración.....	31
6.2.1.1 Historia de la Administración	31
6.2.2 Planeación estratégica	32

6.2.2.1 Misión	32
6.2.2.2 Visión.....	33
6.2.2.3 Valores	33
6.2.3 Marketing.....	33
6.2.3.1 Necesidad.....	32
6.2.3.2 Deseo.....	32
6.2.3.3 Demanda	32
6.2.4 Marketing Mix	34
6.2.4.1 Precio	35
6.2.4.2 Plaza.....	35
6.2.4.3 Producto	35
6.2.4.4 Promoción	35
6.2.5 El Benchmarking	36
6.2.5.1 Tipos de Benchmarking	36
6.2.6 Investigación de mercados.....	36
7. Encuesta	39
7.1 Desarrollo de la Encuesta.....	39
7.2 Tabulación información recolectada de la encuesta	41

7.2.1 Población.....	41
7.3 Resultado encuestas aplicadas	43
7.3.1 ¿Estado Civil?	43
7.3.2 ¿Tiene Hijos?	44
7.3.3 ¿Cuál es el grado de Escolaridad?.....	45
7.3.4 ¿El lugar que habita actualmente, es?	46
7.3.5 ¿Ocupación o actividad económica?.....	48
7.3.6 ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus ingresos?.....	49
7.3.6 ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus gastos mensuales?	51
7.3.8 ¿Posee algún tipo de negocio o empresa?.....	52
7.3.9 ¿Si la respuesta anterior es positiva, indique que tipo de negocio o empresa es? ...	54
7.3.10 ¿Si su presuesta es negativa, le gustaria en estas capacitaciones desarrollar sus ideas de negocios?.....	54
7.3.11 ¿En que área le gustaria recibir capacitación?	55
7.4 SYLLABUS	56
7.5 Trabajo de Campo.....	643
7.5.1 Bienvenida	64
7.5.2 Desarrollo de las clases	65

7.5.2.1 Clase de Contabilidad No. 2 y 3	65
7.5.2.2 Clase de Administración No. 2	65
7.5.2.3 Clase de Administración No. 3	65
7.5.2.4 Clase de Contabilidad No. 4 y 5	65
7.5.2.5 Clase de Administración No. 4 y 5	65
7.5.2.6 Clase de Contabilidad No. 6	65
7.5.2.6 Clase de Administración No. 6	60
7.5.2.8 Clase de Contabilidad No. 6	61
7.5.2.9 Clase de Administración No. 6	62
7.5.3.0 Clase de Contabilidad No. 8	63
7.5.3.1 Clase de Administración No. 8	64
7.5.3.2 Clase de Administración y Contabilidad No. 9.....	65
7.5.3.3 Clase de Contabilidad No. 10	66
7.5.3.4 Clase de Administración No. 10	66
7.5.3.5 Clase de Contabilidad No. 11	68
7.5.3.6 Clase de Administración No. 11 y 12	69
7.5.3.6 Clase de Contabilidad No. 12 y 13	80
7.5.3.8 Clase de Administración No. 13	81

7.5.3.9 Muestra Empresarial Sesquilé.....	82
7.5.3.10 Grados	83
8. RESULTADOS	85
8.1 Resumen Ejecutivo	85
8.1.1 Resumen ejecutivo Chocolat and Dessert.....	85
8.1.2 Resumen ejecutivo Healthy Cakes.....	86
8.1.3 Resumen ejecutivo Egg Company	87
8.1.4 Resumen ejecutivo La Casa de las empanadas	87
8.2 Evaluación de las capacitaciones realizadas	886
CONCLUSIONES.....	8989
RECOMENDACIONES	911
BIBLIOGRAFIA.....	93

Lista De Imágenes

Imagen 1- Iglesia de Sesquilé	6
Imagen 2- Escudo de Sesquilé	11
Imagen 3- Bandera de Sesquilé.....	12
Imagen 4. Gráfica de Costos Fijos	28
Imagen 5. Gráfica de Costos Variables.....	29
Imagen 6. Gráfica de Costos variables.....	29
Imagen 6. Asistencia Académica	43
Imagen 8. Syllabus Desarrollado	58
Imagen 9. Grados de los Estudiantes de Sesquilé	84
Imagen 11. Encuesta realizada al finalizar las Capacitaciones (Carolina).....	88
Imagen 12. Encuesta realizada al finalizar las Capacitaciones (Yiseth)	89

Lista De Tablas

Tabla 1. FODA.....	19
Tabla 2. Matriz FODA.....	19
Tabla 3. Resultado Encuesta- ¿Estado Civil?	44
Tabla 4. Resultado Encuesta -¿Tiene Hijos?	45
Tabla 5. Resultado Encuesta - ¿Cuál Es Su Grado De Escolaridad?.....	46
Tabla 6. Resultado Encuesta - ¿El Lugar Que Habita Actualmente, Es?	47
Tabla 6. Resultado Encuesta - ¿Ocupación O Actividad Económica?	49
Tabla 8. Resultado Encuesta ¿Cuál De Los Siguietes Rangos, Se Aproxima A Sus Ingresos? .51	
Tabla 9. Resultado Encuesta ¿Cuál De Los Siguietes Rangos, Se Aproxima A Sus Gastos Mensuales?.....	52
Tabla 10. Resultado Encuesta ¿Posee Algún Tipo De Negocio O Empresa?	54
Tabla 11. Resultado Encuesta - ¿ Si Su Respuesta Es Negativa, Le Gustaria En Estas Capacitaciones Desarrollar Sus Ideas De Negocio?	55
Tabla 12. Resultado Encuesta - ¿En Que Área Le Gustaria Recibir Capacitación?.....	56
Tabla 13. Clase 1 De Bienvenida.....	65
Tabla 14. Clase 2 Y 3 De Contabilidad	66
Tabla 15. Clase 2 De Administración.....	67
Tabla 16. Clase 3 De Administración.....	68
Tabla 16. Clase 4 Y 5 De Contabilidad	69

Tabla 18. Clase 4 Y 5 De Administración	70
Tabla 19. Clase 6 De Contabilidad	70
Tabla 20. Clase 6 De Administración.....	72
Tabla 21. Clase 6 De Contabilidad	73
Tabla 22. Clase 6 De Administración.....	74
Tabla 23. Clase 8 De Contabilidad	75
Tabla 24. Clase 8 De Administración.....	76
Tabla 25. Clase 9 Administración Y Contabilidad	77
Tabla 26. Clase 10 De Contabilidad	78
Tabla 26. Clase 10 De Administración.....	78
Tabla 28. Clase 11 De Contabilidad	80
Tabla 29. Clase 11 Y 12 De Administración	81
Tabla 30. Clase 12 Y 13 De Contabilidad	82
Tabla 31. Clase 13 De Adminsitación.....	83
Tabla 32. Clase 14 Muestra Empresarial	84

Lista De Anexos

Anexo 1. Encuesta Realizada A Los Integrantes Del Grupo41

Lista De Graficas

Grafica 1. Resultado Encuesta ¿Estado Civil?.....	44
Grafica 2. Resultado Encuesta -¿Tiene Hijos?	45
Grafica 3. Resultado Encuesta - ¿Cuál Es Su Grado De Escolaridad?.....	47
Grafica 4. Resultado Encuesta - ¿El Lugar Que Habita Actualmente, Es?	48
Grafica 5. Resultado Encuesta - ¿Ocupación O Actividad Económica?	50
Grafica 6. Resultado Encuesta ¿Cuál De Los Siguietes Rangos, Se Aproxima A Sus Ingresos?	51
Grafica 6. ¿Cuál De Los Siguietes Rangos, Se Aproxima A Sus Gastos Mensuales?	53
Grafica 8. Resultado Encuesta ¿Posee Algún Tipo De Negocio O Empresa?.....	54
Grafica 9. Resultado Encuesta - ¿ Si Su Respuesta Es Negativa, Le Gustaria En Estas Capacitaciones Desarrollar Sus Ideas De Negocio?	56
Grafica 10. Resultado Encuesta - ¿En Que Área Le Gustaria Recibir Capacitación?	57

Resumen

El proyecto nace a través de la Universidad de la Salle como opción de grado, la cual se llama Proyección social que hace parte de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, y tiene como finalidad capacitar a un grupo de mujeres integrantes de la Fundación Red de Mujeres por la Paz “Ser Mujer” del municipio de Sesquilé, Cundinamarca en temas administrativos y contables.

Estas capacitaciones se dictaron durante 14 (catorce) clases en 4 meses, en las instalaciones del colegio principal del municipio de Sesquilé, Cundinamarca. Las capacitadoras fueron Martha Liliana Melo estudiante de Administración de empresas y Karen Sofía Leal Quiroga, estudiante de Contaduría Pública de la Universidad de La Salle.

Finalizadas las jornadas de formación en el Municipio de Sesquilé, las capacitadoras efectuaron una charla magistral que consolidó todos los temas vistos orientándolos hacia un enfoque macro y principal en la creación de proyectos, lo cual se materializó con el desarrollo de una muestra empresarial llevada a cabo en el parque principal del Municipio.

El éxito de la muestra empresarial de los estudiantes ameritó su reconocimiento con la entrega de un diploma de grado en el marco de un evento organizado en las instalaciones de la Universidad de la Salle sede Chapinero, donde contamos con el acompañamiento de los directivos de la Universidad, de la Fundación Mujeres por la Paz, el Banco de Alimentos, al igual que los profesores y tutores que nos guiaron durante el proyecto.

Introducción

El presente proyecto contiene la descripción detallada de las capacitaciones administrativas y contables a grupo de mujeres microempresarias del municipio de Sesquilé, que constituye en una gran experiencia de vida mediante la cual se logró brindar un aporte valioso al mejoramiento de la organización administrativa y contable de los proyectos que manejan las mujeres del Municipio y extenderlo como hábito de crecimiento a la vida cotidiana de la comunidad.

Consideramos que la elección de este Municipio para la elaboración de este proyecto, fue la más acertada en razón a las actividades económicas la cual vive esa jurisdicción, como la agricultura, ganadería, empresas floricultoras y explotación salina, que, si bien se evidenciaron empresas bien conformadas, también se evidenció pequeños grupos de ciudadanos queriendo emprender sus propios negocios, por lo que estas jornadas de capacitación llegaron en un momento coyuntural para muchas personas.

A partir de esto se brindaron capacitaciones de las áreas administrativas y contables, donde se evaluó los conocimientos de las mujeres que asistieron al programa de capacitación. La Universidad de la Salle pone a disposición para llevar a cabo el presente proyecto de las estudiantes Martha Liliana Melo Reyes y Karen Sofia Leal Quiroga de Administración de Empresas y Contaduría pública, dando gracias al Enfoque Formativo Lasallista (EFL) y el Proyecto Educativo Universitario Lasallista (PEUL), con el propósito de impartir las enseñanzas y enriquecer sus conocimientos buscando generar un impacto social que promueva la transformación y desarrollo integral de las personas, y de esta manera permitir el desarrollo de

proyectos innovadores de cada familia donde posean la capacidad de identificar, analizar y aplicar los conocimientos adquiridos.

A partir del objetivo principal se desarrolló un cronograma de clases donde se enfocó temas administrativos y contables como: historia de la administración, planeación estratégica, marketing, misión, visión, precio, plaza, benchmarking, investigación de mercados, entre otros, y desde al ámbito contable temas como: introducción a la contabilidad, elementos de los estados financieros, características de la información contable, costos fijos, costos variables, conceptos básicos de nómina y temas relacionados con la revisoría fiscal.

1. Planteamiento del Problema

Observando el plan de desarrollo 2016 – 2019 “Unidos por la reconstrucción de Sesquilé”, en el municipio el índice de pobreza multidimensional es mayor en el área rural, con un promedio del 45,1%, el área urbana el promedio es del 20,2%. Se estima que el 16,6% de personas dentro del municipio aun presentan necesidades básicas primarias sin satisfacer, condiciones educativas del hogar, condiciones de la niñez y juventud, trabajo, salud, servicios públicos domiciliarios y condiciones de la vivienda y 15 variables, determinadas por el DNP, que estima que hay mejores condiciones de vida en los habitantes del área urbana que los del área rural. (Sesquilé, Alcaldía Municipal de, 2017)

Otro variable que abordan en este plan de desarrollo, es la violencia de género, contra las mujeres, que constituye una violación a los derechos humanos y las libertades fundamentales, a que tenemos derecho todos los seres humanos. Esta violencia, limita total o parcialmente a la mujer en el reconocimiento, desempeño y realización como persona en un entorno social y personal. Donde uno de los objetivos desde el pasado plan de desarrollo era “Promover el respeto por los derechos y la dignidad de la mujer Sesquileña” y que sigue vigente en este nuevo plan, ya que se identificó que la tasa de analfabetismo en mayores de 15 años (2005) es del 4% y con este plan se espera que baje al 3,5%. Como lo está logrando, haciendo una atención focalizada a todos los cursos de vida de la población del municipio, para aprovechar el tiempo libre, crearon espacios y ambientes como ludotecas, actualmente el municipio cuenta con 2 de ellas. (Sesquilé, Alcaldía Municipal de, 2017)

La Fundación Red de mujeres por la paz “ Ser Mujer”, entidad sin ánimo de lucro, comenzó a trabajar con la población del municipio de Sesquilé, apoyándolos en diferentes labores para que

se desarrollen integralmente, dándole acceso a la canasta familiar a todas las familias con bajos niveles de recursos económicos, brindándoles actividades culturales y lúdicas para apoyar al plan del desarrollo de la alcaldía, como es el aprovechamientos del tiempo libre, implementando programas formales de formación académica, con acceso gratuito para todos los habitantes del municipio, tanto en el área urbana como la rural, esto en convenio con la Universidad de la Salle, quien coloca a estudiantes en proceso de grado a disposición de la población para capacitarlos en los programas de Administración de Empresas y Contabilidad.

Por todo lo anterior, comenzamos este proyecto con el objetivo de capacitar a un grupo de mujeres integrantes de la Fundación Ser Mujer de la zona urbana del municipio de Sesquilé, sobre fundamentos de Administración de empresas y Contabilidad, buscando expandir sus conocimientos y así lograr que cada uno identifique desde sus experiencias las oportunidades de negocio que pueden desarrollar.

1.1 Formulación del problema

¿Cómo generar y llevar a cabo un plan de capacitación para un grupo de mujeres integrantes de la Fundación Ser Mujer zona urbana del Municipio de Sesquilé, que les permita fortalecer y adquirir conocimientos básicos en emprendimiento desde Administración de Empresas y Contabilidad, que les soporte visualizar desde sus perspectivas, ideas de negocios rentables?

2. Diagnóstico

2.1 Macro Variables del Municipio de Sesquilé

Como actividad inicial los integrantes del equipo de trabajo proceden mediante diferentes fuentes a recopilar información del Municipio de Sesquilé y el impacto que tienen las macro variables biofísicas, socio-económicas, político-institucionales, y culturales en la población urbana del Municipio.

2.1.1 Características Biofísicas del Territorio. Sesquilé, es un municipio del departamento de Cundinamarca, ubicado en la provincia de Almeidas, su nombre significa “Boquerón de la Arroyada”, con una población total (2015) de 13.936 habitantes, ubicado a 45km al Noreste de Bogotá. Tiene una extensión total de 141 km², una altitud de 2.595 metros y su temperatura promedio es de 14°C, su gentilicio es “Sesquileño”. (Wikipedia, 2018)

2.1.2 Demografía. El municipio de Sesquilé cuenta 13.936 habitantes, de los cuales 6.933 (49,65%) son mujeres y 6.003 (50,25%) son hombres. La distribución por grupos etarios muestra que son los jóvenes (18-26 años) y adultos (26-59 años) los que representan la mayor parte de la población (6.880 habitantes), por lo que se puede hablar de una población en edad productiva, que genera un aumento en la demanda de educación superior y empleo.

Imagen 1- Iglesia de Sesquilé



2.1.3 Salud. Los Sesquileños, disponen de un Hospital, el “San Antonio de Sesquilé”, además cuenta con 16 instituciones educativas, localizadas estratégicamente en las veredas y en el área urbana de la población. (Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

2.1.4 Servicios Públicos. El manejo de los servicios públicos en el municipio de Sesquilé, está en manos de la Oficina de Servicios Públicos del Municipio de Sesquilé, creada por medio del Acuerdo No 60 de 1995.

Se observa que la zona urbana tiene cubrimiento aproximadamente del 100% de la población con acceso a los servicios. (Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

2.1.4.1 Acueducto. Según los datos existentes en Servicios Públicos existen 808 usuarios del servicio. Si se tiene en cuenta la información del SISBEN, 448 usuarios corresponden a la zona urbana y 360 corresponden a las áreas rurales aledañas al perímetro urbano actual. (Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

2.1.4.2 Energía. El 93% del área rural, tiene servicio de energía eléctrica, y en el sector urbano el 100% cuenta con el servicio (Fuente SISBEN).

2.1.5 Recursos Minerales. La explotación de la sal de mesa, tiene arraigo histórico en el municipio desde la conquista, la Colonia y durante la República fue datada la mina de sal de la localidad, la cual ha sido administrada en los últimos tiempos por el Banco de la República. El

municipio en la actualidad cuenta con una empresa que explota sal en la vereda Salinas.

(Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

2.1.6 Infraestructura Vial. Se encuentra que aproximadamente el 100% de las vías del casco urbano se encuentran pavimentadas, a excepción de algunos tramos.

En general en el sector rural todas las vías están construidas en recebo, a las cuales se les realiza mantenimiento cada año.

Se presenta un buen servicio de transporte intermunicipal, el cual es prestado por la Flota Águila, Valle de Tenza y Los Comuneros. El servicio se presta cada cuarto de hora entre semana y los fines de semana. En las mañanas el servicio es más seguido para mejorar el transporte de los estudiantes. A nivel municipal se cuenta con la Cooperativa de Transportes Transcovadonga, que presta sus servicios a diferentes veredas como son Nescuatá, Boitá, La Playa, El Hato y al casco urbano; pero es necesario hacer revisión del estado del parque automotor existente, para garantizar la seguridad de los pasajeros y del cumplimiento a los horarios en que deben prestar sus servicios. (Unidad, Trabajo y Progreso por Sesquile, s.f.)

2.2 Características Geográficas

2.2.1 Descripción Física. Sesquilé cuenta con un variado y extenso territorio de planicie que lo compone el área longitudinal del Embalse de Tominé en las veredas de Gobernador San José y Chaleche, son áreas que en el pasado se explotaron en la agricultura antes de la construcción de la represa, hoy son dedicadas en su gran mayoría a fincas de recreo. Existen zonas montañosas

en la parte alta del Municipio (veredas el Hato, Ranchería, Tierra Negra y Espigas) que son explotadas en agricultura (cultivo de papa) y ganadería especialmente. El área noroccidental es donde se concentra la mayor actividad agro industrial del municipio (veredas Boitá, Nescuatá y Boitivá), zonas de planicie y ligeramente quebradas que han dado auge a la mayor expansión de población a nivel rural, los cultivos de flores y producción lechera en haciendas de gran extensión. (Alcaldía municipal de Sesquile en Cundinamarca, 2017)

2.2.1.1 Límites. El municipio de Sesquilé, al sur limita con Guatavita, al norte con Chocontá y Suesca, al oriente con Machete y al occidente con Gachancipá. (Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

2.2.2 Socioeconómicas. Según la información del SISBEN, se puede establecer que dentro del Municipio se tiene un 26,8% de la población sin ninguna actividad económica y tan solo la cuarta parte de la población tiene trabajo, por lo que se requiere establecer estrategias que generen empleo a los habitantes.

Económicamente este municipio vive de la agricultura, ganadería y empresas floricultoras y explotación salina. La ganadería; producción de leche y los derivados lácteos se procesan en diversas industrias. Municipio de vocación agrícola y ganadera

En la actualidad con la ayuda del Sena y la alcaldía de Sesquilé en conjunto con el consejo, están capacitando a los habitantes del pueblo y del área rural en la preparación y mantenimiento de huertos, en ellos están cultivando hortalizas y vegetales, otras familias están incursionando en

los gallineros caseros, donde pueden mantenerse de ellas, vender sus huevos, lo cual ayuda a aumentar sus ingresos.

2.2.3 Político Institucionales. Municipio de Sesquilé la constituye tres órganos de control que son la Personería, Contraloría y Procuraduría.

- La personería a cargo de la Dra. Aida Yurani Chavarro Salazar, tiene como misión promover, divulgar, actúa como garante defensora de los derechos humanos y de los intereses de la ciudad. Como visión será una institución solidaria, eficiente, eficaz y comprometida con la moralidad administrativa, la paz y la reconciliación.
- La contraloría departamental como organismo que lleva a cabo el control fiscal, en las partes distritales y municipales.
- La procuraduría Regional es la entidad que representa a los ciudadanos ante el estado, por otra parte, la procuraduría vigila el actuar de los servidores públicos y advierte cualquier hecho que pueda ser violatorio ante las normas vigentes.

Otras entidades que actúan en el municipio de Sesquilé son el concejo Municipal, entidades descentralizadas (empresa de servicios públicos, Junta de acción comunal e Instituto de deporte y recreación), instituciones de educación (I.E.D Carlos Abondano, I.E.D Méndez rozo y I.E.D Nescuatá) y cuenta con una institución de salud E.S.E Hospital San Antonio Sesquilé.

Sesquilé cuenta con un Plan de Acción territorial en atención a las víctimas del conflicto armado del Municipio de Sesquilé, es una herramienta de planeación con la que cuentan las entidades territoriales y por la cual se dictan medidas de atención, asistencia, y reparación integral de las víctimas del conflicto armado interno, la cual se creó mediante el decreto 056 de julio 11 de 2011.

El marco jurídico que rige en Sesquilé, son:

- Decreto 051, 056 y 062 de 2013
- Ley 489 de 1998
- Ley 962 de 2005
- Resolución 428 y 446 de 2013

(Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

2.3 Símbolos Culturales

Los símbolos que representan a Sesquilé son los siguientes:

2.3.1 Escudo

Imagen 2- Escudo de Sesquilé



Fuente: (Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

De forma redonda la cual así se dividían los muiscas la laguna, para hallar su centro, También representan el día y la noche, los astros adorados por los aborígenes, diseños tomados de adornos de los tunjos. La punta del escudo trae campo blanco con cuatro figuras de oro en faja: un libro abierto, una mazorca de maíz abierta, una cabeza de vacuno y un par de zapapicos cruzados en honor al trabajo y la riqueza agrícola de su tierra.

2.3.2 Bandera.

Imagen 3- Bandera de Sesquilé



Fuente: (Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

Conformada por tres colores, el color verde significa el agua de la laguna del cacique Guatavita y el verde del campo y cultivos, el dorado representa la leyenda del dorado y los rituales Muiscas y el blanco representa la riqueza salinera antiguamente explotada en el municipio.

El municipio de Sesquilé También cuenta con un Himno, el Autor es Raúl Rosero Polo.

Por otro lado, se realizan varios eventos en este municipio uno de ellos son las vacaciones recreativas para niño y niñas, día de la niñez, se encuentra la escuela de formación de música, la biblioteca municipal, escuela de formación de danzas y la escuela de formación de artes visuales.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Desarrollar un programa de capacitación administrativa y contable, para un grupo de mujeres integrantes de la fundación Red de Mujeres por la Paz zona urbana del Municipio de Sesquilé, para que desarrollen ideas de negocio rentables, fundamentadas en la Administración de Empresas y Contaduría Pública, que les ofrezca un bienestar económico familiar y municipal.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico DOFA, al grupo de mujeres integrantes de la fundación Ser Mujer zona urbana del Municipio de Sesquilé.
- Delinear e implementar un programa de capacitación para las mujeres integrantes de la fundación Ser Mujer basado en las teorías Administrativas y contables.
- Identificar y desarrollar las ideas de negocios, que las mujeres integrantes de la fundación Ser Mujer elijan como su proyecto de desarrollo económico familiar y municipal.
- Realizar una muestra empresarial en el parque principal del Municipio de Sesquilé, por las mujeres integrantes de la fundación Ser Mujer zona urbana del

Municipio, donde se evidencie y evalúe la aplicación del conocimiento adquirido en transcurso de las capacitaciones.

4. Marco Metodológico

4.1 Diseño Metodológico

4.1.1 Tipo de Investigación. Las capacitaciones se desarrollaron empleando la investigación acción participativa, como metodología de mediación e integración socio-comunitaria, para lo cual se utilizó de forma práctica su proceso secuencial “conocer- actuar- transformar” de manera que los integrantes del grupo percibieron los temas de forma fácil, comprensible y así se lograron los objetivos del proyecto, es decir la creación y desarrollo de sus propias ideas de negocio, coherente a cada actividad productiva.

Este modelo de investigación permitió identificar los conocimientos empíricos con que contaba cada integrante del grupo, y cohesionarlos a los temas trabajados en las capacitaciones, en donde se enfatizó en cómo las teorías de los autores y sus experiencias contribuirían en sus procesos de transformación para el mejoramiento continuo de sus acciones, y su calidad de vida.

4.1.2 Antecedentes De La Investigación Acción – Participativa. Las raíces de la investigación acción participativa (IAP) se encuentran en el pensamiento de Kurt Lewin (1946), que propuso acercarse teórica y metodológicamente a los problemas significativos de la vida

cotidiana e involucrar al investigador como agente de cambio. (Icart Isern, Pulpon Segura, Garrido Aguilar, & Delgado-Hito)

Este método como se menciona surgió para un cambio en la sociedad desde las tres perspectivas que son la investigación, la acción y una participación, se habla de la comunidad como un sujeto activo que se involucra en estas etapas para que se conozca y transforme su propia realidad. Como se menciona “el sociólogo Colombiano Orlando Fals Borda dio su primera conferencia en Cartagena, Colombia en 1966. Basándose en una investigación de grupos campesinos de Boyacá y otros grupos desatendidos, Fals Borda hace un llamado al componente de "la acción comunitaria" para que sea incorporada en los planes de investigación de investigadores tradicionales entrenados. Sus recomendaciones a los investigadores comprometidos a la lucha por la justicia y una mejor democracia en todas las esferas, incluyendo al negocio de la ciencia.” (Revista Colombiana de Sociología, s.f.)

4.1.3 Investigación Acción Participativa. La IAP se ha desarrollado bajo las premisas de que las personas son capaces de aprender, cambiar y transformar su mundo y que para ello es necesario una participación activa de estas personas en el proceso de investigación. (Icart Isern, Pulpon Segura, Garrido Aguilar, & Delgado-Hito)

Desde la teoría, se puede decir que la finalidad de la IAP es;

- Hacer que la comunidad identifique su realidad, sus deseos y necesidades y los factores que las condicionan. Encontrar sus potencialidades y la de los demás para ocuparnos de ellas.

- Proporcionarle opciones, capacidades y habilidades para que tomen la mejor decisión al satisfacer sus necesidades.
- Conseguir que la comunidad se comprometa con la puesta en marcha de su acción transformadora.

Así mismo, en el proyecto realizado en el del municipio de Sesquilé, se fundamentó en las madres cabeza de familia, en las pocas oportunidades que tienen en el municipio para el desarrollo social, personal, y productivo de su población, para capacitarse, trabajar y tener más opciones que conozcan y mejoren su calidad de vida. Las charlas sostenidas con el grupo nos permitió conocer la posición del municipio en el desarrollo socio - cultural y empresarial de los habitantes de Sesquilé, esto nos brindó la oportunidad de afianzar la relación aprendiz y capacitador, importante para que fluyan las ideas y la libertad de expresión, sobre todo de parte de los aprendices, que pierdan el miedo de exponer sus ideas, que en muchos casos puede ser muy parecida a la de otro integrante y así formar grupos de trabajo enfocados en el mismo objetivo de crecimiento.

Se realizó una mesa redonda, donde cada participante nos mencionó que hacían para conseguir su sustento diario, algunas ya tenían su método de subsistencia familiar, otras se encontraban estudiando en el colegio o trabajando en fincas lecheras, pero tenían ideas para comenzar sus proyectos, a partir de sus experiencias y con sus propios medios en busca de tener un bienestar familiar económico estable, que ayude a otras personas de su municipio.

Y como la Investigación acción participativa es transformar la realidad de las personas a partir de sus propios recursos hacia el mejoramiento de su condición de vida. Los capacitadores de la universidad de la Salle, asumimos el reto de poder transformar la realidad de ellos a partir de sus

propios recursos identificando las falencias que tenían en fundamentos administrativos y contables para saber qué temas eran necesarios y comenzar con sus proyectos de emprendimiento.

Se inició generando un conocimiento propio de los participantes, para que se les hiciera fácil facilitar sus herramientas, una vez ese conocimiento previo se dio lugar al proceso de una estrategia de acción para el cambio (herramientas como la leche, huevos, queso entre otras), una vez se conecta el conocimiento con las estrategias y se da lugar a la transformación como la muestra empresarial, donde se dio a conocer los productos que ellos pueden lograr con las herramientas que ellos mismos tienen (arroz con leche, empanadas, masato, postres entre otras).

4.1.3.1 Población Acción Participativa. Habitantes de la vereda Boitá y del perímetro urbano del municipio de Sesquilé, entre los 14 y 45 años, la mayoría madres cabeza de familia, integrantes de la fundación corporación red de mujeres por la paz y los derechos humanos “Ser Mujer”, que realiza programas de capacitación en el municipio. (Alcaldía de Sesquile - Cundinamarca, 2017)

4.2 Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

La técnica de recolección de información que se utilizó fue la observación participante, ya que hace que interactuemos con las personas y sus actividades.

La observación participante “entraña acercarse a las personas y hacer que se sientan suficientemente cómodas en presencia de uno para que sea posible observar y registrar información acerca de sus vidas”. (R. Ulin, T. Robinson, & E. Tolley, 2006)

Se dio inicio, con una visita informal, gracias a la convocatoria que la Fundación “*Ser Mujer*”, la alcaldía del Municipio de Sesquilé y el Director del Programa de Proyección Social, el profesor Dagoberto Castillo, realizaron a todo el municipio para hacer parte de las capacitaciones en fundamentos contables y administrativos, a la que asistió un gran número de interesados, los cuales se distribuyeron en igual número de participantes por salón, constituyéndose en el primer acercamiento con la población.

Se realizó la presentación de los capacitadores, acto seguido se efectuó una introducción general del proyecto, se les hizo un llamado para convocar a más personas que desearan participar en las capacitaciones, a fin de dar mayor cobertura a esta gran oportunidad de aprendizaje, llegando a contar un grupo de 21 personas, a quienes se les efectuó una encuesta diagnóstica, donde se determinó la edad, estado civil, el nivel de escolaridad, ingreso promedio de cada familia, su ocupación y que esperaban de las capacitaciones. Con esta nueva información se reorganizaron los temas y actividades a desarrollar en nuestro trabajo de campo.

5. FODA

5.1 Análisis del Entorno

TABLA 1. FODA

FODA				
PRIORIDAD	FORTALEZA	OPORTUNIDAD	DEBILIDAD	AMENAZAS
1	Interes de aprender	Compartir nuestros conocimientos con personas que por sus medios no pueden ingresar a la universidad	La diferencia de edad, de los integrantes del grupo	Algunos estan solo por la bolsa alimentaria
2	Las instalaciones donde se dan las clases	Se lleva el portatil para las presentaciones.	No hay medios tecnologicos necesarios (video beam)	El indice de decersión
3	El apoyo de la corporacion Ser Mujer	Por medio del programa, ellas logren proyectos sostenibles	Costos del proyecto a desarrollar	La combinaciòn de politica con el programa

Fuente. Elaboración propia Martha Liliana Melo y Karen Sofía Leal

5.2 Matriz FODA

Tabla 2. Matriz FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1	D1
	F2	D2
	F3	D3
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1	Preparar con antelacion los temas a tratar, para poder solucionar las preguntas y asi generar credibilidad.	Realizar actividades donde se involucren y hablen todos los integrantes, desde las niñas de 12 años hasta los mayores de edad.
O2	Aprovechar los contactos politicas para el prestamos del video beam	Realizar actividades, enfocadas en el tema y el plan de negocios
O3	Hablar con la señora Fanny, si la corporacion las puede seguir apoyando y que deben hacer para las personas que estan interesadas en seguir con sus proyectos empresariales sostenibles	Identificar los gastos y costos propios de los planes de negocios para plantear a la corporacion la idea, o futuras busquedas de inversion
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1	Dejar claridad que nosotros no estamos ligados a la bolsa de alimentos, sino que queremos acompañarlos en su crecimiento personal y empresarial	Aprovechar su asistencia para que ellos, se involucren en el programa y le cojan amor y deseos de seguir.
A2	Motivarlos a seguir estudiando en las mismas instalaciones donde sus hijos estudian.	Mostrar videos de motivacion, no solo del tema sino de superaciòn personal y empresarial
A3	Desde nuestras clases dejar claridad, que la corporacion, el banco de alimentos y la universidad, no tiene nada que ver con politicas, ni votos.	Beneficiarnos de la relacion actual que hay en el programa con el consejo del pueblo para el desarrollo de la muestra empresarial

Fuente. Elaboración propia Martha Liliana Melo y Karen Sofía Leal

5.3 Análisis Matriz DOFA

Luego de conocer las expectativas de los integrantes de la comunidad de Sesquilé Cundinamarca, en particular las 22 personas que integran el grupo con el que vamos a trabajar, conformado por;

- Cuatro (4) niñas cuyas edades oscilaban entre los 14 y 16 años, en la actualidad estudian en la escuela central del pueblo.
- Cinco (5) mujeres mayores de edad, madres cabeza de familia. Buscan el sustento para su familia del trabajo que ofrece la zona, como es; el ordeño de leche, la floricultura, el cultivo de huertas caceras, para luego vender a sus vecinas, parte de la cosecha. Otra integrante, tiene una miscelánea la cual quiere agrandar y por eso asiste a las capacitaciones, para ver que aportes puede tomar de las clases para poner en práctica en su negocio. El nivel de escolaridad no pasa de primaria, dos (2) de ellas llegaron a 5 de primaria.
- Los trece (13) restantes, son jóvenes entre los 18 y 24 años, en este grupo solo teníamos una joven, que labora con Postobon como ayudante de entregas en el carro de reparto del pueblo. Las demás señoritas, muy pocas trabajan o tienen posibilidades de seguir estudiando. Del grupo todas terminaron la secundaria, solo tres (3), han logrado aumentar sus conocimientos así; una joven hizo hasta segundo semestre de administración de empresas y hasta el momento no ha tenido los recursos para culminar los estudios secundarios, dos (2) jóvenes realizaron capacitaciones en el Sena como Auxiliar Contable. Las demás nos dicen que están esperando que el Sena o la Alcaldía vuelvan a ofrecer las capacitaciones en criadero de gallinas, cultivos de Hortalizas, manejo de

residuos, entre otros. Pues es la única forma que ellas tienen para adquirir conocimiento, pues por sus bajos recursos no pueden hacerlo de otra forma, al menos por el momento.

Lo relacionado anteriormente, corresponde al desafío que teníamos como capacitadores con el grupo, para motivarlas conseguir que todas llegaran hasta el final de las capacitaciones, porque la mayoría de las veces dicho por ellas mismas, comenzaban y no terminan las clases.

La falta de apoyo audio visual y el desplazamiento de los integrantes, fueron las complicaciones más importantes, porque el 95% del grupo viven en el perímetro rural en la vereda Boitá, que queda a la entrada del pueblo a 20 minutos caminando hacia la escuela. Pero a pesar de las dificultades que se nos presentaron, con la ayuda de Dios, el grupo termino con diez y siete (17) integrantes, graduadas en la Universidad la Salle sede Chapinero el día 10 de marzo del presente año, con la satisfacción del deber cumplido, porque la mayoría de los estudiantes aprovecharon los conocimientos compartidos con ellos tanto en Administración como en Contabilidad, esperamos que sigan adelante con sus proyectos no sólo empresariales, sino personales.

6. Marco Teórico

El objetivo social de este proyecto, es lograr que los integrantes del grupo de trabajo identifiquen con las bases teóricas de Administración de empresas y Contabilidad, que los ayuden a forjar junto con sus experiencias las oportunidades de negocio que pueden desarrollar.

Durante el desarrollo de las capacitaciones en el Municipio de Sesquilé, se desarrollaron cada uno de los puntos que a continuación se presentan, con lo cual se logró que los participantes del curso pudieran entender la importancia de la contabilidad en la organización económica de sus negocios, y su aplicabilidad extensiva a la economía de los hogares. Se logró que la comunidad obtuviera un mejor entendimiento de lo contable y administrativo, haciendo de las capacitaciones un verdadero ejercicio de aprendizaje útil para la comunidad que se vio reflejado en una muestra empresarial en el parque principal del Municipio.

En Colombia, según la Cámara de Comercio de Bogotá existen cinco (5) tipos de entidades in ánimo de lucro (Esal),

1. Asociaciones, corporaciones y fundaciones.
2. Entidades de economía solidaria,
3. Veedurías ciudadanas.
4. Entidades extranjeras de derecho privado sin ánimo de lucro con domicilio en el exterior.
5. Instituciones auxiliares del cooperativismo y organismos de segundo y tercer grado.

(Comercio, s.f.)

La alcaldía mayor de Bogotá, generó un directorio de Entidades, Asociaciones y Agremiaciones sin Ánimo de Lucro, donde consta que, al 13 de febrero de 2016, existían 14.134 entidades en Bogotá. (Bogotá, 2017)

A continuación, se relacionan de forma breve las bases teóricas de los temas en Administración de Empresas y Contabilidad que se desarrollaron en el transcurso de las capacitaciones para las mujeres integrantes de la Fundación Mujeres por la Paz zona urbana del municipio de Sesquilé.

6.1 Fundamentos de Contabilidad

6.1.1 Introducción a la Contabilidad. La contabilidad es una rama de la contaduría pública, se encarga de medir, analizar, cuantificar la información financiera de cualquier organización. La finalidad de la contabilidad es suministrar información clara y precisa sobre los resultados financieros obtenidos en cierto periodo de tiempo, la cual resulta de gran utilidad para la toma de decisiones de los stakeholders.

Los objetivos específicos de la contabilidad son:

- Clasificación de todas las operaciones de la empresa de forma clara y precisa.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas durante el periodo.
- Suministrar información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico.

Así mismo, como menciona el autor Joaquín Moreno Fernandez; La contabilidad es una técnica que produce sistemática y estructuralmente información cuantitativa expresada en unidades monetarias, sobre los eventos económicos identificables y cuantificables que realiza una entidad a través de un proceso de captación de las operaciones que cronológicamente mida, clasifique, registre y resuma con claridad. (Fernandez, 2006, pág. 1)

La contabilidad consiste en medir, describir e interpretar la actividad económica. Ya sea que esté preparando un presupuesto para el hogar, conciliando una cuenta bancaria, preparando una declaración de renta o dirigiendo una empresa (Robert F. Meigs, 1996, pág. 2), (...) el propósito fundamental de la contabilidad es proporcionar información financiera sobre un ente económico (Robert F. Meigs, 1996, pág. 3)

6.1.2 Estados Financieros. Para suministrar información sobre una entidad, se realiza a través de los estados financieros, las cuales se denominan según la NIC 1 “Presentación de Estados Financieros”:

1. Estado de situación financiera al final del periodo
2. Estado de resultados y otro resultado Integral del periodo
3. Estado de cambios en el patrimonio del periodo
4. Estado de Flujos de efectivo del periodo
5. Notas, que incluya un resumen de las políticas contables más significativas (Board, 2016, pág. 3)

La cual son un medio de comunicación entre los diferentes entes de control, detallando de forma ordenada los eventos financieros para proporcionar información útil, tanto interna como externa.

Donde “Cuya preparación y presentación es responsabilidad de los administradores del ente, son el medio principal para suministrar información contable a quienes no tienen acceso a los registros” (Nubia Velandia forero, 2015, pág. 3560). donde el objetivo principal de los estados financieros, es que la información sea útil y veraz para “Tomar decisiones de inversión o asignación de recursos a las entidades (...) evaluar la capacidad de la entidad para generar recursos o ingresos por sus actividades operativas” (Fernandez, 2006, pág. 66)

Los estados financieros tienen características las cuales hacen que la información sea útil para los stakeholders (proveedores, clientes, empleados, accionistas, entre otros) (...) las cuatro

características principales son: Comprensibilidad, Relevancia, Materialidad, Confiabilidad y Representación fiel (B., 2011, pág. 114)

6.1.2.1 Elementos de los Estados Financieros. Los estados financieros se componen de elementos los cuales el autor Velandia los describe así; “Son elementos de los estados financieros, los activos, los pasivos, el patrimonio, los ingresos, los costos, los gastos y las cuentas de orden (...) la sumatoria de los ingresos, los costos, los gastos, debidamente asociados, arroja el resultado del periodo ” (Nubia Velandia Forero, 2015, pág. 3596)

Por otro lado, llevar una buena contabilidad transparente y que sea confiable, es importante para los usuarios de la información tanto internos como externos. Como ejemplo podemos mostrar, que la información para un usuario interno como un accionista, es tan importante ya que ellos analizan el comportamiento de las cifras para ellos poder invertir en la empresa. Como lo menciona el autor Joaquín Fernández en su libro *Usuarios de los estados financieros* son: “los usuarios de los estados financieros pueden clasificarse en dos grupos, que son: a. Usuarios internos, como los accionistas, empleados y administradores. b. Usuarios externos, (...) proveedores, otros acreedores, clientes gobierno, cámaras y público en general. ” (Fernández, 2006, pág. 3)

Donde el autor Samuel Alberto Mantilla, los describe así: (...) Activo: Recursos controlados por la entidad como resultado de eventos pasados y de los cuales se espera que fluyan beneficios económicos futuros para la entidad; Pasivo: Obligaciones presentes de la entidad como resultado de eventos pasados, la liquidación de las cuales se espera que resulte una salida, de la entidad, de recursos que incorporan beneficios económicos futuros. Patrimonio: el interés residual en los

activos de la entidad, despues de deducir todos sus pasivos. (...) Ingresos: los incrementos en los beneficios economicos, ocurridos en el periodo contable, (...) Gastos: Disminuciones en los beneficios economicos, ocurridos durante el periodo contable. (B., 2011, pág. 115)

6.1.3 Características de la Información Contable. Todos los elementos descritos sirven para poder tener una informacion contable adecuada, reflejando informacion relevante y que presente fielmente los movimientos contables, asi como el autor Samuel Alberto Mantilla describe las características cualitativas fundamentales de la informacion:

Relevancia: la informacion financiera relevante es capaz de influir en las decisiones tomadas por lo usuarios, (...) la informacion es material o tiene importancia relativa si su omision o expresion inadecuada puede incluir en las decisiones que llevan a cabo lo usuarios. (Mantilla, 2013, pág. 14)

“Representación fiel: los informes financieros representan fenomenos economicos en palabras y numeros, para ser una representación fiel perfecta, una descripción tendría tres características: sería (1) completa; (2) neutral; y (3) libre de error.”. (Mantilla, 2013, pág. 15)

Asi como la informacion tiene características cualitativas fundamentales, tambien existen cuatro características de mejora: comparabilidad, verificabilidad, oportunidad y que la informacion sea comprensible. El autor Samuel Alberto Mantilla las describe de la siguiente forma.

Comparabilidad: (...) Por consiguiente, la información sobre la entidad que informa es más útil si puede ser comparada con información similar sobre otras entidades y con información similar sobre la misma entidad para otro período y otra fecha. (...) Verificabilidad: ayuda a asegurar a los usuarios que la información representa fielmente los fenómenos económicos que pretende representar. (...) Oportunidad: significa tener información disponible a tiempo para quienes toman decisiones, información que sea capaz de influir en sus decisiones. (...) Comprensibilidad: la clasificación, caracterización y presentación fiel de la información de forma clara y concisa la hace comprensible. (Mantilla, 2013, pág. 15)

6.1.4 Costos Fijos y Costos Variables. Para iniciar el tema de costos, se inició aclarando que es en generar los costos de una empresa.

Los costos es una rama de la contabilidad y trata de distribuir y reclasifica información útil para la entidad, así como lo dice el autor Carlos Augusto “Siendo una transacción contable de costos, la recopilación de los valores invertidos en una transacción económica, que tiene como finalidad producir beneficios a la organización” (Vasquez, 2014, pág. 21)

Otras definiciones o terminologías de los costos son: “Sacrificio de recursos que se asigna para lograr un objetivo específico. (...) por lo general se mide como la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir bienes o servicios” (Charles T. Horngren, 2012, pág. 26).

6.1.4.1 Costos Fijos. Por ende para poder crear empresa se necesita sacrificar de ciertos recursos que no se tenía pensado para poder lograr el objetivo que estamos buscando, saber clasificar bien los costos fijos, los costos variables y los costos totales, como lo define el autor Vasquez en su libro de contabilidad de costos I, habla de:

Los costos fijos “Son la inversion que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia su volumen de produccion”. (Vasquez, 2014, pág. 302)

Como ejemplo de los costos fijos pueden ser el arriendo, ya que si en un mes determinado se produce 1.000 cuadernos y al mes siguiente se producen 2.500 cuadernos el arriendo de la bodega va hacer el mismo.

Imagen 4. Gráfica de Costos Fijos

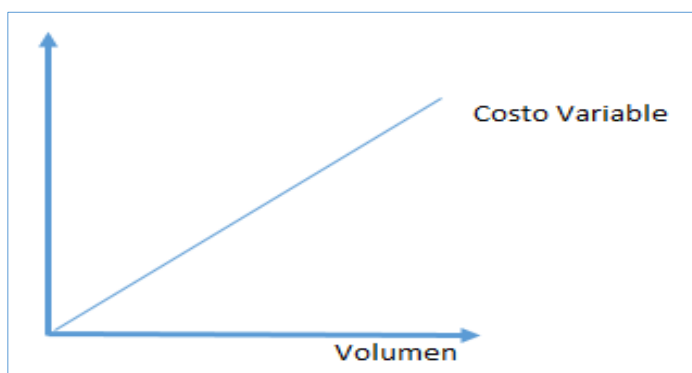


Fuente: (Vasquez, 2014, pág. 302)

6.1.4.2 Costos Variables. Los costos variables “varian directamente y proporcionalmente a los cambios en el volumen de produccion”. (Vasquez, 2014, pág. 302)

Como costo variable podemos dar el siguiente ejemplo; si Tomas Perez en enero vendio el 30% de su mercancia no se le daran comision por la venta, pero si en Marzo vendio el 95% de la mercancia se le daran una comision del 5% de la venta.

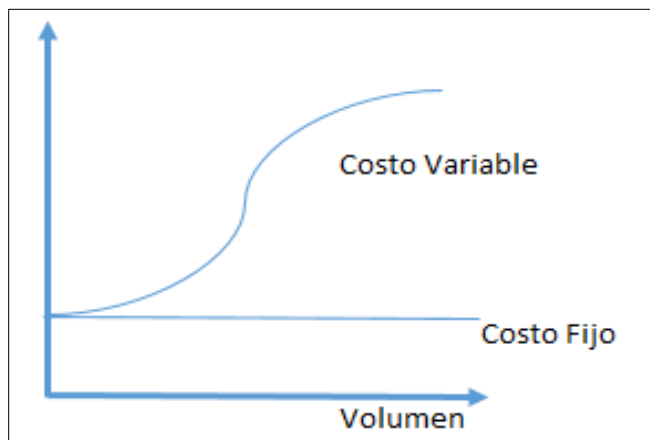
Imagen 5. Gráfica de Costos Variables



Fuente: (Vasquez, 2014, pág. 302)

6.1.4.3 Costos Totales. Para terminar el costo total es la sumatoria de los costos fijos y los costos variables, así como lo indica Tomas Pérez “Costos totales= Costos fijos+ Costos Variables” (Vasquez, 2014, pág. 303)

Imagen 6. Gráfica de Costos variables



Fuente: (Vasquez, 2014, pág. 303)

6.1.5 Conceptos básicos de Nómina: la nómina es el sistema mediante el cual utiliza la empresa para mantener un registro ordenado de los gastos que genera los empleados. La elaboración de la nómina incluye ciertos conceptos como salarios, deducciones, retenciones de ley, prestaciones sociales, bonificaciones, horas extras, entre otros, lo cual se requiere de una revisión detallada de las variaciones que se llevan.

La nómina es muy importante ya que se lleva un control en la contabilidad, y es toda la cantidad pagada a los empleados de una empresa durante un periodo determinado, ya sea mensual o quincenal. En la liquidación de la nómina se debe tener varios elementos importantes como lo menciona Hernando Díaz “salario por pagar, cesantías consolidadas, prima de servicios, vacaciones, indemnizaciones, entre otras” (Moreno, 2011, pág. 302)

6.1.6 Revisoría Fiscal. Se dio a conocer la importancia de la revisoría fiscal, ya que este órgano puede evaluar y supervisar el sistema de control interno de las entidades, para así minimizar el riesgo al que se encuentra expuesto. Así mismo, se dio la definición por parte del Concejo Técnico de la Contaduría Pública donde

La revisoría fiscal es un órgano de fiscalización que, en interés de la comunidad, bajo la dirección y responsabilidad del revisor fiscal y con sujeción a las normas de auditoría generalmente aceptadas, le corresponde dictaminar los estados financieros y revisar y evaluar sistemáticamente los componentes y elementos que

integran el control interno, en forma oportuna e independiente en los términos que le señala la ley, los estatutos y los pronunciamientos profesionales. (Publica, s.f., pág. 5)

De acuerdo a este órgano, existe la NIA “Norma Internacional de Auditoría”, la cual establece las reglas y da los criterios mínimos sobre los principios y objetivos generales que debe tener una auditoría sobre los estados financieros, como le define la página de AB Auditores “Las Normas Internacionales de Auditoría se deberán aplicar en las auditorías de los estados financieros. Las NIA contienen principios y procedimientos básicos y esenciales para el auditor. Estos deberán ser interpretados en el contexto de la aplicación en el momento de la auditoría” (Normas Internacionales de Auditoría, s.f.)

6.2 Fundamentos de Administración

6.2.1 Introducción a la Administración. Los seres humanos somos sociales por naturaleza, lo que implica que, de manera ordenada, debemos distribuir las funciones para suplir las necesidades crecientes del grupo y así lograr sobrevivir.

Este concepto se deriva de la siguiente premisa de autores contemporáneos; (Bateman & Snell, 1990, pág. 31) “Proceso de trabajar con las personas y con los recursos para alcanzar las metas de la organización”

Para la administración moderna la administración, es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos, para buscar un objetivo común.

(Chiavenato, 2004) La administración es “el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos, para lograr los objetivos organizacionales”

Miller, Roger, (1992) “La administración es una disciplina cuyo objetivo es analizar las decisiones que la empresa toma para enfrentarse a las exigencias dinámicas de su contexto, elaborar estrategias de acción, resistir a las tensiones internas y lograr altos niveles de eficiencia”

Para otros autores, la administración es; ciencia, arte y profesión. Es una ciencia, porque se plasma de manera científica que va cambiando con el tiempo. Es un arte, porque se requiere de habilidad y destreza y es una profesión, porque las dos anteriores combinadas con el conocimiento forman una profesión, para laborar de manera eficiente y eficaz y así garantizar el bienestar de la comunidad, apoyados en los recursos disponibles, tecnológicos, financieros, entre otros.

6.2.1.1 Historia de la administración. La historia de la administración es antigua y comienza desde que los seres humanos iniciamos a razonar, a tomar decisiones, formamos las primeras comunidades, se distribuyen tareas, realizan planes para alcanzar objetivos individuales y grupales.

Desde la época primitiva, nos organizábamos para satisfacer necesidades, como el alimento, la vivienda, el vestido y es desde allí que surge la necesidad de organizar, dirigir, controlar, surgiendo la evolución de la administración en sus diferentes contextos.

6.2.2 Planeación Estratégica. La planeación estratégica en la organización, comienza cuando se identifican la misión, la visión y los valores corporativos de la empresa. Estos deben ser alcanzables, flexibles y medibles.

6.2.2.1 Misión. La misión de la empresa debe responder al porque y para que se creó nuestra empresa. Cuál es su objetivo o razón de existir.

El libro Dirección estratégica (2008) define misión como “La misión expresa la razón de ser de la empresa y su objetivo primordial”.

6.2.2.2 Visión. Es el sueño, el objetivo a largo plazo que deseas alcanzar en tu empresa, el a dónde quieres estar y cómo quieres estar en un periodo de tiempo.

“La visión de una empresa es el resultado interactivo que un amplio conjunto de comportamientos produce en la mente del público”.

6.2.2.3 Valores. Son los principios, la mística, las cualidades o creencias que trasmite una empresa.

La planificación o planeación estratégica, es el proceso donde las organizaciones exponen su misión, visión, objetivos a largo plazo y los valores de las empresas. Analizan la situación interna y externa, realizan su FODA.

6.2.3 Marketing. El marketing, busca identificar y satisfacer los deseos y necesidades de los clientes.

(Kotler & Armstrong, 2003) “definimos marketing como un proceso social y administrativo por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros”.

La American Marketing Association, definió en 1985 el termino marketing con la siguiente frase: “Marketing es el proceso de planificar y ejecutar la concepción, el precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales”. (Association, 1988)

Para comprender el funcionamiento del marketing, debemos aclarar algunos conceptos:

6.2.3.1 Necesidad. Son carencias inherentes a los individuos, el marketing no las puede crear, estas pueden ser fisiológicas o biológicas.

“Carencia de un bien básico, tal como alimento, vestido, o necesidades más complejas, como la de pertenecer a un grupo”

6.2.3.2 Deseo. Es la carencia de algo específico que satisface las necesidades básicas.

“Es la forma concreta en la que se expresa la voluntad de satisfacer o cubrir una necesidad. A diferencia de la necesidad el deseo si depende tanto de las características de las personas como de la cultura del individuo”.

6.2.3.3 Demanda. Es la realidad de un deseo, condicionada por los recursos que se dispongan.
“Deseo de un producto específico apoyado por una capacidad adquisitiva”.

6.2.4 Marketing Mix. Son todas las actividades o estrategias que realizan las organizaciones para influir en los compradores al momento de tomar la de decisión de compra de un producto.

Estas estrategias deben tener en cuenta la mezcla de mercadotecnia, precio, plaza, producto y promoción, las 4Ps.

(Arellano Cueva, 1990) La mezcla de la mercadotecnia (marketing mix) “es la adecuación de los diversos aspectos que intervienen en la comercialización, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente de una manera coherente y ordenada”.

6.2.4.1 Precio. Es todo lo que el consumidor debe entregar para recibir los beneficios de poseer y usar el producto.

El libro Marketing Mix, conceptos, estrategias y aplicaciones (1991), define precio como; “Monto en dinero que están dispuestos a pagar los consumidores o usuarios para lograr el uso, posesión o consumo de un producto o servicios específicos”. (Marketing Mix, 1992)

6.2.4.2 Plaza. Son las actividades que hace la empresa para colocar el producto a disposición del cliente.

La organización debe tener unos adecuados y eficientes canales de distribución para tener su producto o servicio, siempre a disposición del comprador.

The American Marketing Association (1988), define el canal de distribución como “una red organizada de agencias e instituciones que, combinadas, llevan a cabo todas las actividades requeridas para conectar a los productores con los usuarios y así lograr el cometido comercial”.

Los canales de distribución están relacionados con la plaza, porque esta nos ayuda colocar el producto en conexión con el cliente, la forma en que llega al punto de venta o adquisición del servicio por parte del cliente.

6.2.4.3 Producto. Es cualquier cosa que un consumidor adquiera pueda adquirir para satisfacer una necesidad percibida, puede ser tangible o intangible.

(Keegan, 1997) “definiremos un producto, por lo tanto, como un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficios, al usuario o comprador.”

6.2.4.4 Promoción. La promoción incluye todas las actividades donde comunicamos los beneficios o ventajas del producto o servicio para que el comprador tome la decisión de adquirirlo.

Las comunicaciones del marketing incluyen; publicidad, equipo de vendedores, empaque, relaciones públicas y cualquier otra cosa, señal o actividades que la empresa proporcione de sí misma, del producto o marca.

El libro Marketing Mix, conceptos, estrategias y aplicaciones (1991), define comunicación, como; “Actividades que realizan las empresas mediante la emisión de mensajes que tienen como objetivo dar a conocer sus productos y servicios y sus ventajas competitivas con el fin de provocar la inducción de compra entre los consumidores o usuarios”.

6.2.5 El Benchmarking. El benchmarking, es una herramienta de análisis, nos sirve para analizar nuestra empresa, nuestros productos y servicio, desde el entorno interno, externo y

frente a los competidores del mercado, buscando estrategias eficaces que nos mantengan en la mejora continua en todos los procesos que realiza la empresa.

(50minutos.es, 2016) “El principal interés de un proceso como este es descubrir y estudiar en los mejores lo que se hace mejor en materia de producción, de entrega, de calidad, de elección de proveedores, etc. Para luego reflexionar en la forma de aplicarlo con la mayor eficacia posible en su propia organización”

6.2.5.1 Tipos de Benchmarking.

- **Benchmarking Interno.** Se realiza al interior de la empresa, para identificar entre los diferentes departamentos, cual realiza su labor de forma efectiva y eficiente para implementar en toda la empresa.
- **Benchmarking Externo.** Su objetivo es analizar la competencia, analiza el servicio que ofrecen sus competidores y las empresas de otros sectores líderes en el servicio o proceso que se busca mejorar.
- **Benchmarking Competitivo.** Como dice el título se realiza a partir de una empresa competidora, de la cual estudiamos sus estrategias, no solo para mejorar los productos, sino el proceso de producción, los costos y los tiempos de entrega, entre otros. Con el ánimo de acercarnos más a clientes potenciales y actuales.

- **Benchmarking Funcional.** “Se basa únicamente en los procedimientos de la empresa que, por su naturaleza genérica, son extrapolables a empresas de sectores a veces muy diferentes” (50minutos.es, 2016)

6.2.6 Investigación de mercados. La investigación de mercados, es una herramienta importante para las organizaciones, ya que gracias a esta obtienen información útil para tomar decisiones, de mejora, cambios u otras acciones que minimicen los riesgos del ejercicio y ser rentables en el tiempo. Además, ayuda a poner en práctica las ideas o estrategias que tomamos en el marketing, porque con la información que recolectamos con la investigación, sabemos si somos efectivos con las estrategias, hay que cambiar o implementar mejoras.

D. Bennett (1988), describió la investigación de mercados de la siguiente manera:

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño del marketing; y mejorar la comprensión del marketing como un proceso.

La investigación de mercados, es un flujo importante de información a la gerencia de Marketing, ya que cualquier investigación, requiere consultar los sistemas de información interna y externa.

Sistemas de información interna, identifica dentro de la empresa, que inconvenientes surgen o pueden surgir dentro de los diferentes departamentos de la empresa. Permite recopilar las transacciones, las actividades diarias, mensuales o futuras que debe controlar la empresa para lograr las metas establecidas por la empresa.

El libro investigación de mercados, Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing (2005), información interna se trata de la información generada por la propia empresa en su actividad diaria, prestando especial atención a situaciones especiales que han provocado cambios o fenómenos relevantes en el marketing contribuyendo al de los responsables y ampliando el conocimiento disponible.

Sistemas de información externa; como lo dice el enunciado, es toda información que se adquiere fuera de la empresa, con la competencia, a través de agencias o entidades privadas de investigación, al entorno nacional e internacional de nuestro producto o servicio, para ir a la vanguardia del mercado.

7. Encuesta

El trabajo de campo se desarrolló con la participación de las integrantes del grupo, ya que algunas nos sugirieron temas a profundizar en las clases, para ampliar sus conocimientos, ya que algunas del grupo tenían microempresas en marcha, otros porque estaban trabajando en alguna oficina o simplemente querían aprender como la administración y la contabilidad aportaba en su día a día, para manejar sus ingresos y apoyar a su familia con los proyectos que desarrollaron en las capacitaciones.

Para iniciar el trabajo de campo de manera efectiva, desarrollamos unas encuestas donde se quiera identificar las expectativas que tenían de las capacitaciones, que bases Administrativas y

contables deseaban los integrantes del grupo que les diéramos a conocer y lo más importante a quienes íbamos a tener como integrantes del grupo. Esta fue la encuesta realizada y los respectivos resultados obtenidos:

7.1 Desarrollo de la Encuesta

Anexo 1. Encuesta Realizada A Los Integrantes Del Grupo

FUNDACION RED DE MUJERES POR LA PAZ "SER MUJER"

ENCUESTA

Objetivo. Conocer las características familiares, sociales y económicas de los participantes al curso de capacitación "Formación Básica Empresarial y de Emprendimiento" del municipio de Sesquilé Cundinamarca.

Favor responda a las siguientes preguntas de manera sincera; esta información no se dará a conocer a ninguna persona o institución.

NOMBRE Y APELLIDO _____

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: _____

1. ¿ESTADO CIVIL?: SOLTERO(A) _____ CASADO(A) _____

UNION LIBRE _____ SEPARADO(A) _____

PADRE O MADRE CABEZA DE FAMILIA _____

2. ¿TIENE HIJOS?: SI _____ NO _____

3. ¿CUAL ES SU GRADO DE ESCOLARIDAD?:

PRIMARIA _____ SECUNDARIA _____

TECNICO _____ PROFESIONAL _____

4. ¿EL LUGAR QUE HABITA ACTUALMENTE, ES?

VIVIENDA PROPIA _____ VIVIENDA EN ARRIENDO _____

CASA FAMILIAR _____ OTRO, ¿cuál? _____

5. ¿OCUPACION O ACTIVIDAD ECONOMICA?:

INDEPENDIENTE _____ EMPLEADO _____

AMA DE CASA _____ ESTUDIANTE _____

6. ¿CUAL DE LOS SIGUIENTES RANGOS, SE APROXIMA A SUS INGRESOS?:

___ \$300.000 A \$500.000 MENSUALES ___ \$500.000 A \$700.000 MENSUALES

___ \$700.000 A 900.000 MENSUALES ___ MAS DE \$900.0000 MENSUALES

___ NO TIENE INGRESOS|

7. ¿CUAL, ¿DE LOS SIGUIENTES RANGOS, SE APROXIMA A SUS GASTOS MENSUALES?

___ ENTRE \$100.000 Y \$250.000 ___ ENTRE \$250.000 Y \$400.000

___ ENTRE \$400.000 Y \$550.000 ___ MAS DE \$550.000

8. ¿POSEE ALGUN TIPO DE NEGOCIO O EMPRESA?

SI _____ NO _____

9. ¿SI LA RESPUESTA ANTERIOR ES POSITIVA, INDIQUENOS QUE TIPO DE NEGOCIO O EMPRESA ES?

10. ¿SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA, ¿LE GUSTARIA EN ESTAS CAPACITACIONES, DESARROLLAR SU IDEAS DE NEGOCIO?

SI _____ NO _____

11. ¿EN QUE AREA LE GUSTARIA RECIBIR CAPACITACIÓN?

___ ADMINISTRACIÓN ___ MERCADEO

___ CONTABILIDAD ___ OTRO, ¿Cuál? _____

7.2 Tabulación Información Recolectada De La Encuesta

7.2.1 Población

Imagen 6. Asistencia Académica

				
PROGRAMA:		PROYECCION SOCIAL EN SESQUILE		
FECHA:				
CAPACITADORAS:		MARTHA LILIANA MELO	Administradora Pública	
		KAREN SOFIA LEAL	Contadora pública	
No.	No. De celular	No. De Identificacion	Nombre completo	Firma
1	3197414851	1071328018	Nury tatiana buitrago ruiz	
2	3213429283	1070304120	Luz magaly torres higuera	
3	3229240948	1062682884	Doris milena melo martinez	
4	3143206215	1070780394	Katerine calderon rivera	
5	3213739443	20923198	Maria cristina acevedo	
6	3115432419	1077144892	Luz amanda gil navarrete	
7	3105516996	52280789	Edith Jazmin Casilimas hernandez	
8	3203223091	1007688641	Carolina castiblanco	
9		1073252328	Erika estefania segura rubiano	
10	3203223091	1007688641	Yeimy Carolina castiblanco rojas	
11	3133568609	1030602816	Kely maritza gonzalez sanabria	
12	342782645	1073532105	Yeimy julieth gordillo bautista	
13	3015972473	1003587557	Andrea gomez rojas	
14	3123217654	1071328158	Maria luisa acevedo ochoa	
15	3008624169	1069717363	Luz angela gomez velandia	
16	3168378532	101000668	karen jimena	
17	3118204833	1071329024	Nayibi chaguala Morales	
18	3143255940	1071331572	Yiseth yojana villamil pedraza	
19	3213429283	1076736718	Luisa fernanda pedraza	
20	3115151209	20923368	Maria cristina morales	
21	3114990213	1069714554	Camila Parra daza	
22	3103450952	1003587822	Johan santiago Villamil Pedraza	
23	3125397706	1071318861	Wilmar Guillermo Chauta	
24	3212829485	1069717357	Daniela parra	

Fuente Propia. Tabla población estudio.

La población de estudio, son los integrantes del grupo 2 rural del municipio de Sesquilé, que con el apoyo de la Fundación de Mujeres por la Paz “Ser Mujer”, asistió a las capacitaciones de

Administración de empresas y contabilidad, con una intensidad horaria de 60 horas. El grupo inicial estaba conformado por 24 personas, sus edades oscilan entre los 14 y 46 años de edad.

7.3 Resultado Encuestas Aplicadas

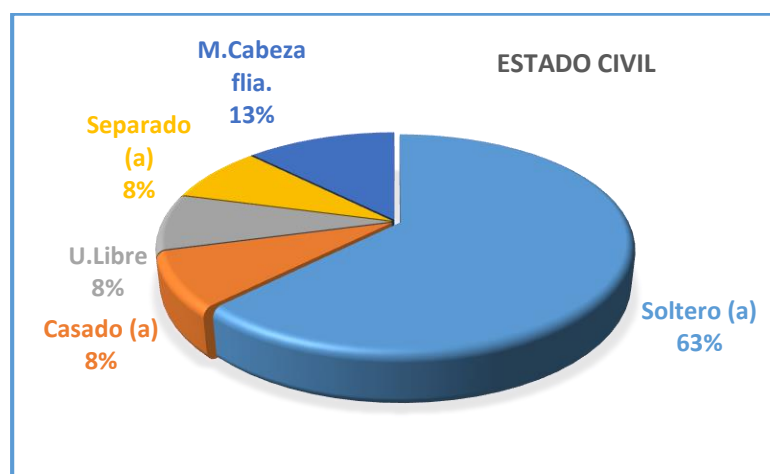
7.3.1 ¿Estado Civil?

Tabla 3. Resultado encuesta- ¿Estado Civil?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Soltero (a)	15	63
Casado (a)	2	8
U.Libre	2	8
Separado (a)	2	8
M.Cabeza flia.	3	13
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 1. Resultado Encuesta ¿Estado Civil?



Fuente propia

Como se observa en la grafica el 63% de los participantes son solteros, el 13% son madres cabeza de familia, un 8% son separados, otro 8% estan en union libre.

7.3.2 ¿Tiene Hijos?

Tabla 4. Resultado encuesta -¿Tiene hijos?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	9	38
No	15	63
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 2. Resultado encuesta -¿Tiene hijos?



Fuente propia

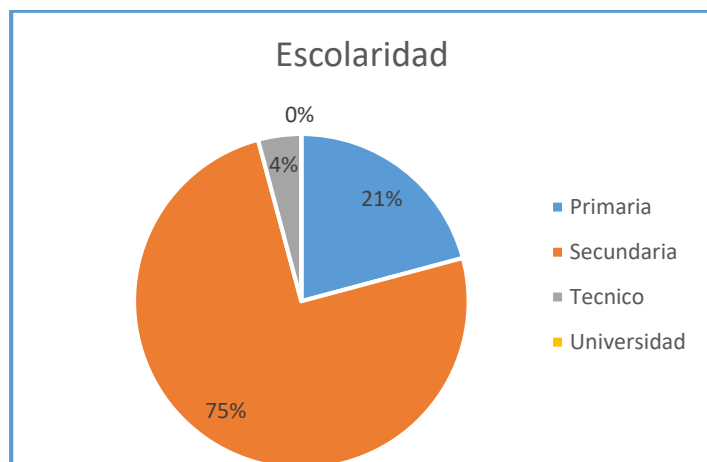
Como se evidencia en la grafica un menor porcentaje de los participantes, el 38% de ellos tiene hijos, lo cual concuerda con la respuesta a la pregunta anterior.

7.3.3 ¿Cuál Es Grado De Escolaridad?

Tabla 5. Resultado encuesta - ¿Cuál es su grado de escolaridad?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Primaria	5	21
Secundaria	18	65
Técnico	1	4
Universidad	0	0
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 3. Resultado encuesta - ¿Cuál es su grado de escolaridad?

Fuente propia

El resultado nos muestra que la mayoría de los participantes, un 65% estudiaron la secundaria o están terminándola, un porcentaje muy pequeño, el 4% está haciendo un técnico o lo comenzó al tiempo que las capacitaciones. Todas las integrantes del grupo tienen ideas muy emprendedoras, esto nos demuestra que las ganas, el entusiasmo y optimismo, hace que busquen superarse para tener una mejor calidad de vida.

7.3.4 ¿El lugar que habita actualmente, es?

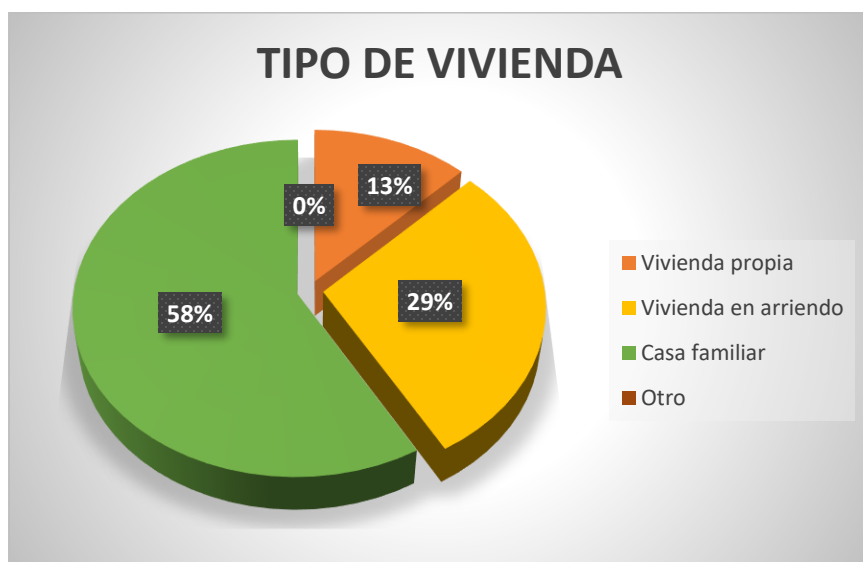
Tabla 6. Resultado encuesta - ¿El lugar que habita actualmente, es?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Vivienda propia	3	13

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Vivienda en arriendo	6	29
Casa familiar	14	58
Otro	0	0
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 4. Resultado encuesta - ¿El lugar que habita actualmente, es?



Fuente propia

El 58% de los participantes, vive en las casas con sus familias, como la mayoría son solteros aún viven con sus padres, como muestra la gráfica, un 29% vive en arriendo, sobre todo las personas que viven en la parte rural del municipio.

7.3.5 ¿Ocupación o actividad económica?

Tabla 6. Resultado encuesta - ¿Ocupación o actividad económica?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Independiente	2	8
Empleado	6	29
Ama de casa	6	25
Estudiante	9	38
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 5. Resultado encuesta - ¿Ocupación o actividad económica?



Fuente propia

La grafica nos indica que el 38% de los participantes encuestados son estudiantes, es por esto que ingresaron a las capacitaciones, para seguir adquiriendo conocimientos, que les ayuden a seguir creciendo en lo personal y mejorar día a día sus ingresos económicos. El 29% son empleados y el 25% son amas de casa, ambos grupos ingresaron a las capacitaciones porque buscan mejorar, otros desarrollar e implementar sus ideas de empresa y así convertirse en empresarios para aportar al desarrollo de su municipio. Al igual que los anteriores el 8% de participantes, ya tienen algún negocio y desean que los guiemos sobre cómo implementar en sus empresas los temas que veamos en clase. También, como indagar o a quienes acudir para estar actualizados en los cambios que la surgen en la administración y la contabilidad por las nuevas normas o nuevos mercados.

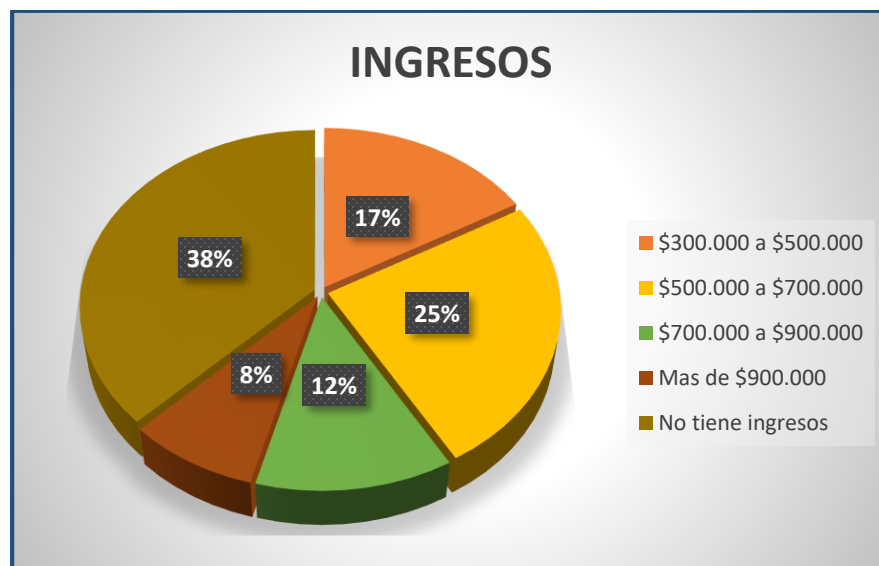
7.3.6 ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus ingresos?

Tabla 8. Resultado encuesta ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus ingresos?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$300.000 a \$500.000	4	16
\$500.000 a \$600.000	6	25
\$600.000 a \$900.000	3	13
Más de \$900.000	2	8
No tiene ingresos	9	38
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 6. Resultado encuesta ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus ingresos?



Fuente propia

La mayoría del grupo son estudiantes y como indica la gráfica el 38% no tiene ingresos muestra una concordancia con los datos suministrados en una pregunta anterior. El 25%, al igual que el indicador del 16% establecen que en el grupo, hay personas que sin ser empleados de alguna empresa, de manera independiente, tienen ingresos entre los rangos de \$300.000 a \$900.000. Son pocas las personas que tienen ingresos superiores a \$900.000, porque son muy pocas las ofertas de empleo que hay en el municipio, algunos viajan hasta Bogotá, todos los días para poder tener el sustento diario.

7.3.6 ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus gastos mensuales?

Tabla 9. Resultado encuesta ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus gastos mensuales?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
\$100.000 a \$250.000	14	58
\$250.000 a \$400.000	6	25
\$400.000 a \$550.000	4	16
Más de \$550.000	0	0
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 6. ¿Cuál de los siguientes rangos, se aproxima a sus gastos mensuales?



Fuente propia

El 58% de los integrantes del grupo, se encuentran en el rango de gastos que está entre los \$100.000 y \$250.000, seguido del 25% que se encuentra entre los \$250.000 y \$400.000 de los rangos de gastos, el 16% tiene gastos entre los \$400.000 y \$550.000, asumimos que son las personas que laboran y tienen que desplazarse a Bogotá para su trabajo y esto genera que el transporte aumente sus gastos mensuales.

7.3.8 ¿Posee algún tipo de negocio o empresa?

Tabla 10. Resultado encuesta ¿Posee algún tipo de negocio o empresa?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	4	16
No	20	83
TOTAL	24	100

Fuente propia

Grafica 8. Resultado encuesta ¿Posee algún tipo de negocio o empresa?

Fuente propia

Como anuncia la grafica el 83% de los participantes de las capacitaciones no tiene algun tipo de negocio o empresa, pero si tienen muchas ganas de emprender sus empresas, e 16% tiene algun tipo de negocio, entre estos encontramos, uno de venta de huevos, otra vende leche, otra vende hortalizas y otra hace bolsos con reciclaje de latas.

7.3.9 ¿Si la respuesta anterior es positiva, indiquenos que tipo de negocio o empresa es?

- ❖ Distribuidora de huevos criollos, lleva con esta empresa 2 años, cuanta con 50 gallinas ponedoras y tambien vende gallinas.

- ❖ Venta de hortalizas, con la ayuda de las capacitaciones por parte de la alcaldia, tiene un huerto, donde cultiva zanahoria y espinacas, las cuales vende a sus vecinas o intercambia con ellas.

- ❖ Venta de leche, en las mañanas ordeña y sale a vender la leche que recoge.

- ❖ Teje bolsos con las tapitas de las latas de gaseosa o cerveza, por ahora los vende entre amigos y familiares.

7.3.10 ¿ Si su respuesta es negativa, le gustaria en estas capacitaciones desarrollar sus ideas de negocio?

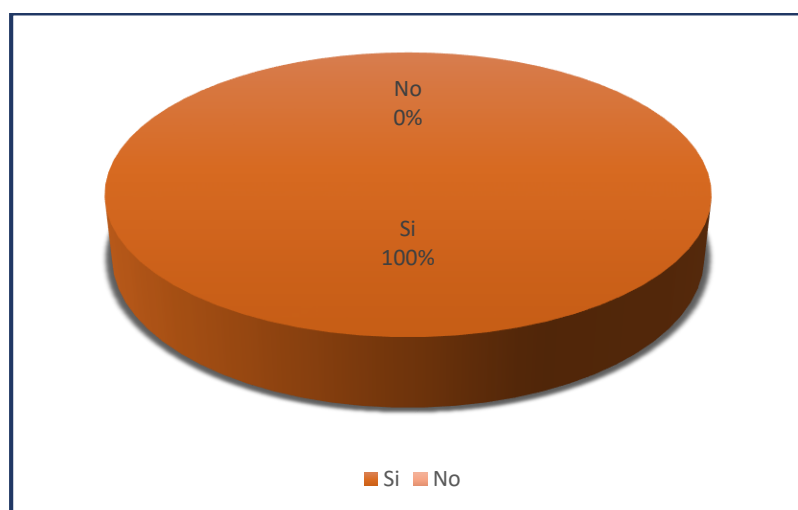
Tabla 11. Resultado encuesta - ¿ Si su respuesta es negativa, le gustaria en estas capacitaciones desarrollar sus ideas de negocio?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	24	100
No	0	0

TOTAL	24	100
--------------	----	-----

Fuente propia

Grafica 9. Resultado encuesta - ¿ Si su respuesta es negativa, le gustaria en estas capacitaciones desarrollar sus ideas de negocio?



Fuente propia

El 100% de los participantes de las capacitaciones, incluso los que ya tienen sus negocios desean desarrollar sus ideas empresariales o aumentar los conocimientos para ponerlos en practica en sus empresas y mejorar sus ingresos.

7.3.11 ¿En que área le gustaria recibir capacitación?

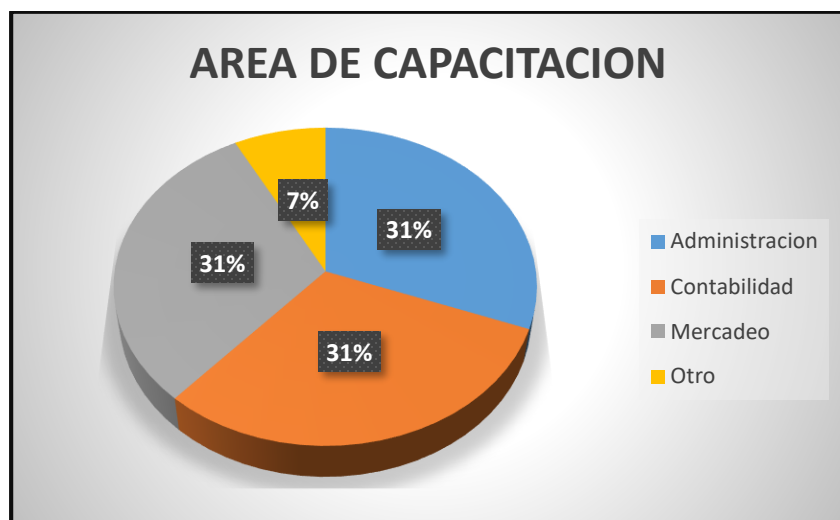
Tabla 12. Resultado encuesta - ¿En que área le gustaria recibir capacitación?

RESPUESTA	TOTAL

	CANTIDAD	PORCENTAJE
Administración	24	31
Contabilidad	24	31
Mercadeo	24	31
Otro	6	6
TOTAL	68	100

Fuente propia

Grafica 10. Resultado encuesta - ¿En que área le gustaria recibir capacitación?



Fuente Propia

En esta pregunta nos dieron por respuesta todas las opciones, todos señalaron que deseaban capacitarse en Administración, Contabilidad y Mercadeo por igual, además de los áreas

anteriores, les gustaria que les ofrecieran capacitaciones en bases de Financieras, para ellos complementarlo con la contabilidad.

Como conclusion de la informacion reunida en estas encuestas, nos permitimos decir que una de las problematicas que se avistan en el municipio atravez del grupo, son la falta de oportunidades para adquirir un buen empleo que les genere unos ingresos que les birnden una buena calidad de vida. Esto esta ocasionando que las personas en edad adulta busquen oportunidades trabajo en la capital o en otras ciudades grandes, para progresar como persona, como ser profesional y social, con un ingreso economico que les brinde esta seguridad.

Fundamentados en las encuestas y la problemática de los integrantes del grupo se construyo el syllabus que se enuncia a continuacion, donde relacionamos las bases de los temas a exponer en las 13 clases, que nos daran como resultado la exposicion de sus proyectos de enprendimiento en la muestra empresarial, para asi culminar con los grados que se llevaran a cabo en la universidad de la Salle sede Chapinero.

7.4 Syllabus

Hablando con los integrantes del grupo, la informacion que se recolectó de las encuestas que se realizaron y el fundamento de este proyecto, se llevo al siguiente plan de trabajo:

Imagen 8. Syllabus Desarrollado

EL SYLLABUS: CAPACITACIÓN EN CONCEPTOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABILIDAD	
Identificación del Espacio Académico	
Programa	Proyección Social
Unidad Académica	Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Nombre del Espacio Académico	Capacitación administrativa y contable
Periodo académico y Horario	Octubre 2016 a Enero 2018 / Horario Sábados 9am a 1pm
Nombre Capacitador(es)	Martha Liliana Melo Reyes y Karen Sofía Leal Quiroga

Sentido del espacio académico en coherencia con el Proyecto Educativo Universitario Lasallista (PEUL) y el Enfoque Formativo Lasallista (EFL)

El objetivo del este proyecto, es capacitar a las madres cabeza de familia y demás interesados en adquirir conocimientos básicos en administración de empresas y contabilidad, los cuales les darán fundamentos para su desarrollo social, personal, además de comprender las prácticas empresariales vigentes. De esta forma los integrantes podrán identificar las múltiples oportunidades que tienen para crear empresa o el aporte al mejoramiento para las pequeñas y medianas empresas ya están constituidas.

organización de contenidos para el desarrollo de los conocimientos

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

- Administración, definición, historia, conceptos de diferentes autores.
- Planeación estratégica. Importancia, misión, visión, valores,
- Marketing, definición, para que nos sirve.
- Definir conceptos, necesidad, deseo, demanda.
- Marketing Mix, definición, componentes, precio, plaza, producto, promoción.
- Ejercicios de 4Ps.
- Benchmarking, definición, características, componentes.
- Tipos de Benchmarking.
- Investigación de mercados, definición, para que sirve, ejercicio en clase.

CONTABILIDAD

- Contabilidad, definición, características, como surgió.
- Para qué sirve la contabilidad en nuestra vida diaria
- Cuál es la importancia de la contabilidad en las empresas
- Cuáles son los estados financieros
- Cuáles son las cuatro características principales de los estados financieros
- Cuáles son los elementos de los estados financieros y su significado
- Ejercicios básicos de la partida doble
- Repaso de los temas vistos
- que es la nómina, características
- Para qué sirve la nomina
- Como hallar el sueldo, auxilio de transporte, salud, pensión, entre otras.
- Ejercicio de una persona que labora los 30 días.
- Ejercicio de una persona que labora los 28 días.
- Ejercicio en el tablero.
- Que son los costos
- Que son los costos fijos y los costos variables
- Que son los costos totales
- Hallar los costos de cada proyecto
- Conceptos generales de Revisoría Fiscal
 - Muestra empresarial

Desde el trabajo presencial	Desde el trabajo independiente
<ul style="list-style-type: none"> • Talleres en grupo • Exposiciones • Mesa redonda • Participación en clase 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación del tema • Trabajo individual
Criterios, estrategias e instrumentos para la evaluación de conocimientos, habilidades y actitudes	
Criterios	Estrategias e instrumentos
<ul style="list-style-type: none"> • Videos • Talleres • Participación en clase • Quiz • Evaluación del tema 	<ul style="list-style-type: none"> • Libros • Páginas de Internet • Videos de YouTube
Fuentes principales de información:	
Referencia completa de las fuentes impresas o digitales que se utilizarán de manera concreta para el desarrollo del espacio académico	
<p>Chiavenato (2004). Introducción a la teoría general de la administración. 6ª Edición, Mc Graw Hill Interamericana</p>	

Kotler Philip, Armstrong Gary (2003) Fundamentos de Marketing. 6ª edición. Pearson

Educación

Arellano Cueva Rollando (2000) Marketing Enfoque América Latina. Mc Graw Hill. México

Nubia Velandia forero, E. R. (2015). NIF Basico, Grupos 2 y 3. En L. E. S.A, *NIF Basico, Grupos 2 y 3* (pág. 5123). Colombia: Enero 2015.

Robert F. Meigs, W. B. (1996). Contabilidad la base para decisiones comerciales. En Meigs, *Contabilidad la base para decisiones comerciales*. Bogota : 1996.

B., S. A. (2011). Estandares/ Normas Internacionales de Información financiera (IFRS/NIIF). En S. A. B., *Estandares/ Normas Internacionales de Información financiera (IFRS/NIIF)* (pág. 566). Bogotá: Bogota 2011.

Vasquez, C. A. (2014). Contabilidad de Costos I, componentes del costo. Con aproximaciones a las NIC 02 y NIIF 08. En C. A. Vasquez, *Contabilidad de Costos I, componentes del costo. Con aproximaciones a las NIC 02 y NIIF 08* (pág. 468). Ediciones de la u2014.

Charles T. Horngren, S. M. (2012). Contabilidad de costos un enfoque gerencial. En S. M.

Charles T. Horngren, *Contabilidad de costos un enfoque gerencial* (pág. 630). Mexico: Pearson educacion de mexico 2012.

Otras fuentes de información complementaria

D. Bennett Peter (1988) Dictionary of Marketing Terms (Chicago: American Marketing Association. Investigación de Mercados. Mac Graw Hill

Keegan Warren J. (1996) Marketign Global. 5a Edición. Prentice Hall. Madrid

El Marketing Mix, Conceptos, Estrategias y Aplicaciones (1992), Biblioteca de manuales prácticos de Marketing. Ediciones Díaz de Santos S.A.

Videos de YouTube

Datos capacitadores

Nombre: Martha Liliana Melo Reyes

Nombre: Karen Sofía Leal Quiroga

Correo electrónico: marthalilianamelo@hotmail.com

kleal12@unisalle.edu.co

Celular: 3103902603

Celular: 3229456819

7.5 Trabajo de Campo

7.5.1 Bienvenida

Tabla 13. Clase 1 de Bienvenida

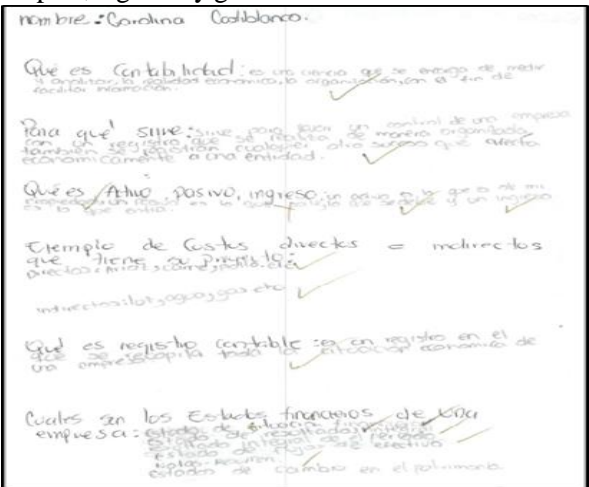
No. De Clases	Fecha																																																																																										
1	7 de octubre 2017																																																																																										
° Objetivo de la clase	Reconocimiento del lugar del trabajo y de las personas con el fin de identificar las necesidades importantes, y así poder brindarles nuestro conocimiento.																																																																																										
° Logros	Este día se realizó la presentación de la Administradora (Martha Liliana Melo) y la Contadora (Karen Sofia Leal) que les iba a dar la capacitación hacia las mujeres de la fundación.																																																																																										
° Actividad	Como la primera clase, se realizó una actividad de bienvenida y de integración y como evidencia quedo la lista de las personas que les interesó asistir a las capacitaciones dirigidas por parte de la Universidad de la Salle.																																																																																										
Evidencia	 <p>UNIVERSIDAD DE LASALLE</p> <p>PROGRAMA: PROYECCION SOCIAL EN SESQUILE FECHA: 3 DE FEBRERO 2017</p> <p>CAPACITADORAS: MARTHA LILIANA MELO Administradora Pública KAREN SOFIA LEAL Contadora pública</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>No. De celular</th> <th>No. De identificación</th> <th>Nombre completo</th> <th>Firma</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>3213429283</td><td>1070304120</td><td>Luz magaly torres higuera</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td>3229240948</td><td>1062682884</td><td>Doris milena melo martinez</td><td>Doris milena melo martinez</td></tr> <tr><td>3</td><td>3143206215</td><td>1070780394</td><td>Katerine calderon rivera</td><td>Katerine calderon rivera</td></tr> <tr><td>4</td><td>3213739443</td><td>20923198</td><td>Maria cristina acevedo</td><td>Maria cristina acevedo</td></tr> <tr><td>5</td><td>3115432419</td><td>1077144892</td><td>Luz amanda gil navarrete</td><td>Luz amanda gil navarrete</td></tr> <tr><td>6</td><td>3203223091</td><td>1007688641</td><td>Yelmy Carolina castiblanco rojas</td><td>Yelmy Carolina castiblanco rojas</td></tr> <tr><td>7</td><td>342782645</td><td>1073532105</td><td>Yelmy julieth gordillo bautista</td><td>Yelmy G.</td></tr> <tr><td>8</td><td>3123217654</td><td>1071328158</td><td>Maria luisa acevedo ochoa</td><td>Maria luisa acevedo</td></tr> <tr><td>9</td><td>3008624169</td><td>1069717363</td><td>Luz angela gomez velandia</td><td>Luz angela gomez velandia</td></tr> <tr><td>10</td><td>3168378532</td><td>101000668</td><td>karen jimena</td><td>Karen jimena</td></tr> <tr><td>11</td><td>3118204833</td><td>1071329024</td><td>Naylivi chaguala Morales</td><td>Naylivi chaguala Morales</td></tr> <tr><td>12</td><td>3143255940</td><td>1071331572</td><td>Yiseth yojana villamil pedraza</td><td>Yiseth yojana villamil pedraza</td></tr> <tr><td>13</td><td>3213429283</td><td>1076736718</td><td>Luisa fernanda pedraza</td><td>Luisa fernanda pedraza</td></tr> <tr><td>14</td><td>3115151209</td><td>20923368</td><td>Maria cristina morales</td><td>Maria cristina morales</td></tr> <tr><td>15</td><td>3114990213</td><td>1069714554</td><td>Camila Parra daza</td><td>Camila Parra daza</td></tr> <tr><td>16</td><td>3103450952</td><td>1003587822</td><td>Johan santiago Villamil Pedraza</td><td>Johan santiago Villamil Pedraza</td></tr> <tr><td>17</td><td>3212829485</td><td>1069717357</td><td>Daniela parra</td><td>Daniela Parra</td></tr> </tbody> </table>	No.	No. De celular	No. De identificación	Nombre completo	Firma	1	3213429283	1070304120	Luz magaly torres higuera		2	3229240948	1062682884	Doris milena melo martinez	Doris milena melo martinez	3	3143206215	1070780394	Katerine calderon rivera	Katerine calderon rivera	4	3213739443	20923198	Maria cristina acevedo	Maria cristina acevedo	5	3115432419	1077144892	Luz amanda gil navarrete	Luz amanda gil navarrete	6	3203223091	1007688641	Yelmy Carolina castiblanco rojas	Yelmy Carolina castiblanco rojas	7	342782645	1073532105	Yelmy julieth gordillo bautista	Yelmy G.	8	3123217654	1071328158	Maria luisa acevedo ochoa	Maria luisa acevedo	9	3008624169	1069717363	Luz angela gomez velandia	Luz angela gomez velandia	10	3168378532	101000668	karen jimena	Karen jimena	11	3118204833	1071329024	Naylivi chaguala Morales	Naylivi chaguala Morales	12	3143255940	1071331572	Yiseth yojana villamil pedraza	Yiseth yojana villamil pedraza	13	3213429283	1076736718	Luisa fernanda pedraza	Luisa fernanda pedraza	14	3115151209	20923368	Maria cristina morales	Maria cristina morales	15	3114990213	1069714554	Camila Parra daza	Camila Parra daza	16	3103450952	1003587822	Johan santiago Villamil Pedraza	Johan santiago Villamil Pedraza	17	3212829485	1069717357	Daniela parra	Daniela Parra
No.	No. De celular	No. De identificación	Nombre completo	Firma																																																																																							
1	3213429283	1070304120	Luz magaly torres higuera																																																																																								
2	3229240948	1062682884	Doris milena melo martinez	Doris milena melo martinez																																																																																							
3	3143206215	1070780394	Katerine calderon rivera	Katerine calderon rivera																																																																																							
4	3213739443	20923198	Maria cristina acevedo	Maria cristina acevedo																																																																																							
5	3115432419	1077144892	Luz amanda gil navarrete	Luz amanda gil navarrete																																																																																							
6	3203223091	1007688641	Yelmy Carolina castiblanco rojas	Yelmy Carolina castiblanco rojas																																																																																							
7	342782645	1073532105	Yelmy julieth gordillo bautista	Yelmy G.																																																																																							
8	3123217654	1071328158	Maria luisa acevedo ochoa	Maria luisa acevedo																																																																																							
9	3008624169	1069717363	Luz angela gomez velandia	Luz angela gomez velandia																																																																																							
10	3168378532	101000668	karen jimena	Karen jimena																																																																																							
11	3118204833	1071329024	Naylivi chaguala Morales	Naylivi chaguala Morales																																																																																							
12	3143255940	1071331572	Yiseth yojana villamil pedraza	Yiseth yojana villamil pedraza																																																																																							
13	3213429283	1076736718	Luisa fernanda pedraza	Luisa fernanda pedraza																																																																																							
14	3115151209	20923368	Maria cristina morales	Maria cristina morales																																																																																							
15	3114990213	1069714554	Camila Parra daza	Camila Parra daza																																																																																							
16	3103450952	1003587822	Johan santiago Villamil Pedraza	Johan santiago Villamil Pedraza																																																																																							
17	3212829485	1069717357	Daniela parra	Daniela Parra																																																																																							

Fuente propia

7.5.2 Desarrollo de las clases

7.5.2.1 Clase de contabilidad No. 2 y 3


Tabla 14. Clase 2 y 3 de Contabilidad

No. De Clases 2 y 3	Fecha
Horario: 9:00am a 11:00am	21 octubre y 28 de octubre 2017
° Objetivo de la clase	Dar a entender la importancia de la contabilidad, como la columna vertebral de toda empresa, donde se puede reflejar la realidad económica y financiera.
° Logros	Se logró que las personas de Sesquilé definieran la contabilidad a nivel general, los objetivos, elementos, la importancia, las cualidades importantes de la información contable y lo que conforma los estados financieros. Todo esto para saber lo importante que es llevar contabilidad ya sea en una empresa o a nivel personal.
° Actividad	<p>Se explicó el tema de Contabilidad con ayuda de video, ejercicios en clase y ejercicios para la casa. Se realizo repaso del significado de contabilidad, compras, ingresos y gastos.</p>  <p>Nombre: Carolina Costalanzo</p> <p>Que es contabilidad: es un sistema de registro y control de los hechos económicos que afectan a una entidad.</p> <p>Para que sirve: sirve para tener un control de un negocio con el registro de los hechos de manera organizada. También se utiliza para evaluar el desempeño que afecta económicamente a una entidad.</p> <p>Que es Activo, pasivo, ingreso, un activo es lo que se tiene en un negocio, un pasivo es lo que se debe a un negocio.</p> <p>Ejemplo de Costos directos = indirectos que tiene a su vez los directos indirectos: alquiler, agua, luz, etc.</p> <p>Que es registro contable: es un registro en el que se anota toda la actividad económica de una empresa.</p> <p>Cuales son los Estados financieros de una empresa: estado de situación financiera, estado de resultados, estado de cambios en el patrimonio, estado de flujo de efectivo.</p>

Fuente propia

7.5.2.2 Clase de Administración No. 2

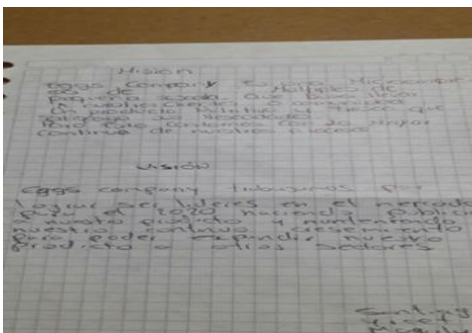
Tabla 15. Clase 2 de Administración

Clase No. 2	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00 pm	21 de octubre 2017
° Objetivo de la clase	Dar a conocer la historia de la administración de empresas y presentar las teorías de los diferentes autores,
° Logros	Identificaron la importancia que tiene la administración de empresas, en el ámbito personal, empresarial y en la economía de un país.
° Actividad	Videos de la evolución de la administración. Se dejó tarea de investigación de la teoría de Fayol.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.2.3 Clase de Administración No. 3

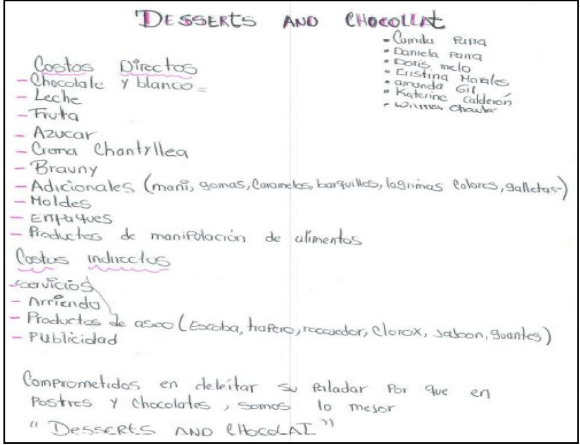
Tabla 16. Clase 3 de Administración

Clase No. 3	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00 pm	28 de octubre 2017
° Objetivo de la clase	Que cada integrante comience a pensar e identificar cual seria su proyecto de emprendimiento y orientarlos para que realicen plan de accion.
° Logros	Se realizo una lluvia de ideas y se realizaron grupos de trabajo con ideas similares, para comenzar con la planeación estrategica
° Actividad	Se dejo como tarea, que cada grupo realizara, la mision y vision de su proyectos.
Evidencia	 <p>The image shows two pages of handwritten notes on graph paper. The top page is titled 'Mision' and describes the 'Eggos company' as a business that provides a healthy and nutritious breakfast option for busy people. The bottom page is titled 'Vision' and describes the company's goal to become a leading brand in the breakfast market, offering a variety of products that cater to different tastes and preferences.</p>

Fuente propia

7.5.2.4 Clase de Contabilidad No. 4 y 5

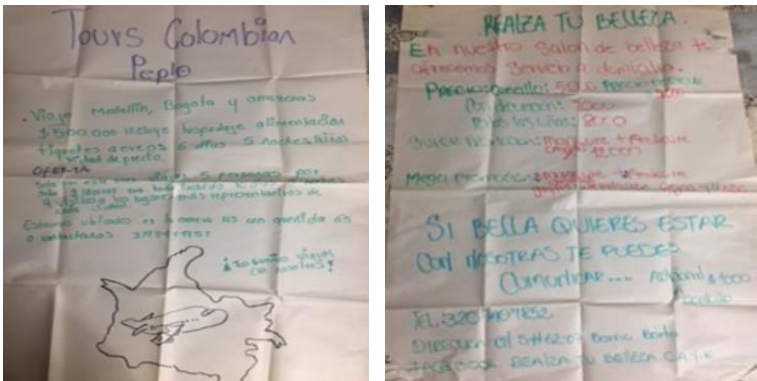
Tabla 16. Clase 4 y 5 de Contabilidad

Clase No. 4 y 5	Fecha
Horario: 9:00am a 11:00am	4 y 11 de noviembre 2017
° Objetivo de la clase	*Reconocimiento de lo que compone un proyecto. * Lograr el entendimiento de cuáles son los costos y gastos de los proyectos a realizar, y previo a eso la elaboración de un presupuesto
° Logros	Se realizó en grupos el proyecto para la muestra empresarial al final de las capacitaciones, las cuales lograron realizar los siguientes proyectos: 1. Chocolat and Desserts 2. Healthy Cakes 3. Eggs Company 4. La Casa de las empanadas
° Actividad	Se realizó una especie de exposición de cada proyecto para que todos conocieran cada uno de ellos y los costos y gastos que lo componen. Se desarrolló una sopa de letras con palabras claves vistas en las clases. Se definió lo que es Presupuesto y con ayuda de videos cortos.  <p>The handwritten notes are titled "DESSERTS AND CHOCOLATE" and are organized into two columns. The left column lists "Costos Directos" (Direct Costs) and "Costos Indirectos" (Indirect Costs). The right column lists names of individuals. At the bottom, there is a note about being committed to delecting in the field for pastries and chocolates, with a reference to "DESSERTS AND CHOCOLATE".</p> <p>DESSERTS AND CHOCOLATE</p> <p>Costos Directos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chocolate y blanco - Leche - Fruta - Azúcar - Crema Chantillea - Brauny - Adicionales (mani, somas, caramelos, barquillos, losininas colores, galletas) - Moldes - Entregues - Productos de manipulación de alimentos <p>Costos Indirectos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servicios - Arriendo - Productos de aseo (Escoba, trapeo, recipientes, Clorox, jabon, guantes) - Publicidad <p>Comprometidos en delectar su paladar por que en Postres y chocolates, somos lo mejor "DESSERTS AND CHOCOLATE"</p> <p>Names listed on the right:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina - Daniela Reina

Fuente propia

7.5.2.5 Clase de Administración No. 4 y 5


Tabla 18. Clase 4 y 5 de Administración

Clase No. 4 y 5	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00 pm	4 y 11 de Noviembre 2017
° Objetivo de la clase	Definir la función del marketing dentro de una organización y conocer los instrumentos básicos que la componen.
° Logros	Identificaron como el marketing, les ayuda a identificar las necesidades de los clientes y su importancia en las estrategias de la empresa.
° Actividad	Se realizó una mesa redonda e identificaron necesidades de los integrantes del salón, para que en grupo, a través de carteleros ofrecieran los productos o servicios que habían expuesto.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.2.6 Clase de Contabilidad No. 6


Tabla 19. Clase 6 de Contabilidad

Clase No. 6	Fecha
Horario. 9:00am a 11:00am	18 de noviembre 2017
° Objetivo de la clase	*Dar a conocer los elementos del estado de situación financiera y el estado de resultados, con ejemplos y videos.
° Logros	El entendimiento de cada uno de los componentes de los estados financieros.
° Actividad	<p>Una vez entendido los elementos de los estados financieros, se realizó ejercicios en clase de los significados de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activo - Pasivo - Patrimonio - Balance General - Importancia de los estados financieros 

Fuente Propia

7.5.2.6 Clase de Administración No. 6


Tabla 20. Clase 6 de Administración

Clase No. 6	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00 pm	18 de Noviembre 2017
° Objetivo de la clase	Conocer uno de los componentes del marketing, el producto, que puede ser un bien o un servicio.
° Logros	Diferenciar cuando un producto tangible de uno intangible.
° Actividad	Videos de productos y de motivacion, como iniciaron algunas marcas representativas del mercado.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.2.8 Clase de Contabilidad No. 6


Tabla 21. Clase 6 de Contabilidad

No. De Clases	Fecha
7	25 de noviembre 2017
° Objetivo de la clase	Lograr que el grupo de Sesquilé realizará ejercicios y entendimiento de la partida doble.
° Logros	El grupo de Sesquilé, tuvo entendimiento de la partida doble a nivel general. Ya que era un grupo de educación básica, se dio a entender los registros básicos de contabilidad y la naturaleza de las mismas.
° Actividad	<p>Se realizaron bastantes ejercicios en clase de la partida doble, ya que la mayoría no tenían mayor entendimiento de los ejercicios. Adicional, se dejaron varios ejercicios para la casa:</p>  <p>The image shows handwritten accounting exercises. The first exercise involves calculating the total cost of 24 pairs of shoes at \$80,000 each, with a 2% discount. The second exercise involves calculating the cash payment for a \$35,000,000 purchase with a 50% discount.</p>

Fuente propia

7.5.2.9 Clase de Administración No. 6

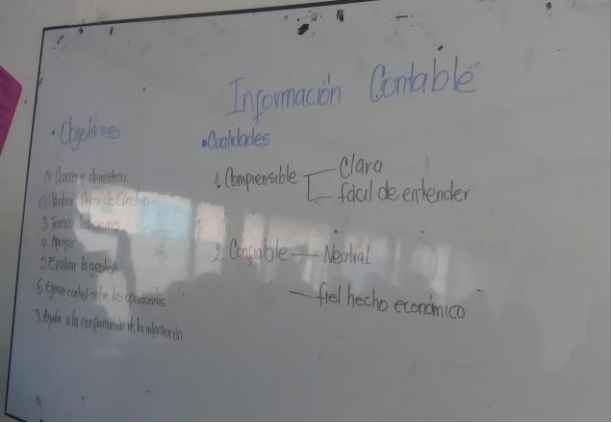
Tabla 22. Clase 6 de Administración

Clase No. 7	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00 pm	25 de Noviembre 2017
° Objetivo de la clase	Conocer uno de los componentes del marketing, el precio, definicion y como lograr identificar si genera ingresos, identificando sus gastos y costos. Esta clase se apoya con las bases contables.
° Logros	Para cada proyecto, sacaron los gastos y los costos para colocar el posible precio de venta, el dia de la muestra empresarial.
° Actividad	Se dejo como tarea, investigar en el mercado los precios de la competencia para que analizaran si el precio que ya se habia fijado era competitivo o habia que revisar los gastos, para bajar los precios.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.3.0 Clase de Contabilidad No. 8


Tabla 23. Clase 8 de Contabilidad

Clase No. 8	Fecha
Horario: 9:00am a 11:00am	2 de diciembre de 2017
° Objetivo de la clase	Demostrar que existe un Órgano de Fiscalización, para ciertas entidades. Demostrando que la Revisoría Fiscal puede fortalecer el sistema de control y evitar el fraude en las empresas.
° Logros	El grupo entendió, que existen más órganos de control sobre más empresas.
° Actividad	Lectura y con ayuda de videos del concepto de la revisoría fiscal, su objetivo, la norma que lo rige, funciones, sistema control interno, entre otras. 

Fuente propia

7.5.3.1 Clase de Administración No. 8


Tabla 24. Clase 8 de Administración

Clase No. 8	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00 pm	2 de Diciembre 2017
° Objetivo de la clase	Conocer uno de los componentes del marketing, la plaza, cuales son las actividades que se necesitan para que un producto o servicio sea adquirido en el momento indicado. Concepto fundamental de canales de distribución
° Logros	Aplicaron la teoria a los proyectos y determinaron cuales serian los lugares para ofrecer sus productos.
° Actividad	Ejercicio en clase, cada grupo examino los canales de distribución que pueden aprovechar en Sesquile para sus proyectos, luego lo expuso al salon.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.3.2 Clase de Administración y Contabilidad No. 9

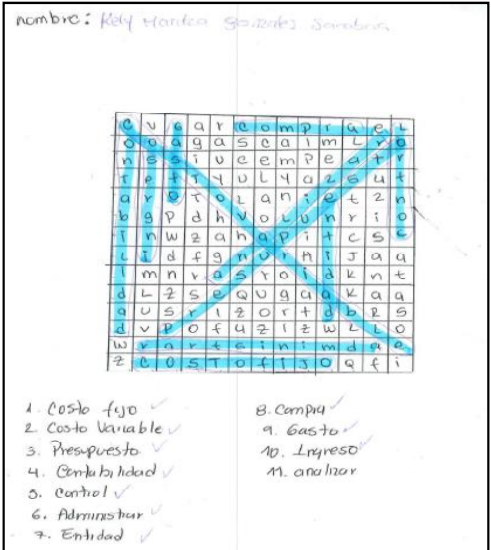
Tabla 25. Clase 9 Administración y Contabilidad

Clase No. 9	Fecha
Horario: 9:00am a 11:00am	16 de Diciembre 2017
° Objetivo de la clase	Conocer uno de los componentes del marketing, la promoción y la comunicación, dar a conocer las definiciones y como interactúan las dos para dar a conocer nuestros productos y servicios y como ayudan al posicionamiento en la mente de los consumidores.
° Logros	Como ese día se realizó una feria en el colegio, para conocer los proyectos de cada grupo, aprovechamos para colocar en práctica el tema.
° Actividad	Cada grupo organizó su proyecto de emprendimiento. Se hizo la novena de aguinaldos y nos despedimos hasta el 13 de Enero que volvíamos de vacaciones.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.3.3 Clase de Contabilidad No. 10


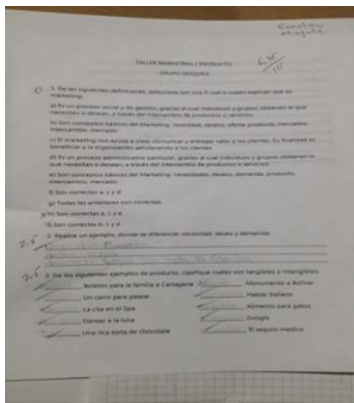
Tabla 26. Clase 10 de Contabilidad

Clase No. 10	Fecha
Horario de 9:00 am a 11:00am	13 de enero de 2017
° Objetivo de la clase	Practica de los ejercicios de doble partida, repaso de los conceptos en general, talleres en clase y participativa.
° Logros	Repaso general de lo visto en las capacitaciones.
° Actividad	Juego interativos para memorizar los conceptos de los temas vistos en las capacitaciones
° Evidencia	 <p>numero: Rey Marica Gonzalez Simulacion</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Costo fijo ✓ 2. Costo Variable ✓ 3. Presupuesto ✓ 4. Contabilidad ✓ 5. Control ✓ 6. Administrar ✓ 7. Entidad ✓ 8. Compra ✓ 9. Gasto ✓ 10. Ingreso ✓ 11. analizar ✓

Fuente Propia

7.5.3.4 Clase de Administración No. 10

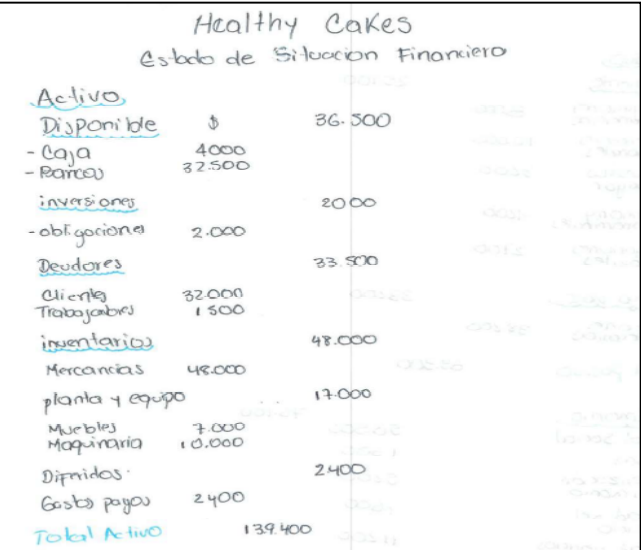
Tabla 26. Clase 10 de Administración

Clase No. 10	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00pm	13 de Enero 2018
° Objetivo de la clase	Realizar un repaso de marketing, marketing mix y cada uno de sus componentes.
° Logros	Recordar los visto en clase, para avanzar.
° Actividad	Ejercicio en clase y evaluacion del repaso.
Evidencia	 

Fuente propia

7.5.3.5 Clase de Contabilidad No. 11


Tabla 28. Clase 11 de Contabilidad

Clase No. 11	Fecha																																																			
Horario de 9:00 am a 11:00am	20 de enero de 2017																																																			
° Objetivo de la clase	Crear un estado de Situación financiera con los proyectos creados en clase: Chocolat and Desserts, Healthy Cakes, Eggs Company y la casa de las empanadas.																																																			
° Logros	Entendimiento sobre como es la estructura de un estado de situación financiera.																																																			
° Actividad	Cada grupo realizo una simulación de un Estado de situación financiera con sus proyectos.																																																			
° Evidencia	 <p>The image shows a handwritten financial statement for 'Healthy Cakes' titled 'Estado de Situación Financiera'. It lists assets (Activo) and liabilities (Pasivo). The assets section includes 'Disponible' (36,500), 'Inversiones' (20,000), 'Deudores' (33,500), 'Inventarios' (48,000), 'planta y equipo' (17,000), and 'Diferidos' (2,400). The liabilities section includes 'Clientes' (32,000), 'Trabajadores' (1,500), 'Muebles' (7,000), 'Maquinaria' (10,000), and 'Gastos pagos' (2,400). The total assets are 139,400.</p> <table border="1"> <caption>Healthy Cakes Estado de Situación Financiera</caption> <thead> <tr> <th>Activo</th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Disponible</td> <td>\$</td> <td>36.500</td> </tr> <tr> <td>- Caja</td> <td>4.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Bancos</td> <td>32.500</td> <td></td> </tr> <tr> <td>inversiones</td> <td></td> <td>20.000</td> </tr> <tr> <td>- obligaciones</td> <td>2.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Deudores</td> <td></td> <td>33.500</td> </tr> <tr> <td>Clientes</td> <td>32.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Trabajadores</td> <td>1.500</td> <td></td> </tr> <tr> <td>inventarios</td> <td></td> <td>48.000</td> </tr> <tr> <td>mercancías</td> <td>48.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>planta y equipo</td> <td></td> <td>17.000</td> </tr> <tr> <td>Muebles</td> <td>7.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Maquinaria</td> <td>10.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Diferidos</td> <td></td> <td>2.400</td> </tr> <tr> <td>Gastos pagos</td> <td>2.400</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total Activo</td> <td></td> <td>139.400</td> </tr> </tbody> </table>	Activo			Disponible	\$	36.500	- Caja	4.000		- Bancos	32.500		inversiones		20.000	- obligaciones	2.000		Deudores		33.500	Clientes	32.000		Trabajadores	1.500		inventarios		48.000	mercancías	48.000		planta y equipo		17.000	Muebles	7.000		Maquinaria	10.000		Diferidos		2.400	Gastos pagos	2.400		Total Activo		139.400
Activo																																																				
Disponible	\$	36.500																																																		
- Caja	4.000																																																			
- Bancos	32.500																																																			
inversiones		20.000																																																		
- obligaciones	2.000																																																			
Deudores		33.500																																																		
Clientes	32.000																																																			
Trabajadores	1.500																																																			
inventarios		48.000																																																		
mercancías	48.000																																																			
planta y equipo		17.000																																																		
Muebles	7.000																																																			
Maquinaria	10.000																																																			
Diferidos		2.400																																																		
Gastos pagos	2.400																																																			
Total Activo		139.400																																																		

Fuente propia

7.5.3.6 Clase de Administración No. 11 y 12


Tabla 29. Clase 11 y 12 de Administración

Clase No. 11 y 12	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00pm	20 y 27 de Enero 2018
° Objetivo de la clase	Definir y explicar como aplicar el benchmarking a nuestro favor en la organización e interpretar los 4 tipos que existen.
° Logros	Reconocer las buenas practicas de los competidores, y como usarlas estrategias que utilizan los lideres para implementar en nuestros proyectos para estar en la actualidad, buscando la mejora continua.
° Actividad	Dinamica grupal, juego de actores
Evidencia	

Fuente propia

7.5.3.6 Clase de Contabilidad No. 12 y 13


Tabla 30. Clase 12 y 13 de Contabilidad

Clase No. 12 y 13	Fecha
Horario de 9:00 am a 11:00am	27 de enero y 3 de febrero de 2017
◦ Objetivo de la clase	Contribución y aplicación de la investigación en el mercado, dar valores al proyecto y definir su presupuesto final.
◦ Logros	Se terminó los detalles de cada proyecto, para a muestra empresarial.
◦ Actividad	Se realizó exposiciones de cada grupo para saber los detalles de cada proyecto, y una pequeña muestra gustativa.
◦ Evidencia	

Fuente Propia

7.5.3.8 Clase de Administración No. 13


Tabla 31. Clase 13 de Admistración

Clase No. 13	Fecha
Horario: 11:00am a 1:00pm	3 de Febrero de 2018
° Objetivo de la clase	Brindarle a los integrantes del grupo, algunos conceptos basicos de Investigacion de Mercados, su aplicación en la organización y como nos ayuda en el día a día.
° Logros	A pesar de que era la ultima clase, el grupo apporto sus ideas sobre el tema, ya que habia investigado el tema, para participar en clase.
° Actividad	Al finalizar el tema, se realizo una mesa redonda, donde se aclararon dudas en general, no solo de la investigación de mercados, sino de toda la capacitacio. Se hablo de los ultimos detalles para la Muestra Empresarial, al día siguiente.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.3.9 Muestra Empresarial Sesquile

Tabla 32. Clase 14 Muestra empresarial

Clase No. 14	Fecha
Horario: 9:00am a 4:00pm	4 de Febrero de 2018
° Objetivo de la Feria	Dar a conocer a toda la población del municipio de Sesquile, los futuros empresarios, para que los sigan apoyando con sus ideas emprendedoras.
° Logros	Cada participante con su grupo lograron demostrarse a ellos mismos, que se puede, ya sea solos o en equipo, las metass que se planean se pueden lograr. Estaban muy contentos, de ver que familia, conocidos y extraños, adquirian sus productos y les daban su opiniones para que siguieran adelante. Vislumbraron como la teoria se poné en practica, en sus proyectos empresariales.
° Actividad	En el parque del Pueblo, se instalaron carpas, para todos los grupos, tanto los del Hato, como los de la Escuela, exhibiran sus proyectos que con esmero habian desarrollado en clase, para ofrecer a sus coterraneos.
Evidencia	

Fuente propia

7.5.3.10 Grados

Imagen 9. Grados de los Estudiantes de Sesquilé



Fuente propia

8. Resultados

En relación a nuestros objetivos propuestos, se logró que la población de la Fundación Red de mujeres por la Paz del municipio de Sesquilé, aplicaran los temas vistos y los conocimientos adquiridos en las capacitaciones, las cuales se vieron reflejados en los diferentes modelos de proyectos ya mencionados anteriormente, para la aprobación que pudieran obtener el certificado “*Capacitación de administración y contabilidad*”. A continuación, se describe cada proyecto:

8.1 Resumen Ejecutivo

8.1.1 Resumen Ejecutivo Chocolat And Dessert.

- **Misión:** Deleitar el gusto de las personas, dando lo mejor de nuestros productos para ser reconocidos en el municipio.
- **Visión:** Ser en cinco años una mini empresa reconocida en el municipio de Sesquilé y sus alrededores y cada vez ir innovando.

Chocolat and Dessert conformado por seis estudiantes Camila parra, Daniela Parra, Doris Melo, Cristina Morales, Amanda Gil y Katherine Calderón, proyecto dedicado a la elaboración y venta de postres, realizados artesanalmente con productos de alta calidad, donde el lema es *“Comprometidos en deleitar su paladar porque en postres y chocolates, somos lo mejor”*

Los postres que ofrece este proyecto son: fresas con crema y crema de chantilly, maracuyá y de mora. (mujer, 2017)

8.1.2 Resumen Ejecutivo Healthy Cakes.

- **Misión:** este proyecto ofrece productos basadas en verduras para llevar una vida alimenticia saludable, brindando los productos cien por ciento naturales que ofrece el municipio.
- **Visión:** dentro de cuatro años ser la empresa con mayor calidad en ofrecer tortas saludables.

Healthy Cakes es una empresa de mujeres emprendedoras que, pensando en la necesidad de tener una nutrición saludable, toma la iniciativa de elaborar tortas a base de vegetales. Las cuales

se distribuyen en la zona centro del municipio de Sesquilé y tendrá un amplio portafolio de recetas con las verduras que más agraden al consumidor. (mujer, 2017)

8.1.3 Resumen Ejecutivo Egg Company.

- **Misión:** Egg Company es una empresa que se dedica a comercializar huevos, estamos ubicados en el municipio de Sesquilé, Cundinamarca.
- **Visión:** en el año 2025, ser una empresa reconocida a nivel municipal en comercializar huevos.

Esta empresa está dedicada a la venta de huevos, los cuales se comercializan en el municipio de Sesquilé, inicialmente se tiene un galpón ubicado en la zona rural de Boitá. Contamos con 200 gallinas ponedoras, de las cuales recogemos 180 huevos diarios. (mujer, 2017)

8.1.4 Resumen Ejecutivo La Casa De Las Empanadas

- **Misión:** satisfacer el gusto a las diferentes personas, con nuestra variedad de sabores, trabajamos con calidad de productos de las cuales son nuestros propios activos.
- **Visión:** en tres años, La Casa de las empanadas será líder en venta de empanadas de diferentes sabores en el Municipio de Sesquilé.

Nuestras empanadas se destacan por tener una variedad de sabores en las cuales ofrecemos de: Arroz con carne, papa de carne, arroz con huevo, ranchera, entre otras. Nos encontramos

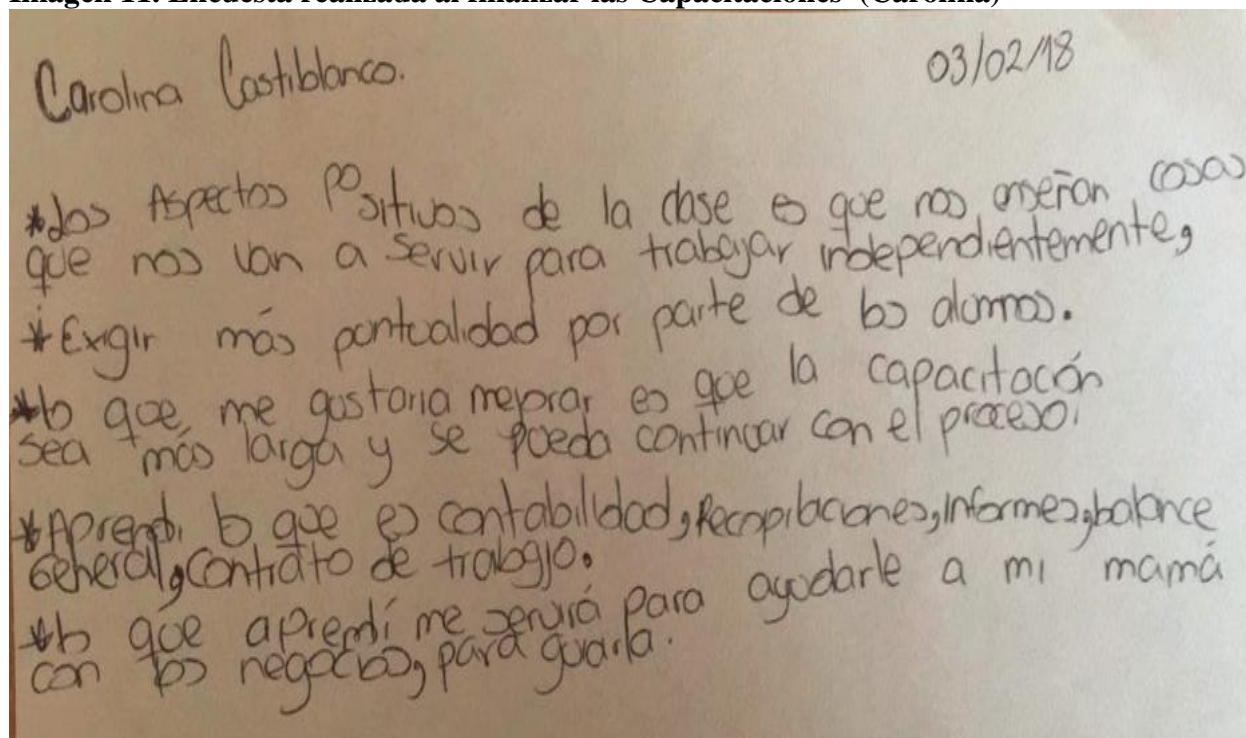
ubicados en el parque principal de Sesquilé, todos los domingos desde las 10:00 am, también ofrecemos servicio a domicilio solo tienen que contactarse al 3196414851.

Empanadas a tan solo \$ 1.000 pesos y rancheras a \$2.000mil, la cual también se cuenta con un local en Sesquilé, Cundinamarca en la calle 10 No. 9 – 68. (mujer, 2017)

8.2 Evaluación De Las Capacitaciones Realizadas

En conclusión, de las capacitaciones realizadas, se evidenció que a la mayoría de los estudiantes quedaron agradecidos con los temas enseñados, algunos dieron a conocer que sería bueno tener más horas sobre estas, y así poder seguir con el plan de estudios. A continuación, se muestra algunas de las encuestas realizadas al final de las capacitaciones:

Imagen 11. Encuesta realizada al finalizar las Capacitaciones (Carolina)



Fuente propia

Imagen 12. Encuesta realizada al finalizar las Capacitaciones (Yiseth)

Yiseth Yojana Villamil. 03/02/2018

- aspectos positivos de la clase.
Se dieron a conocer temas los cuales no teníamos conocimiento Se ejecutaron Favorablemente
- aspectos negativos de la clase.
En ocasiones se perdía mucho tiempo lo cual hizo que no se profundizara lo suficiente
- que le gustara mejorar para una próxima capacitación.
que se traten mas a fondo los temas que halla mas respeto y responsabilidad de cada uno de los integrantes.
- que aprendio de las clases.
aprendi temas claves para aplicar en mi campo de trabajo.
- que apporto a su vida
tuvo un aporte a mi conocimiento en cual me ayudara a tener claridad en temas

Fuente propia

Conclusiones

- De acuerdo al diagnóstico poblacional del municipio de Sesquilé Cundinamarca, se infiere que por su naturaleza agropecuaria cuentan con una mentalidad progresista de formar empresa en aprovechamiento a sus propias producciones (ganado como productor de carne y leche, cultivos, artesanías), cuentan, además, con una visión de negocios enfocado al crecimiento de su Municipio y el mejoramiento continuo de la calidad de vida de sus familias, factor que se constituyó en un valor agregado para el éxito que se alcanzó en el presente proyecto de capacitación en Administración de Empresas y Contabilidad.
- Las capacitaciones planeadas y ejecutadas brindaron bases fundamentales de organización y mejoramiento en la administración y la contabilidad de los proyectos presentados por los ciudadanos asistentes, que aplicadas a sus conocimientos empíricos de emprendimiento sostenible, generaron nuevas expectativas en la forma de hacer sus actividades de una manera más práctica y fácil para controlar y tener certeza de sus gastos, sus ganancias, y cómo abrir más posibilidades de cobertura en sus negocios.
- El impacto que generó la presencia de la Universidad de La Salle a través de las capacitadoras, y la expectativa de aprender se vio reflejado en el hecho de que a pesar de las dificultades de desplazamiento desde la vereda Boitá de donde provenían el 90% de los integrantes, y otros tenían la limitante de cumplir primero con sus jornadas de trabajo, todos asistieron con gran interés y compromiso, hecho que facilitó el aprendizaje y les dio dinamismo a los temas tratados.

- Gracias a las capacitaciones impartidas se lograron consolidar cuatro (4) empresas dispuestas a aplicar lo aprendido y a fortalecerse como verdaderos negocios productivos que generen progreso a su Municipio, oportunidad de crecimiento a sus familias, y la generación de empleo.
- La muestra empresarial demostró que las bases teóricas brindadas en las capacitaciones, sirvieron como fundamento para el desarrollo y puesta en marcha de las ideas de emprendimiento. Esto quedó corroborado en toda la logística, y el esfuerzo personal demostrado para la exhibición de sus productos, su presentación fue impecable, denotándose en cada detalle que lo visto en temas contables y de administración fue puesto en práctica.
- La graduación de los grupos empresariales resultantes de esta jornada de capacitación, fue de gran orgullo y satisfacción, toda vez que, a pesar de las adversidades de desplazamiento tanto de los grupos como de las capacitadoras, se lograron los objetivos planeados.

Recomendaciones

Aunque los resultados que se obtuvieron en la muestra empresarial, fueron positivos y satisfactorios, queremos sugerir las siguientes recomendaciones para garantizar la continuidad de las capacitaciones y la sostenibilidad de sus empresas a través del tiempo, para los habitantes del municipio de Sesquilé Cundinamarca.

- Importante que la Universidad de la Salle, como ente promotor del conocimiento, siga con los programas de capacitación para las comunidades menos favorecidas, para un alto porcentaje de sus habitantes, somos de las pocas fuentes que ellos tiene para adquirir conocimiento, ya que debemos aprovechar los conocimientos que ellos tienen de manera empírica, para combinarla con las bases teóricas y así proporcionarle confianza a la hora de desarrollar sus ideas de emprendimiento.
- A los futuros grupos que asistan a Sesquilé, si es posible coordinar desde el CEDEF con los tutores de los grupos de trabajo, una continuidad de los temas que los anteriores capacitadores expusieron, para seguir con los temas propuestos y ser pertinentes con lo que la comunidad requiere para seguir progresando.
- Mantener el apoyo de la Alcandía de Sesquilé para de traslado de todos estudiantes, no solo los del Hato, sino los de las veredas lejanas, pero tratando de que servicio, se preste

de manera eficiente y cumplida, como una medida, que logre bajar el nivel de deserción de los estudiantes.

- Brindar a las personas que laboran de manera oportuna, cartas por parte de la Universidad o de la Fundación Red de Mujeres por la Paz, donde indiquen que ellos están asistiendo a las capacitaciones de Administración de Empresas y Contabilidad, con lugar, intensidad y fechas de las clases, para que les den los permisos necesarios para asistir y no les coloquen inconvenientes después de iniciadas las clases.
- Se hace necesario el apoyo de medios audiovisuales, es pertinente y necesario contar con un video beam o un proyector, para el desarrollo de las capacitaciones, de esta manera podemos ser más eficientes con las explicaciones requeridas en algunos temas.

Bibliografía

Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. (Febrero 13 de 2016). *Secretaría General Alcaldía Mayor de Bogotá – Listado de Entidades Sin Ánimo de Lucro – Febrero de 2016*. Alcaldía Mayor de Bogotá D.C. Recuperado de <http://secretariageneral.gov.co/transparencia/estructura-organica/directorio-entidades-asociaciones-y-agremiaciones-sin-%C3%A1nimo-lucro>

Alcaldía Municipal de Sesquilé en Cundinamarca. (Octubre 3 de 2016). *Plan de Desarrollo 2016 – 2019*. Alcaldía Municipal de Sesquilé. Recuperado de <http://www.sesquile-cundinamarca.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-2016--2019-238663>

Alcaldía Municipal de Sesquilé. (Febrero 15 de 2016). *Unidos Por La Reconstrucción de Sesquilé*. Alcaldía Municipal de Sesquilé. Recuperado de <http://www.sesquile-cundinamarca.gov.co>

Arellano Cueva, Rollando. (1990). *Marketing Enfoque América Latina* (pp. 65). México. Editorial Mc. Graw Hill.

Association American Marketing. (1988). *Dictionary of Marketing Terms* (pp. 115). Chicago. Editorial Mc. Graw Hill.

Bateman, T. S., y Snell, S. A. (Segunda Edición). (1990). *Teoría General De La Administración*. Grupo Editorial Patria.

Cámara de Comercio de Bogotá. (Junio 13 de 2016). *Fundaciones, Asociaciones y Corporaciones*. Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Fundaciones-asociaciones-y-corporaciones>

Chiavenato, Idalberto. (Séptima Edición). (2004). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (pp. 10). Editorial Mc. Graw Hill Interamericana.

D., Bennett. Peter. (1988). *Investigación de Mercados* (pp. 8, 29). Editorial Mc. Graw Hill.

Keegan, Warren. J. (Quinta Edición). (1996). *Marketing Global* (pp. 332). Madrid. Editorial Prentice Hall.

Kotler, Philip., Y Armstrong, Gary. (Sexta Edición). (2003). *Fundamentos de Marketing* (pp. 5). Editorial Pearson Educación.

Marketing, Mix. (1990). *Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones* (pp. 16). Ediciones Díaz de Santos S.A.

50minutos.es. (2016). *El Benchmarking – La importancia de analizar el mercado*. Recuperado de <https://www.50minutos.es/libro/el-benchmarking/>

Audidores, A 2013, *Obtenido de Normas Internacionales de Auditoria*. Madrid. (p.Inicio)

Revista Colombiana ,2018. (Vol. 41) *Obtenido de Revista Colombiana de Sociología*. Bogotá.

B., S. A. (2011). *Estandares/ Normas Internacionales de Información financiera (IFRS/NIIF)*. Bogotá.

Board, I. –I. (enero de 2016). *Obtenido de Presentación de estados financieros NIC 1*. (P.10)

Colombia, C. p. (diciembre de 1993). *Obtenido de DECRETO 2649 DE 1993: Reglamento general de Contabilidad*.

Comercio, C. d. (s.f.). *Fundaciones, asociaciones y corporaciones*. *Obtenido de Cámara de comercio de Bogotá*.

Fernandez, J. M. (2006). Contabilidad Básica. (Editorial de México).

Mantilla, S. A. (2013). IFRS/ NIIF plenas- A su alcance, para facilitar su implementación. Bogotá D.C.: (Editorial Graficas de la Sabana)

Nubia Velandia forero, E. R. (2015). NIF Básico, Grupos 2 y 3. En L. E. S.A, NIF Básico, Grupos 2 y 3. Colombia. (Editorial Legis)

Publica, C. T. (s.f.). Pronunciamiento 6- Sobre Revisoría Fiscal. Obtenido del Concejo Técnico de Contaduría Pública. (P.5)

Robert F. Meigs, W. B. (1996). Contabilidad la base para decisiones comerciales. En Contabilidad la base para decisiones comerciales (pág. 663). Bogota: 1996.