

2018

Despertar emprendedor Fundación Maria Luisa de Moreno sede Patio Bonito

Viviana Carolina Ortiz
Universidad de La Salle, Bogotá

Viviana Carolina Montaña Díaz
Universidad de La Salle, Bogotá

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



Part of the [Academic Advising Commons](#), [Business Administration, Management, and Operations Commons](#), [Educational Methods Commons](#), [Entrepreneurial and Small Business Operations Commons](#), and the [Social Work Commons](#)

Citación recomendada

Ortiz, V. C., & Montaña Díaz, V. C. (2018). Despertar emprendedor Fundación Maria Luisa de Moreno sede Patio Bonito. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/2184

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.

DESPERTAR EMPRENDEDOR FUNDACION MARIA LUISA DE MORENO SEDE PATIO
BONITO

VIVIANA CAROLINA ORTIZ

VIVIANA CAROLINA MONTAÑO DÍAZ

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

BOGOTÁ D.C.

2018

DESPERTAR EMPRENDEDOR FUNDACION MARIA LUISA DE MORENO SEDE PATIO
BONITO

VIVIANA CAROLINA ORTIZ

VIVIANA CAROLINA MONTAÑO DÍAZ

Asesor: FRANCISCO DANIEL MENDOZA VARGAS

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

BOGOTÁ D.C.

2018

Contenido

| | | |
|-----------|--|----|
| 1. | Introducción | 4 |
| 2. | Justificación | 5 |
| 3. | Planteamiento del problema | 5 |
| 4. | Objetivos | 7 |
| | 4.1 General: | 8 |
| | 4.2 Específicos: | 8 |
| 5. | Informe diagnóstico | 8 |
| 6. | Marco teórico | 32 |
| | 6.1 Antecedentes de investigación | 32 |
| 7. | Marco Conceptual | 37 |
| | 7.1 Emprendimiento | 37 |
| | 7.2 Emprendedor | 38 |
| | 7.3 Planes de Negocios | 38 |
| | 7.4 Creatividad | 38 |
| | 7.5 Educación Empresarial | 38 |
| 8. | Marco Legal | 39 |
| 9. | Marco metodológico | 41 |
| | 9.1 Diseño | 42 |
| | 9.2 Participantes | 42 |
| | 9.3 Instrumentos | 42 |
| | 9.4 Procedimiento | 43 |
| 10 | Discusiones y Resultados | 44 |
| 11 | Conclusiones | 46 |
| 12 | Recomendaciones | 47 |
| 13 | Referencias | 48 |
| 14 | Trabajo de campo | 51 |

1. Introducción

El presente trabajo de grado corresponde a la modalidad de grado “Proyección social” de la Universidad de la Salle, llevada a cabo en el barrio Patio Bonito localidad de Kennedy en compañía de la Fundación Internacional María Luisa de Moreno con su programa “Despertar emprendedor” cuyo objetivo es el de desarrollar competencias humanas, sociales y las relacionadas con el emprendimiento despertando; la adaptación al entorno, la autonomía, recursividad en el sostenimiento personal y familiar mediante la consolidación de ideas y perfiles básicos de negocio. (FIMLM, s.f.).

La Fundación Internacional María Luisa de Moreno es una entidad sin ánimo de lucro con más de 17 años de trayectoria, que ofrece a nivel mundial una mano amiga para ayudar con transparencia y efectividad a los más necesitados, mediante la ejecución de programas de educación con calidad en todos los niveles y proporcionando asistencia humanitaria de manera oportuna para el mejoramiento de las condiciones de vida de la población vulnerable. (FIMLM, s.f.) .

Así mismo en colaboración con la universidad de la Salle quién también apoya las necesidades de las comunidades y dando cumplimiento a su PEUL en su artículo 5.5. Compromiso con una sociedad más democrática y justa; y como lo afirma el EFL, nos ayuda a que como partícipes del proyecto representemos la identidad de todas las relaciones que se dan en nuestras acciones dentro del claustro y fuera del mismo; en este caso nutriendo de conocimientos tanto en el campo Administrativo como Contable a la comunidad del sector de Patio Bonito, con un total de 60 horas

académicas distribuidas de acuerdo al plan de capacitación asignado por a FIMLM en 3 horas durante 15 sábados.

2. Justificación

A partir de la problemática social que padece sectores vulnerables del sector de Kennedy específicamente en el barrio patio bonito La Fundación Internacional María Luisa de Moreno en cooperación con la Universidad de la Salle, presenta el proyecto Despertar Emprendedor, donde su objetivo es ayudar a las comunidad en la creación de ideas para el desarrollo de un modelo de negocio productivo, brindándole herramientas y conocimientos en las diferentes áreas contables, administrativas y de desarrollo humano con el objetivo de que al finalizar la capacitación la comunidad obtenga la estructuración de un plan de negocios que logre generar impacto social y económico, forjando de esta manera una consolidación económica y empresarial mejorando las condiciones de vida de los participantes y su entorno.

En este sentido se estructura una formación en valores y emprendimiento para que los participantes desarrollen el ser y el hacer de una forma didáctica y guiada, en apoyo con formadores de la FIMLM y compartiendo el conocimiento por parte de los capacitadores de la Universidad de la Salle en áreas contables y administrativas.

3. Planteamiento del problema

Los últimos datos estadísticos empresariales de la localidad de Kennedy se presentaron en la ficha técnica de la localidad en el año 2008, por lo cual se procede a realizar una revisión de los datos de creación de la empresa en el sector de Patio Bonito perteneciente a la localidad de Kennedy y que hace parte de nuestro trabajo realizado en la FIMLM encontrando lo siguiente: En Kennedy se localizan 15.196 de las empresas de Bogotá, equivalente al 7%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (76%), industria (19%) y construcción (3%). En la localidad hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresas (15.196), 14.089 son microempresas que representaron el 92,7% de la localidad y el 8% de Bogotá. (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

Sin embargo la alta tasa de desempleo (16%) es la más alta de las localidades y está por encima de las de Bogotá, (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008) generando de esta manera que las personas denominen su actividad económica de manera informal o con unidades de negocio productivo pero sin la asesoría necesaria para que sus proyectos tengan un crecimiento y sostenimiento en el tiempo.

Durante el año 2017 de acuerdo con el registro de la CCB, el total de empresas registradas pasó de 430.853 a finales de 2016, a 465.237 en 2017, lo que representó un incremento de 7,9%; mientras que, el número de establecimientos de comercio tuvo una variación positiva de 8,1%, tras pasar de 243.791 a 263.547. (El espectador, s.f.).

Las localidades que presentaron los mayores porcentajes en creación de nuevas empresas y comercios fueron Suba y Kennedy con 75.301 y 62.877 compañías. Las cifras representaron 10% y 8,7% de los registros. (El espectador, s.f.).

Aunque no se presenta datos recientes sobre liquidaciones de empresas, este también es un proceso en aumento de acuerdo a lo indicado por el observatorio de desarrollo económico; al igual que en la creación de empresas, las localidades de Suba, Kennedy y Usaquén son, en este caso, las localidades de Bogotá que más empresas han liquidado en lo que va corrido del año, con el 13%, 12% y 10% respectivamente.

Dentro de las empresas liquidadas en el sector servicios se destacan las que poseen actividades como: expendio a la mesa de comidas preparadas (370), expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro del establecimiento (365) y peluquería y otros tratamientos de belleza (215).

En el sector comercio, el 30% del total de empresas liquidadas corresponden a establecimientos no especializados de comercio al por menor con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco, comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados y comercio al por menor en establecimientos no especializados, con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general), bebidas y tabaco. (Observatorio de Desarrollo Económico, s.f.)

Dado lo anterior y atendiendo la problemática del sector la formulación del problema: ¿Cómo fomentar la creación y formalización de un modelo de negocio productivo social y sostenible a través del tiempo?

4. Objetivos

4.1 General:

Desarrollar un programa de capacitación e instrucción personalizada para un despertar emprendedor en la Fundación Internacional María Luisa de Moreno sede Patio Bonito.

4.2 Específicos:

1. Realizar un diagnóstico inicial de la organización FIMLM por medio de una matriz DOFA
2. Implementar un modelo de negocio productivo y sostenible económicamente que permita impulsar las habilidades de las personas adscritas al proyecto “Despertar Emprendedor” en la comunidad de patio bonito.
3. Evaluar el correcto funcionamiento de la idea de negocio productivo con el fin de evidenciar los conocimientos adquiridos durante la capacitación.

5. Informe diagnóstico

5.1 Objetivo:

Objetivo: Identificar las características del territorio de influencia del proyecto, mediante la descripción de las macro variables: biofísicas, socioeconómicas, políticas, institucionales, y simbólico culturales, para determinar su estado actual.

1. Alcance:

Alcance: recolección, descripción y sistematización de las macro variables propuestas, en la comunidad objeto de aplicación del proyecto, con el fin de determinar su situación actual (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas).

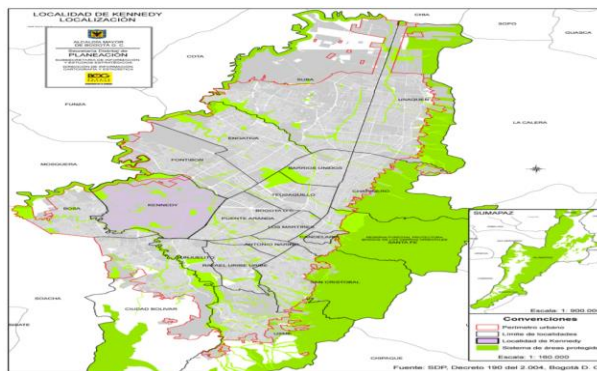
2. Macro variables

Biofísicas

La localidad:

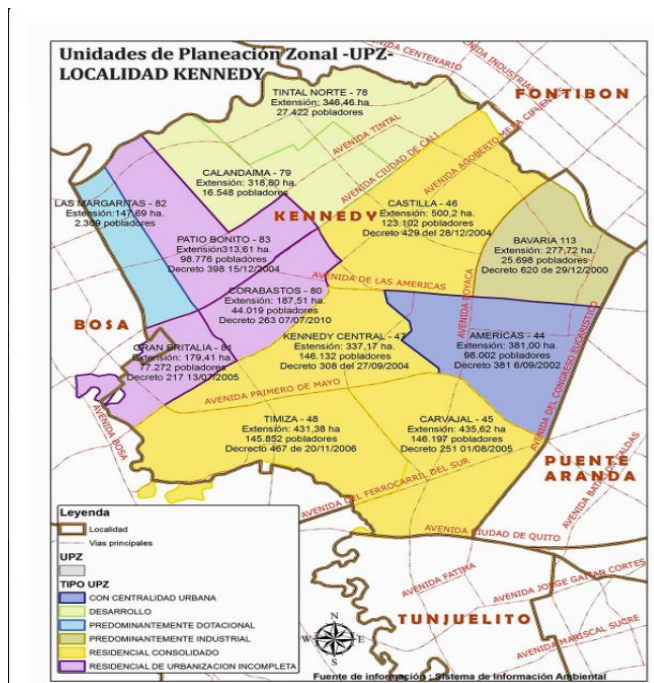
Localidad de Kennedy, la más grande de la ciudad, una Ciudad entre la Ciudad, un millón cincuenta mil habitantes, 12 Unidades de Planeación Zonal, más de 500 barrios, uno de los presupuestos más grandes de las localidades - 60.000 millones de pesos al año 2014 y la concentración de grandes dificultades que se concentran en sectores muy específicos, un potencial de participación inmensamente grande que concentra grandes expectativas de inversión en la solución de las problemáticas locales, que no son ajenas a la problemática de la Ciudad en donde la Administración Distrital a puesto todo su empeño y esfuerzo en adelantar acciones de reivindicación de las poblaciones más vulnerables haciendo una alta inversión social. (Informe de Rendición de Cuentas Localidad de Kennedy, 2014)

Ilustración 1: Localidades de Bogotá



Fuente: (Secretaria Distrital de Planeación, 2009)

Ilustración 2: Barrios Kennedy



Fuente: (Alcaldía Local de Kennedy, s.f.)

La localidad de Kennedy se ubica en el sector sur occidente de la ciudad y limita, al norte, con la localidad de Fontibón; al sur, con las localidades de Bosa y Tunjuelito; al oriente, con el

municipio de Mosquera, y al occidente, con la localidad de Puente Aranda. Kennedy tiene una extensión total de 3.859 ha., de las cuales 389 están clasificadas como suelo protegido. La localidad de Kennedy no presenta suelo rural. (Secretaría Distrital de Planeación, 2009)

Se encuentra demarcada de la siguiente manera: por el Oriente, limita con la Avenida Congreso Eucarístico (AV KR 68); por el Norte, con el Río Fucha y la CL 13; por el Sur, con la Autopista Sur, el Río Tunjuelito y la Avenida CL 40 Sur; por el Occidente, con Camino Osorio Bosa y el Municipio de Mosquera. La Localidad tiene una forma de cuadrado, cuyos puntos extremos son: al Noroccidente, la intersección del Río Fucha con el Río Bogotá; al Nororiente, la Avenida El Espectador con C113; al Suroriente, el cruce de la Avenida 68 con Autopista Sur; y al Suroccidente, el Río Tunjuelito y parte de la Avenida Ciudad de Cali. Por su posición geográfica, la localidad es considerada como una localidad periférica, de conexión entre las localidades de Bogotá y el sur occidente de Cundinamarca. Limita por el norte con la localidad de Fontibón y el municipio de Mosquera, al sur con las localidades de Bosa, Ciudad Bolívar y Tunjuelito; al oriente con la localidad de Puente Aranda y al occidente con la localidad de Bosa. (Secretaría Distrital de Salud, 2003)

Esta localidad cuenta con doce UPZ y se encuentra compuesta por 328 barrios: Américas 44, Carvajal 45, Castilla 46, Kennedy Central 47, Timiza 48, Tintal Norte 78, Calandaima 79, Corabastos 80, Gran Britalia 81, Patio Bonito 82 (Tabla 1)1, Las Margaritas 83 y Bavaria 113. (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

El Sector:

El territorio conformado por la UPZ 82 Patio Bonito queda ubicado en la localidad 8 Kennedy; para la UPZ 82 de acuerdo al Plan Estratégico Zonal1 se definieron los límites: Sur por la calle 42 G (Avenida Villavicencio), Occidente por la Ribera del río Bogotá (Avenida longitudinal), Oriente Carrera 86 (Avenida ciudad de Cali), Norte-Occidente calle 38 sur (Avenida de Los Muiscas), Norte-Oriente calle 5B (Avenida Manuel Cepeda Vargas). (Hospital del Sur, 2012)

Ilustración 3: Mapa del territorio de Patio Bonito, Kennedy



Fuente: Maritza Castiblanco – Geógrafa ASIS VSP -Hospital del Sur

Fuente: (Hospital del Sur, 2012)

Tabla 1. Barrios Patio Bonito

| Nº UPZ | NOMBRE UPZ | BARRIOS | |
|--------------|-----------------|----------------------|---|
| 82 | PATIO BONITO | AI TAMAR | I AS PAI MITAS |
| | | AVENIDA CUNDINAMARCA | LAS VEGAS |
| | | BARRANQUILLITA | LOS ALMENDROS |
| | | BELLAVISTA | NUEVA ESPERANZA |
| | | CAMPO HERMOSO | PARQUES DEL TINTAL (CAMPO ALEGRE LONDOÑO) |
| | | CIUDAD DE CALI | PATIO BONITO I |
| | | CIUDAD GALÁN | PATIO BONITO II SECTOR |
| | | CIUDAD GRANADA | PUENTE LA VEGA |
| | | DINDALITO | SAN DIONISIO |
| | | EL PARAÍSO | SAN MARINO |
| | | EL PATIO III SECTOR | SANTA MÓNICA |
| | | EL ROSARIO | SECTOR II ALTAMAR |
| | | EL ROSARIO III | SUMAPAZ |
| | | EL SAUCEDAL | TAYRONA |
| | | EL TRIUNFO | TINTALITO |
| | | HORIZONTE OCCIDENTE | TINTALITO II |
| | | JAZMÍN OCCIDENTAL | TOCAREMA |
| | | LA RIVERA | URB. DINDALITO I ETAPA |
| | | LA RIVERA II SECTOR | VILLA ALEXANDRA |
| | | LAS ACACIAS | VILLA ANDRÉS |
| LAS BRISAS | VILLA HERMOSA | | |
| LAS PALMERAS | VILLA MENDOZA | | |
| | SUBTOTAL | | 44 |

Fuente: (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

Tabla 2. Característica Urbanística Patio Bonito

| Nº | UPZ | Característica urbanística | Área/Ha. (1) | Población (2) | Decreto reglamentario de la norma urbanística |
|-----|----------------|--|--------------|---------------|---|
| 81 | GRAN BRITALIA | RESIDENCIAL DE URBANIZACION INCOMPLETA | 179,41 | 77.272 | 217 del 13 de julio de 2005 |
| 82 | PATIO BONITO | RESIDENCIAL DE URBANIZACION | 313,61 | 98.776 | 398 del 15 de diciembre de 2004 |
| 83 | LAS MARGARITAS | PREDOMINANTEMENTE DOTACIONAL | 147,69 | 2.309 | |
| 113 | BAVARIA | PREDOMINANTEMENTE INDUSTRIAL | 277,72 | 25.698 | 620 del 29 de diciembre de 2006 |

Fuente: (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

Reseña Histórica:

De acuerdo a lo que se encuentra documentado en reseña histórica del Hospital del sur indica lo siguiente: Patio Bonito no tiene una historia unificada, su desarrollo, algo desigual se enmarca en la dinámica social y política del país, se puede hablar de dos momentos específicos el poblamiento y la posterior urbanización, la mayoría de las familias que llegan a Patio Bonito, experimentan la lucha por la sobrevivencia, vienen de diversas zonas del país producto del desplazamiento o la búsqueda de nuevas oportunidades. Durante varios años, los habitantes del sector debieron luchar por conseguir el reconocimiento y la legalidad de sus barrios, así como la obtención de los servicios básicos. En este largo proceso la más dramática fue la tragedia que causó la inundación de 1979 que deja huella en la historia del territorio y de sus habitantes, quienes recuerdan con claridad las angustias, tristezas, desesperanzas y desasosiegos vividos

Patio Bonito construye su identidad, a través del tiempo labrado en su suelo vestigios de un desarrollo que llega a través de: La avenida Ciudad de Cali, el parque de las piscinas, la Alameda Santa Fe, el Centro de Desarrollo Comunitario Bellavista, el Centro Operativo Local y Colegio Bella Vista entre otras obras, que se mezcla y configuran un territorio con calles estrechas y un grave problema de los canales que aportan al problema de contaminación ambiental y de calles aun sin pavimentar (3). Esta situación solo deja ver, como los comienzos del sector de Patio Bonito fueron difíciles, la reconstrucción de sus barrios y recuperación de lo perdido, se convirtió en tarea de todos, permitiendo que la solidaridad y organización social hiciera que sus habitantes se sintieran contentos y orgullosos de un territorio que han contribuido a forjar y a construir a pulso, es decir, con sus propias manos, el espíritu emprendedor y trabajador de su gente, la humildad y sencillez de sus pobladores y sus viviendas, los hace propietarios, del comercio tan variado tienen, los centros educativos, las vías construidas y las ciclo rutas. Este enorme crecimiento de Patio Bonito trajo consigo otro tipo de conflictos como la violencia y delincuencia traída de otras

regiones y reproducida por las precarias condiciones de vida, especialmente de los más jóvenes. No es raro que, ante esto, algunos vean la solución en el toque de queda o medidas similares contra los jóvenes, desconociendo que la solución pasa por mejorar las perspectivas de una vida digna para las futuras generaciones donde tengan cabidas los niños y jóvenes.

Pero los conflictos, la falta de oportunidades, el desempleo y la dinámica que se genera por la cercanía a Corabastos ha generado una economía informal del reciclaje, el bodegaje, el rebusque, ocasionando cambios no tan permitidos en el uso del suelo y trayendo, problemas de contaminación y salud, que se mezcla con viviendas en condiciones muy precarias. (Hospital del Sur, 2012)

Nivel educativo:

En cuanto al nivel educativo, la mayoría de los individuos caracterizados en el período informado tienen algún grado de primaria o primaria completa, en menor proporción se encuentran los que tienen algún grado de secundaria o secundaria completa. En el territorio también se encuentran, aunque en menor porcentaje técnicos, tecnólogos y hasta universitarios con postgrado. Cada año, también se identifican individuos analfabetos. El territorio de Patio Bonito cuenta con siete (7) Sedes Educativas del sector público entre estos se encuentran La IED Rodrigo de Triana, El Hernando Duran Dusan, IED Ciudad de Fόμεque, IED Eduardo Umaña Luna, entre otros; por otro lado, el territorio cuenta con 100 Jardines, se identificaron (80) HOBIS y 40 FAMIS. Adicional Patio Bonito no cuenta con ninguna sede universitaria, cuenta con corporaciones de educación superior que ofrecen programas técnicos y tecnológicos. (Hospital del Sur, 2012)

Tabla 3. Distribución de escolaridad Patio Bonito 2004 a 2012

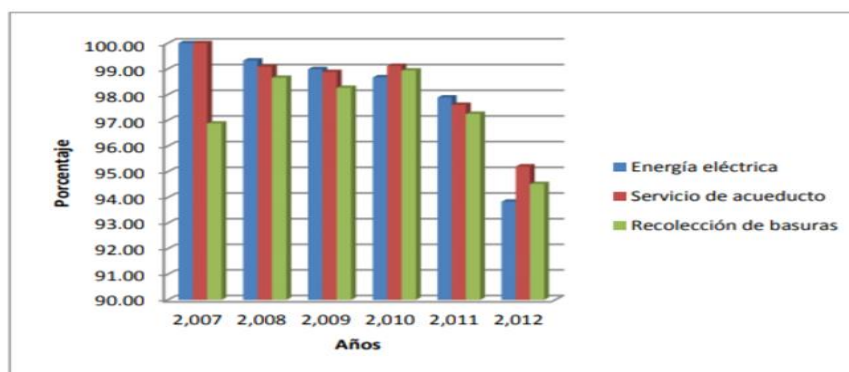
| ANALFABETISMO | | PRIMARIA | | SECUNDARIA | | TECNICA | | TECNOLÓGICA | | UNIVERSITARIA | | POSTGRADO | |
|---------------|-----|------------|----------|------------|----------|------------|----------|-------------|----------|---------------|----------|------------|----------|
| AÑOS | SI | INCOMPLETA | COMPLETA | INCOMPLETA | COMPLETA | INCOMPLETA | COMPLETA | INCOMPLETA | COMPLETA | INCOMPLETA | COMPLETA | INCOMPLETA | COMPLETA |
| 2004 | 59 | 1259 | 6005 | 1481 | 1380 | 28 | 6 | 6 | 0 | 29 | 0 | 2 | |
| 2005 | 369 | 5226 | 35785 | 7787 | 11628 | 301 | 96 | 55 | 16 | 439 | 36 | | 6 |
| 2006 | 31 | 455 | 3775 | 735 | 1590 | 49 | 6 | 34 | 0 | 166 | 12 | | |
| 2007 | 59 | 1043 | 7450 | 1439 | 2940 | 138 | 36 | 24 | 0 | 263 | 0 | | |
| 2008 | 302 | 4457 | 31145 | 6160 | 12438 | 388 | 84 | 80 | 0 | 741 | 0 | 12 | |
| 2009 | 167 | 2377 | 17520 | 3434 | 8040 | 344 | 84 | 67 | 8 | 391 | 0 | | |
| 2010 | 388 | 3818 | 29170 | 5841 | 12714 | 491 | 48 | 76 | 0 | 521 | 0 | 1 | |
| 2011 | 264 | 1926 | 15380 | 2979 | 7116 | 288 | 60 | 59 | 0 | 366 | 0 | 4 | |
| 2012 | 246 | 941 | 8445 | 1436 | 4728 | 223 | 24 | 56 | 0 | 240 | 0 | 2 | |

Fuente: (Hospital del Sur, 2012)

Servicios Públicos:

La cobertura de servicios públicos del barrio patio bonito desde el año 2007 al 2012 es el que se evidencia en el siguiente tabla.

Tabla 4. Cobertura de servicios 2007 a 2012



Fuente: (Hospital del Sur, 2012)

Vías de Acceso:

Las vías principales de la UPZ 82, Patio Bonito, o Malla Vial Arterial, que la conectan con el resto de la ciudad, son las avenidas Longitudinal de Occidente y ALO en su costado occidental y la Ciudad de Cali en su costado oriental, de las cuales dependen ésta y otras UPZ cercanas, pues las relaciona con el resto de la ciudad de manera directa. La Avenida Longitudinal de Occidente, como ya se ha mencionado, conecta directamente a la UPZ con la región a través de la autopista sur y de la calle 13 o avenida El Centenario. Sin embargo, no cuenta con ningún acceso directo desde las vías que conforman el sector. Otra vía muy importante es la avenida Ciudad de Cali, que logra unir las UPZ Patio Bonito y El Porvenir, apoyándose también en las avenidas Primero de Mayo, Villavicencio y Manuel Cepeda, las cuales son soporte del sistema de transporte masivo Transmilenio. El principal problema de conexión de la UPZ se presenta en sentido norte sur, en especial en el barrio Patio Bonito, donde no existen calles que se comuniquen con las vías principales planteadas por el POT. (Kennedy Cartilla Patio Bonito, 2007)

Transporte:

Las avenidas Primero de Mayo, Manuel Cepeda y Américas soportan el sistema de transporte masivo Transmilenio. Otros sectores, como los cercanos a la alameda de Patio Bonito, manejan rutas de buses sobre la calle 38 sur. Las rutas de buses están modificadas en la actualidad por las obras que se adelantan en las vías y en espacio público. Conectividad- accesibilidad con ciudades y zonas vecinas: Sobre las avenidas Manuel Cepeda, Los Muiscas, Tintal y Ciudad de Cali, se encuentran la mayoría de usos comerciales y de equipamientos rotacionales que benefician a los sectores más cercanos. En el sector que se encuentra entre las futuras avenidas de Villavicencio, Los Muiscas, Tintal y Ciudad de Cali, se desarrolla comercio zonal y vecinal. Sin embargo, algunas

de las vías no tienen continuidad, ya que a su paso se encuentra la alameda de Patio Bonito. (Hospital del Sur, 2012)

También se evidencia el transporte informal como bicitaxismo y rutas piratas, debido a que el acceso a algunas partes del sector patio bonito son alejadas y congestionadas la gente realiza el uso de estos medios de transporte para ahorrar tiempo. (Autores)

Zonas Verdes:

Las UPZ Patio Bonito, Kennedy Central y Carvajal tienen los menores indicadores de parques y zonas verdes por habitante, con menos de 2 m² de parque y zonas verdes por habitante; las UPZ Gran Britalia y Corabastos tienen entre 2 y 3 m² de parques y zonas verdes por habitante. Las UPZ Castilla y Américas tienen un indicador similar al promedio de la localidad, es decir 3,24 y 3,50 m² de parques y zonas verdes por habitante, respectivamente. Las UPZ Timiza (5,05 m²), Tintal Norte (4,30 m²) Calandaima (4,20 m²) y Bavaria (5,34 m²) tienen los mejores indicadores. La UPZ Las Margaritas tiene 212,01 m² de parques y zonas verdes por habitante, en razón a que allí se ubica el parque metropolitano El Porvenir.

Tabla 5. Parques y Zonas verdes Kennedy

| UPZ | Parques Actuales Cantidad | Área total (m ²) | Población | m ² por hab. |
|-----------------|---------------------------------|------------------------------|----------------|----------------------------|
| Américas | 70 | 343.355,88 | 98.002 | 3,50 |
| Carvajal | 70 | 263.240,15 | 146.197 | 1,80 |
| Castilla | 67 | 398.520,73 | 123.102 | 3,24 |
| Kennedy Central | 107 | 236.155,85 | 146.132 | 1,62 |
| Timiza | 108 | 737.185,06 | 145.852 | 5,05 |
| Tintal Norte | 1 | 117.829,95 | 27.422 | 4,30 |
| Calandaima | 7 | 69.515,21 | 16.548 | 4,20 |
| Corabastos | 7 | 123.117,67 | 44.019 | 2,80 |
| Gran Britalia | 44 | 179.423,80 | 77.272 | 2,32 |
| Patio Bonito | 44 | 147.627,40 | 98.776 | 1,49 |
| Las Margaritas | 2 | 489.551,98 | 2.309 | 212,02 |
| Bavaria | 8 | 137.340,43 | 25.698 | 5,34 |
| Total | 535 | 3.242.864,11 | 951.330 | 3,41 |

Fuente: (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

Socioeconómicas

Patio Bonito, se desarrolla en un sector productivo secundario y terciario, donde su principal operación estratégica la brinda estar cerca de la central de corabastos que se encuentra ubicada en la UPZ del mismo nombre y que comprende el abastecimiento de alimentos de la ciudad. (Kennedy Cartilla Patio Bonito, 2007)

De acuerdo al trabajo realizado por nosotros en la fundación también se logró evidenciar un fuerte comercio informal [Vendedores ambulantes, bicitaxismo, rutas piratas entre otros], adicional del uso de las viviendas para actividades económicas como locales comerciales o destinación de la vivienda para arriendo habitacional. (Autores)

También se identifica una problemática con la empleabilidad del sector de acuerdo a lo documentado en la secretaria de cultura recreación y deporte indicaba:

La tasa de ocupación (55,5%) es inferior a la de la Ciudad (55,1%), según ECVB 2007. Las actividades que más ocuparon personas residentes en Kennedy fueron: comercio, hoteles y restaurantes (29%), servicios sociales, comunales y personales (25%), industria manufacturera (19%). La tasa de desempleo (16,3%) es la más alta de las localidades y está por encima de la de Bogotá (13,1%). En Kennedy reside el mayor número de desempleados de Bogotá (71.000). La participación de la mano de obra en el mercado laboral, medida por la tasa global de participación, TGP, fue 61,6% en el 2003. Este porcentaje se ubicó por debajo del de Bogotá (63,4%) y de otras 15 localidades. Kennedy fue la segunda localidad con mayor participación en el total de empleados de la ciudad, 12,1% (361.000 personas), después de Suba (12,8%). Sin embargo, la tasa de ocupación de la localidad (51,5%) fue la segunda más baja en la ciudad, 3,6 puntos por debajo de la de Bogotá (55,1%). En 2004, las empresas de la localidad de Kennedy reportaron empleo para 30.634 personas. Con este resultado, la localidad ocupó el puesto 10 en relación al indicador de puestos de trabajo entre las demás localidades de la ciudad. Los sectores más representativos en la generación de empleo en la localidad fueron: industria (39%), comercio (30%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (14%). La mi pyme generó el 64% de puestos de trabajo y la gran empresa el 36%. (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

Se evidencia información de patio bonito donde indica lo siguiente: En cuanto a las personas caracterizadas se establece que en primer lugar se encuentran los empleados (formales), seguido de los trabajadores no formales y de los que trabajan por cuenta propia. En este territorio, en el período informado también se identificaron miembros de cooperativas de productores, trabajadores familiares y hasta empleadores. (Hospital del Sur, 2012)

Tabla 6. Tipos de empleo de la población de Patio Bonito 2004 a 2012

| Años | Desempleado | Empleado | Trabajador No Formal | Trabajador por cuenta propia | Miembro de cooperativa de productores | Trabajador Familiar Auxiliar | Empleador |
|------|-------------|----------|----------------------|------------------------------|---------------------------------------|------------------------------|-----------|
| 2004 | 161 | 313 | 6 | 302 | | 6 | 2 |
| 2005 | 4148 | 1691 | 317 | 1717 | 4 | 2 | 18 |
| 2006 | 320 | 192 | 49 | 184 | | | |
| 2007 | 744 | 254 | 205 | 332 | 1 | 1 | |
| 2008 | 3405 | 883 | 2444 | 610 | 56 | 18 | 12 |
| 2009 | 1790 | 718 | 954 | 420 | 67 | 12 | 9 |
| 2010 | 3026 | 1377 | 942 | 1048 | 22 | 29 | 7 |
| 2011 | 1476 | 802 | 502 | 428 | 6 | 38 | 7 |
| 2012 | 954 | 82 | 82 | 104 | 4 | 1 | |

Fuente: (Hospital del Sur, 2012)

Político-Institucionales

Los actores que hacen presencia en el sector de patio bonito se puede indicar la presencia de los trece sectores del distrito como: Gestión Pública, Gobierno, Hacienda, Seguridad y Convivencia, Planeación, Desarrollo Económico industrial y turismo, Educación, Salud, Integración Social, Cultura, Recreación y Deporte, Ambiente, Movilidad, Hábitat, Mujeres. Las diferentes entidades que desenvuelven sus programas atendiendo su población se puede identificar a: Instituto Distrital de la Participación Cultural, Secretaria Distrital de Integración Social, Secretaria Distrital de Ambiente, Secretaria Distrital de Hábitat, Empresa de Transporte del Tercer Milenio Transmilenio S.A., Instituto para la Economía Social –IPES, Instituto de Desarrollo Urbano IDU, Instituto Distrital para la Protección de la niñez y la juventud IDEPRON, Instituto Distrital de Recreación y Deporte IDRDR, Jardín Botánico de Bogotá, Policía Metropolitana de Bogotá. (Autor)

Dentro del desarrollo del Plan de Desarrollo Local “Kennedy Mejor Para Todos” “LOCALIDAD EJEMPLO PARA TODOS”, 2017 – 2020 los objetivos de la localidad son:

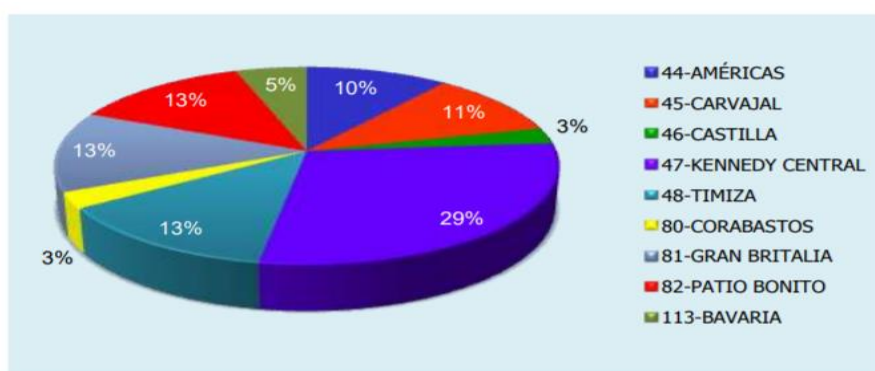
- 1) Promover y potenciar el desarrollo integral de la población de la localidad desde la gestación hasta la adolescencia con énfasis en quienes tienen condiciones de vulnerabilidad.
- 2) Fortalecer las capacidades y oportunidades de la población vulnerable de la localidad, especialmente adultos mayores y personas en situación de discapacidad, en función de aumentar la igualdad de calidad de vida.
- 3) Disminuir el riesgo de pérdidas de vidas humanas, ambientales y económicas en la localidad, asociadas a eventos de origen natural o social.
- 4) Reducir las brechas de desigualdad que afectan las condiciones de acceso y permanencia en la educación preescolar primaria, secundaria y media, de los niños, niñas y adolescentes de la localidad.
- 5) Desarrollar las capacidades de los ciudadanos, a través de programas de formación, que comprendan una amplia oferta de escenarios y espacios culturales, recreativos y deportivos en la localidad. (Kennedy Mejor Para Todos , 2016)

Simbólico-Culturales

La localidad de Kennedy realmente no cuenta con escenarios adecuados para el encuentro colectivo y especialmente equipado para el goce de espectáculos culturales, y mucho menos para

la formación y práctica de artistas y aprendices. Lo que ha sido tradicional es el aprovechamiento de auditorios institucionales de colegios, hospitales, centros comunitarios, salones comunales y sedes de alguna que otra organización local y de la JAL, y los parques, para llevar espectáculos más de carácter local que distrital y nacional. (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

Grafico 1. Escenarios Culturales por UPZ



Fuente: (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

La localidad de Kennedy de acuerdo al Decreto 606 del 26 de julio del 2001, cuenta con 4 inmuebles catalogados como bienes de interés cultural. Estos son:

1. Estadio Metropolitano Ciudad de Techo. UPZ Américas
2. Hacienda Tagaste. UPZ Tintal Norte
3. Hacienda Las Margaritas. UPZ Las Margaritas
4. Clínica Nuestra Señora de la Paz. UPZ Bavaria

Adicional la localidad cuenta con 3 monumentos:

1. Monumento de Banderas
2. SIE La Diosa del Agua.
3. Monumento conmemoratorio a Manuel Cepeda.

Los parques zonales de patio bonito son:

Parque Patio Bonito: 6.495 m². CL 34 Bis N° 88 D 12. Salón múltiple, cerrado, para 200 personas; piscinas para niños y adultos; canchas de baloncesto, microfútbol y múltiple; unidad infantil mixta; biblioteca PPP, bancas, zonas verdes pequeñas y arborización para recreación pasiva; programas de escuela de natación, recreación infantil y grupos de adultos mayores. (Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes, 2008)

6. Análisis DOFA

| | Fortalezas | Debilidades |
|---|--|--|
| | Factor | Factor |
| | F1 Trabajo orientado a contribuir con el mejoramiento de la sociedad | D1 Falta de conocimiento acerca de los procesos para la elaboración de los productos |
| | F2 Apoyo de elementos audiovisuales por parte de la fundación internacional MLM e infraestructura adecuada para la capacitación | D2 Ideas de negocio no construidas |
| | F3 capacidad de innovación preservando el medio ambiente | D3 No cuentan con estrategias de mercadeo para darse a conocer dentro de su comunidad. |
| | F4 Disposición e interés por parte de la comunidad en adquirir nuevos conocimientos que les permita llevar a cabo sus ideas de negocio | D4 Falta de recursos económicos para llevar a cabo sus ideas de negocio |
| Oportunidades | Estrategias FO | Estrategias DO |
| Factor | FO1 Fortalecer las ideas de negocio mediante la capacitación y acompañamiento constante que permita llevar a término su plan de negocio y ello contribuya con el mejoramiento continuo de la sociedad en general. | D1O3 Aprovechar al máximo los espacios establecidos para la capacitación apoyando a la comunidad en la búsqueda del conocimiento acerca de los procesos, procedimientos y reglamentación para la elaboración de sus productos. D4O2 Buscar mediante la Ley de emprendimiento 1014 de 2006 en el Art 4 "Obligaciones del estado" en los numerales 1 a 6 el apoyo financiero por medio de las distintas fuentes estatales para llevar a cabo los planes de negocio. |
| O1 Fortalecimiento de las ideas de negocio | F3O4 Generación de ideas de negocio que permitan a la sociedad satisfacer sus necesidades siempre en busca de cuidar y preservar el medio ambiente, oportunidades de negocio transformando desechos y permitiendo su reutilización. | |
| O2 Ley de emprendimiento 1014 de 2006 | F4O2 Interiorizar y dar a conocer a la comunidad adscrita a la FIMLM las entidades y leyes existentes fomentan y apoyan la cultura del emprendimiento. | |
| O3 Aprovechamiento del espacio | | |
| O4 Apertura a nuevas ideas y oportunidades de negocio | | |
| Amenazas | Estrategias FA | Estrategias DA |
| Factor | | |
| A1 Inseguridad en el sector | F4A2 Mantener motivados a los participantes demostrando en cada una de las sesiones una excelente disposición, preparación de los temas a tratar y empatía con cada uno de los asistentes. | D4A3 Generación de ideas de negocio económicas pero rentables que permita llevar a término la idea de negocio contribuyendo en el mejoramiento de la situación económica del sector. |
| A2 Deserción de los participantes | | |
| A3 Alto nivel de pobreza en el sector | | |

Fuente: Elaboración Propia de Autores

Conclusiones Matriz DOFA

La Fundación Internacional María Luisa de Moreno ofrece diferentes ventajas a las personas adscritas al programa despertar emprendedor, entre estas la oportunidad de recibir capacitación en temas de desarrollo humano y empresarial, trabajando de la mano de los estudiantes de la Universidad de la Salle para ver materializados los proyectos e ideas de negocio aprovechando al máximo los espacios establecidos para la capacitación, apoyando a la comunidad en la búsqueda de conocimiento acerca de procesos, procedimientos y reglamentación para la elaboración de sus productos, teniendo en cuenta además las ayudas e información de las que provee el estado y que permiten contribuir con el desarrollo de las ideas emprendedoras aportando y ofreciendo mejores oportunidades a la sociedad en general; por otro lado factores como la deserción por parte de los

asistentes por diferentes situaciones que se presenten no benefician el óptimo desarrollo en cuanto a la materialización de sus ideas de negocio.

Plan de trabajo

Objetivo General

Capacitar en temas de emprendimiento empresarial a las personas inscritas en el programa Despertar emprendedor de la Fundación Internacional María Luisa de Moreno en el sector de Patio Bonito en Kennedy, Bogotá.

Objetivos Específicos:

1. Realizar un diagnóstico de la organización y su entorno a partir de la matriz DOFA.
2. Implementar el modelo de capacitación “DESPERTAR EMPRENDEDOR” propuesto por la Fundación Internacional María Luisa de Moreno.
3. Evaluar la capacitación implementada y los proyectos emprendedores elaborados a partir de una feria empresarial.

Cronograma

| ESTRATEGIA | OBJETIVO | ACTIVIDADES | RECURSOS | TIEMPO | FECHA |
|---|--|---|--------------|---------|------------|
| Caracterización del sector a intervenir | Describir las características sociales, económicas, políticas, culturales y biofísicas del sector de Patio Bonito. | Realizar un recorrido a los alrededores del lugar destinado para realizar las capacitaciones | Humanos | 1 mes | 1/06/2017 |
| | | Buscar información que nos aporte datos de acuerdo a las características que necesitamos conocer del sector | Tecnológicos | | |
| Días operativos | Seminario producto mínimo viable | Los participantes inscritos al proyecto emprendedor de la fundación María Luisa de Moreno sede patio bonito, proceden a realizar una presentación de sus ideas de negocios exponiendo su producto, el nombre del negocio, cuál es la expectativa que tienen del negocio, donde estaría ubicado entre otros. | Humanos | 4 Horas | 1/07/2017 |
| | Conocer la importancia de la familia dentro del desarrollo de las sociedades y la función que cada uno de los participantes debe desempeñar en la misma. | Explicar la familia como empresa, explicar el concepto de liderazgo. | Humanos | 3 Horas | 8/07/2017 |
| | | Dibujar a ciegas | | | |
| | Diseñar la Misión, Visión y objetivos que se plantean en las empresas, las áreas que la componen y los agentes externos que la afectan. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar la explicación del significado de: Misión, Visión y Objetivos. 2. Armar rompecabezas con misiones y visiones de diferentes empresas conocidas por los participantes. | Humanos | 3 Horas | 15/07/2017 |

| | | | | |
|--|--|--------------|---------|------------|
| | 3. Explicación de la estructura organizacional de una compañía. | | | |
| | Ver video "Historia de Mc Donas" | Tecnológicos | | |
| Definir y analizar el concepto de Precio como elemento primordial de la competitividad y posicionamiento del producto, buscando hallar el punto de equilibrio de la idea de negocio. | <ol style="list-style-type: none"> Definición de precio Determinar los factores para determinar el precio. Paso para determinar el precio Estrategias de precio Explicación de concepto de valor agregado. Juego de " El precio es Correcto " | Humanos | 3 Horas | 22/07/2018 |
| Identificar el concepto de producto y sus características. | <ol style="list-style-type: none"> Explicación de conceptos como: Mercadeo, Producto, Marca, Eslogan, Etiqueta y logotipo. Actividad de clasificación de productos por medio de un collage. Lectura de cómo generar ideas | Humanos | 3 Horas | 29/07/2018 |
| | Ver video " Cortos Animados - Generando Ideas" | Tecnológicos | | |
| Diseñar canales de distribución que aporten ventajas competitivas frente a mis competidores y sus características. | <ol style="list-style-type: none"> Definición de conceptos: Canales de distribución, funciones, clasificación, fases del canal de distribución. Realizar evaluación de los conceptos explicados Ejercicio práctico de los canales de distribución Juego de Tenga | Humanos | 3 Horas | 5/08/2017 |
| | Ver 2 videos relacionados con el tema canales de distribución. | Tecnológicos | | |
| Conocer los conceptos de oferta, demanda y valor del mercado e identificarlos en mi plan de | 1. Definición de los conceptos: Oferta, Demanda y Valor del mercado. | Humanos | 3 Horas | 12/08/2017 |

| | | | | |
|---|---|--------------|---------|------------|
| negocio. | 2. Desarrollo de actividad: A través de guías se evidencia lo aprendido en la explicación de los conceptos. | | | |
| | Ver video " ¿Qué es el mercado? La oferta y la demanda. | Tecnológicos | | |
| Identificar a nivel general donde nos encontramos en relación a nuestro servicio al cliente y como mejorar para mantener clientes satisfechos. Relación costo beneficio ,estrategias de fidelización y como brindar un mejor servicio al cliente. | <p>1. Explicación de las diferencias entre costo y beneficio.</p> <p>2. Explicación de que significa fidelizar clientes</p> <p>3. Significado de servicio al cliente</p> <p>4. Ejercicio práctico, se entrega cuestionario para ser desarrollado por los participantes, se procede a dividir el grupo en 3 subgrupos y procederán a realizar una actuación de acuerdo a los temas asignados.</p> | Humanos | 3 Horas | 19/08/2017 |
| | Ver videos de ejemplos con temas sobre: Claves de un mejor servicio y fidelización de clientes para el plan de negocios. | Tecnológicos | | |
| Identificar las fuentes de ingresos y punto de equilibrio que impacten positivamente el plan de negocio. | <p>1. Explicación de las diferencias entre fuente de ingresos, generación de ingresos, punto de equilibrio y definición de ventas .</p> <p>2. Desarrollo de un cuestionario de preguntas</p> <p>3. Conversatorio con los participantes de las diferentes formas estratégicas para generar fuente de ingresos.</p> <p>4. Realizar actividad, cada participante debe realizar una cartelera con las estrategias de fuente de ingresos que se pueden implementar en la idea de negocio de ellos.</p> | Humanos | 3 Horas | 26/08/2017 |

| | | | | |
|---|--|---------|---------|------------|
| <p>Identificar y determinar los procesos que se desarrollan en su idea de negocio y asegurar la disponibilidad de los recursos requeridos para la operación de los procesos.</p> | <p>1. Definición y explicación del área de producción y su importancia, ¿Qué son los procesos y las partes que lo componen.</p> <p>2. Realizar caso práctico con compra de cuadernos.</p> <p>3. Explicación de la importancia de la calidad para las organizaciones y su relación con la satisfacción del cliente.</p> <p>4. Realizar caso práctico con los pasos que comprenden la calidad de un producto o servicio.</p> <p>5. Solucionar anexo de las actividades de un proceso productivo.</p> | Humanos | 3 Horas | 2/09/2017 |
| <p>Identificar aquellos puntos básicos a tener en cuenta cuando se acude a un proveedor y la importancia del comportamiento del consumidor dentro del proceso de compras de la empresa</p> | <p>1. Definición de área de compras</p> <p>2. Objetivos del área de compras</p> <p>3. Proceso de compra</p> <p>4. Definición y clase de proveedores</p> <p>5. Proceso para seleccionar un proveedor</p> <p>6. Ejercicio práctico de casos</p> | Humanos | 3 Horas | 9/09/2017 |
| <p>Determinar cuáles son los clientes potenciales que podré trabajar para mi negocio, acorde con el resultado de la segmentación de mercado que realice y las estrategias a realizar frente a la competencia.</p> | <p>1. Definición y clases del mercado</p> <p>2. Definición segmentación de mercados y beneficios.</p> <p>3. Análisis y clases de competencia</p> | Humanos | 3 Horas | 16/09/2017 |

| | | | | |
|--|---|--------------|---------|------------|
| | 4. Actividad Anexo: cada participante tendrá una anexo para ser desarrollado de acuerdo a su producto o servicio. | | | |
| | Ver videos relacionados con la competencia en el mercado. | Tecnológicos | | |
| Identificar las alianzas necesarias para desarrollar la idea de negocio con éxito, optimizando los recursos necesarios para ejecutarlo | 1. Definición de conceptos: Aliados estratégicos, el éxito de una alianza estratégica, las alianzas son de calidad no de cantidad, como identificar un aliado estratégico. 2. Perfil de un aliado estratégico 3. Actividad Rompecabezas: La actividad pretende que los participantes se asocien para armar el rompecabezas. | Humanos | 3 Horas | 23/09/2017 |
| Conocer la importancia de manejar y aplicar los flujos de caja y capital de trabajo dentro de una organización sin importar el tamaño de esta, siendo un factor importante para el crecimiento | 1. Concepto e importancia del flujo de caja 2. Diagrama del flujo de caja 3. Estructura del flujo de caja 4. Recomendaciones para aumentar el flujo de caja 5. Ejercicio práctico de flujo de caja 7. Concepto de capital de trabajo | Humanos | 3 Horas | 30/09/2017 |
| Identificar el concepto de costos y sus características. | 1. Definición de costos 2. Porque es importante los costos para las empresas 3. Tipo de Costos 4. Ejercicio práctico para determinar los costos de un producto o servicio. | Humanos | 3 Horas | 7/10/2017 |
| | Video explicativo de costos directos e indirectos | Tecnológicos | | |
| Determinar la importancia de un presupuesto para cumplir con los | 1. Definición de presupuesto 2.Cuál es el objetivo del presupuesto | Humanos | 3 Horas | 14/10/2017 |

| | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|--------------|---------|------------|
| | objetivos propuestos expresados en términos monetarios. | 3. Ejemplo para realizar un presupuesto. 4. Solución de dudas referente con el presupuesto y ejemplos de aplicación a los proyectos productivos. | | | |
| | | Video explicativo de presupuesto. | Tecnológicos | | |
| | Participar en la feria de emprendimiento para que los participantes expongan su producto y/o servicio terminado. | 1. Colaborar con los participantes para la ubicación de los stands 2. Estar pendiente de los participantes para solución de inquietudes o dificultades que se puedan presentar. | Humanos | 6 Horas | 28/10/2017 |
| | Finalizar el proceso de capacitación en el desarrollo de un modelo de negocio productivo. | 1. Asistir a la graduación de los participantes que culminaron satisfactoriamente su proceso de capacitación. | Humanos | 5 Horas | 7/12/2017 |
| Conclusión del trabajo realizado. | Presentar los resultados del proyecto | 1. Documentar los resultados según los objetivos planteados. 2. Realizar las recomendaciones de acuerdo al trabajo realizado. | Humanos | 1 Mes | 15/02/2018 |

Fuente: Elaboración Propia de Autores

6. Marco teórico

6.1 Antecedentes de investigación

A continuación, se relacionan trabajos de investigación los cuales tratan el tema del emprendimiento en Colombia, esta información es de gran utilidad ya que los mismos presentan planteamientos similares a los indicados en el presente estudio, brindando de esta manera distintas perspectivas sobre el mismo tema.

Se consideró el artículo investigativo realizado por Matíz B., F. J., & Naranjo, G. (2013). La financiación de nuevas empresas en Colombia, una mirada desde la demanda. *Revista Escuela De Administración De Negocios*.

Argumentan los investigadores sobre el emprendimiento en Colombia. Indican que los dos principales problemas a los que se enfrenta los emprendedores es al acceso de mercado (Obtener clientes) y la financiación de sus iniciativas empresariales, en Colombia durante los últimos años el emprendimiento ha tenido una importante dinámica en diferentes campos, tales como la formación de emprendedores, la generación de políticas y programas de apoyo al emprendimiento y sobre todo el desarrollo de un importante número de iniciativas de apoyo tanto financiero como no financiero, de origen público como privado.

Colombia se ha venido presentando como uno de los países con mayores niveles de emprendimiento en el mundo; sin embargo, estas iniciativas o proyectos están aún lejos de ser mayoritariamente propuestas innovadoras y sostenibles en el tiempo, situación que se ve claramente reflejada a la hora de indagar sobre los niveles de inversión involucradas en las mismas.

Un factor no solo predominante en el proceso de desarrollo empresarial sino fundamentalmente constante, es la financiación de las organizaciones que lo asumen, esto, debido a que a lo largo de su proceso de evolución y desarrollo desde la concepción misma de la iniciativa, hasta la consolidación y crecimiento de esta, el acceso a recursos entre ellos los financieros, es una necesidad constante y en evolución; es así como en cada una de estas etapas se han desarrollado diferentes modelos de financiación diseñados teniendo en cuenta las características tanto de las organizaciones como de sus gestores, generando un esquema denominado la cadena de la financiación empresarial (Matiz y Mogollón 2008).

Cardullo (1999) plantea esta cadena de la financiación empresarial en una clara relación entre las diferentes fuentes o mecanismos de financiación y los niveles de desarrollo de las empresas beneficiarias de los mismos, de esta manera en la medida en que una empresa evoluciona en el proceso de desarrollo empresarial, sus mecanismos y estrategias de financiación se hacen a su vez cada vez más especializadas.

Otros autores como Berger y Udell (1998) sostienen que las PyMEs que tienen una estrategia de crecimiento recorren un ciclo de financiamiento en el que acceden a fuentes e instrumentos a medida que las empresas crecen, ganan experiencia y a su vez el proceso se hace más transparente. A medida que la empresa crece puede acceder a financiamiento a través de intermediarios, capital de riesgo y préstamos bancarios. Finalmente, aquellas empresas que sobreviven y continúan creciendo acceden a los mercados públicos. (Matiz y Mogollón 2008).

El caso colombiano se aleja un poco de estos planteamientos, en gran medida porque el mercado financiero para el emprendimiento o las nuevas empresas es un ejercicio aún incipiente y en etapas realmente tempranas; históricamente el país ha abordado la financiación empresarial como el resultado de esfuerzos únicamente del sector bancario de allí la explicación de gran parte de la problemática que da origen al presente estudio. De acuerdo con Arbeláez, Zuleta y Velasco (2004), el 14% de los créditos solicitados por las microempresas colombianas es rechazado principalmente por problemas tales como la Incapacidad de pago de los solicitantes (20%), la no presentación de ingresos permanentes (15%), así como problemas a la hora de presentar codeudores (28%), o por encontrarse reportados en centrales de riesgo (5%), situaciones que en gran medida menoscaban las reales posibilidades de desarrollo económico del sector pyme y emprendedor en el tejido empresarial colombiano.

Mercados más desarrollados como lo son el de los Estados Unidos o Europa, presentan una Industria de Capital de Riesgo con una gran variedad de inversionistas tanto institucionales como particulares (Barona, Gómez y Torres 2006), situación que en gran medida ha generado el desarrollo de nuevas iniciativas a lo largo del mundo, siendo Colombia uno de los muchos ejemplos que de una manera más reciente se han preocupado por la generación de una mayor, aunque aún no suficiente, oferta de mecanismos para la financiación de nuevas empresas; sin embargo esta incipiente industria se presenta aún alejada del grueso del movimiento emprendedor del país.

A cerca del fracaso empresarial en Colombia, se consideró el artículo investigativo realizado por ROMERO ESPINOZA Fredy, MELGAREJO MOLINA Zuray Andrea y VERA COLINA Mary Analí, titulado “Fracaso Empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia” (2015).

Los investigadores buscan identificar las variables financieras que explican la situación de fracaso empresarial de la pequeña y mediana empresa (pyme) en Colombia. Para alcanzar este fin, se tomaron los resultados financieros de todas las empresas que están obligadas a reportar ante la Superintendencia de Sociedades de Colombia para los años 2009 a 2013.

Según estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), la pequeña y mediana empresa (pyme) se caracteriza por sus elevadas tasas de mortalidad; así, en Colombia se estima una tasa de cierre del 16.4% para el año 2009, según datos de la Cámara de Comercio de Bogotá en 2006; se destaca en el trienio 2003-2006 que se crearon en la capital del país 43,716 nuevas empresas, con un crecimiento del 16% respecto al trienio anterior, pero se estima que en el mismo periodo se liquidaron 8593 empresas que representaban 3.3 billones de pesos en capital acumulado, casi el

20% respecto a las empresas formadas (Vega, Castaño & Mora, 2011, p. 13), clara evidencia de las limitadas posibilidades que este tipo de organizaciones tienen para llegar a estados de longevidad que les permitan consolidarse en un mercado.

Se dan datos interesantes como: las empresas se liquidación en su gran mayoría por reorganización que por liquidación voluntaria; así como se evidencia que los sectores de las empresas que más se liquidan son de comercio y construcción, también data que las liquidaciones de estas empresas se presentan entre el año 6 al 11 de funcionamiento.

En referencia a las principales dificultades que presentan los emprendedores en Colombia se toma como referencia la investigación realizada por García, L, titulada “Condicionantes del emprendimiento en Colombia” (2008).

La investigadora realiza el análisis de algunos aspectos que condicionan la actividad emprendedora:

7. El número de trámites y días requeridos para crear una nueva empresa son inconvenientes a los que se enfrentan los emprendedores. En algunos países este tipo de trámites son cortos; por ejemplo, en Australia es de 2 días, en Canadá es de 3 días, en Estados Unidos 5 días, etc. Colombia tiene más barreras para la creación de empresas que otros países del mundo; para iniciar una empresa es necesario cumplir con 17 trámites, que duran 55 días y tienen un costo equivalente al 12% del ingreso per cápita de los colombianos (Revista Dinero, 2000).
8. La realidad es que Colombia aparece en los rankings mundiales como uno de los países en los que es más difícil crear una empresa y sostenerla. El otro problema de las empresas que se crean en Colombia es la falta de innovación, está por debajo de las expectativas. Sólo el

19,3% de las nuevas empresas entra en el mercado con productos innovadores, el 80,7% restante lo hace con productos tradicionales. (Gómez. Et.al.,2006).

9. Los países en los que las normas comerciales son particularmente una carga, los emprendedores son más reacios a registrar sus empresas y así es más probable que opere la economía informal. Para cuantificar la formalidad empresarial se tiene en cuenta la inscripción en Cámara de Comercio y si llevan libros de Contabilidad. Además, si sus trabajadores están afiliados a la seguridad social.
10. Un aspecto importante para disminuir los índices de informalidad es facilitar la formalización. En medida en que el pago de impuestos y contribuciones sea más sencillo habrá mayor disposición para formalizarse.

Es interesante el análisis realizado por la investigadora debido a que, aunque los mismos datan del año 2008 en la actualidad se puede determinar que los inconvenientes siguen siendo los mismos para los emprendedores en Colombia.

7. Marco Conceptual

7.1 Emprendimiento

Se define como manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su

resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Ley 1014 de 2006).

7.2 Emprendedor

Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva (Ley 1014 de 2006).

7.3 Planes de Negocios

Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. (Ley 1014 de 2006).

7.4 Creatividad

La creatividad se muestra al dar existencia a algo novedoso. Lo esencial aquí está en la novedad y la no existencia previa de la idea o producto. La creatividad es demostrada inventando o descubriendo una solución a un problema y en la demostración de cualidades excepcionales en la solución del mismo. (Flanagan 1958).

7.5 Educación Empresarial

Aquella orientada a la formación de líderes empresariales capaces de crear organizaciones, sean ellas privadas o públicas, con ánimo de lucro o sin él, en cualquier sector de la economía, con cualquier estructura jurídica, con cualquier objetivo, de cualquier tamaño, con cualquier estructura administrativa. (Varela, 2006).

8. Marco Legal

Ley 1014 de 2006

La ley 1014 de 2006 busca fomentar el emprendimiento en Colombia por lo cual sus principales objetivos son:

1. Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
2. Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
3. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
4. Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
5. Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

La política de emprendimiento también se rige bajo la siguiente normatividad:

Leyes:

1. Artículo No 16 de la Ley 344 de 1996. De los recursos totales correspondientes a los aportes de nómina de que trata el artículo 30 de la Ley 119 de 1994, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) destinará un 20% de dichos ingresos para el desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo. El SENA ejecutará directamente estos programas a través de sus centros de formación profesional o podrá realizar convenios en aquellos casos en que se requiera la participación de otras entidades o centros de desarrollo tecnológico.
2. Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
3. Ley 789 de 2002. Artículo 40. Créase el Fondo Emprender.
4. Decreto 4463 de 2006. Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006.
5. Decreto 2175 de 2007. Por el cual se regula la administración y gestión de las carteras colectivas.
6. Decreto 1192 de 2009. Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
7. Decreto 525 de 2009. Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000 y demás normas concordantes.

Documentos CONPES:

1. CONPES 3297 de 2004. Agenda Interna para la Productividad y Competitividad: metodología.
2. CONPES 3424 de 2006. Banca de las Oportunidades. Una política para promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando equidad social.

3. CONPES 3439 de 2006. Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad.
4. CONPES 3484 de 2007. Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado.
5. CONPES 3527 de 2008. Política Nacional de Competitividad y Productividad.
6. CONPES 3533 julio de 2008. Bases para la adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional”.
7. CONPES 3866 Agosto 8 de 2016. "Política Nacional de Desarrollo Productivo"

Las leyes y normas descritas anteriormente, son herramientas que pueden ser utilizadas por los estudiantes en la búsqueda de diferentes alternativas en el proceso de creación y sostenimiento de los proyectos productivos que se quieren incentivar en la capacitación brindada a la comunidad del sector de Patio Bonito.

Información recuperada el 22 de agosto de 2018 de http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16435/politica_nacional_de_emprendimiento

8. Marco metodológico

La Investigación Acción Participativa -IAP- es una metodología que surgió del debate en una época de auge de la sociología colombiana a comienzos de la década de 1960. La nueva metodología se iría abriendo paso en el mundo académico producto de los profundos y cualificados resultados obtenidos desde las primeras investigación con acción y participación, tanto para las comunidades {que son las que construyen herramientas para sus acciones sociales} como para el mundo académico que empezó a reconocer detalles de la vida social planteados por los propios

actores colectivos, desconocidos hasta ese momento y de difícil consecución a través de la investigación social positivista que dominaba el ámbito sociológico en dicho contexto (Molano, 1989:12). De esa manera, comenzó a ver la luz esa nueva forma de investigar y de hacer sociología, que sin demora empezó a recorrer el país y todo el continente. (Pablo Imen).

Por lo tanto, el objetivo del proyecto es realizar un trabajo de capacitación en emprendimiento de una forma participativa en la comunidad del sector Patio Bonito, donde el conocimiento se complementa de manera colectiva, incluyendo la práctica del mismo.

9.1 Diseño

Al realizar un proceso participativo y colectivo, el mismo se hizo en diferentes etapas para tener un amplio diagnóstico del proceso a realizar, esto en colaboración de la fundación quién brinda los días operativos a tratar y propociona el cronograma de trabajo para los participantes.

9.2 Participantes

Para el desarrollo del proyecto realizado en alianza de la Universidad de la Salle y la Fundación Internacional María Luisa de Moreno, la población objeto de estudio son las personas que se inscribieron en la fundación para participar en la capacitación “Despertar Emprendedor”, que estuvo compuesta por 15 participantes y 2 colaboradores de la fundación.

9.3 Instrumentos

Diría Orlando Fals Borda con referencia a la metodología IAP (Investigación - Acción Participativa) que: “Una de las características propias de este método, que lo diferencia de todos los demás, es la forma colectiva en que se produce el conocimiento, y la colectivización de ese conocimiento.” (Fals y Brandao: 1987, 18) (Pablo Imen)

En el desarrollo de las actividades se utilizaron diferentes actividades para que los participantes intervinieran y de esta manera se tuviera una socialización del conocimiento, también se lleva el control de la observación directa realizada de cada actividad con el fin de poder presentar un informe con los logros obtenidos.

Así mismo la fundación a través de sus colaboradores brindaron las herramientas necesarias para el desarrollo de la capacitación, contando con espacio adecuado y útiles necesarios como fotocopias, proyector de video, lápices, cartillas, entre otros.

9.4 Procedimiento

El proceso para aplicar la metodología IAP se realizó en varias fases, entre ellas unos días de capacitación por parte del personal de la fundación a las personas que se iban a capacitar en las comunidades, esto debido a que se iba a tener personas con diferentes personalidades, conocimientos, capacidades, edades por lo cual se debía tener un especial cuidado para poder llevar el proyecto a feliz término. Así mismo se conoció la fundación y todos los proyectos que ofrecen, se conocieron las instalaciones principales y las zonales a través de videos.

Posterior se realizó un diagnóstico a través de la observación y socialización en la zona a trabajar, se conoció el sector, las personas vinculadas en el proceso, las diferentes expectativas que tenían respecto al proyecto y la presentación de las ideas de negocio.

Durante el desarrollo de las capacitaciones se realizaron diferentes actividades las cuales se pueden observar en los anexos del presente trabajo, sin embargo, al final de cada capacitación siempre se socializó lo aprendido, las dudas e inquietudes que se tenían de los temas trabajados, creando así una red de apoyo de conocimiento, cuando una persona no podía asistir los compañeros le socializaban lo aprendido. También, en este proyecto específico de la comunidad Patio Bonito se contaba con un participante en condición de discapacidad visual y el entendimiento, trato y desarrollo de las actividades se realizó sin contratiempos contando con apoyo de todos los partícipes.

10 Discusiones y Resultados

Inicialmente se realizó un diagnóstico de la fundación donde se asistió directamente a la Fundación Internacional María Luisa de Moreno para conocer su funcionamiento, instalaciones y donde presentaron a los capacitadores de la Universidad de la Salle, el objetivo, el enfoque y los programas que ofrece la fundación; en este caso enfocándose en el programa “Despertar Emprendedor”.

En el momento del encuentro con la comunidad, se realizó un diagnóstico inicial analizando tanto del entorno como las ideas de negocio y expectativas que tenía cada uno los participantes, con el fin de conocer y ajustar el plan de trabajo a las capacidades y habilidades de los asistentes a la capacitación.

La Fundación Internacional María Luisa de Moreno asignó por medio de guías, los días operativos y temas que debían ser tratados en las capacitaciones del proyecto “Despertar Emprendedor”. Las capacitaciones se realizaron los días sábados en un horario de 8 am a 12 pm y en conjunto con personal de la fundación, dividiendo el horario de la siguiente forma: 2 horas para capacitación en valores y desarrollo humano a cargo del personal de la fundación y 2 horas correspondían a capacitación en temas administrativos y contables realizadas por parte de los estudiantes de la Universidad de la Salle, dando cumplimiento a cabalidad con el objetivo propuesto. Cabe mencionar que los estudiantes de la Universidad de la Salle permanecían en el sitio de capacitación por tres horas (en la hora adicional se apoyaban actividades o se resolvían dudas)

Se evaluó la capacitación realizada seleccionando 4 proyectos emprendedores innovadores que, fueron presentados en la feria empresarial que se llevó a cabo en las instalaciones de la Universidad de la Salle, permitiendo evidenciar el avance en sus ideas de negocio y aplicación de los conocimientos adquiridos.

Proyectos seleccionados:

| Nombre Proyecto | Persona a cargo | Descripción | Evidencia |
|------------------|--------------------------|--|-----------------------------------|
| ReciclArte | Carlos Mauricio Bermúdez | El proyecto ReciclArte consiste en elaborar productos innovadores, donde su principal recurso de materia prima son elementos reciclables y/o considerados desechables. | Diario de Campo No 15. Pag 105 |
| Creaciones July | Diana Rojas | El proyecto Creaciones July se enfoca en elaborar artículos de innovación textil como: cargadores para bebé cómodos y en diferentes estilos, artículos de temporada entre ellos disfraces, decoración de navidad, uniformes para temporada escolar. | |
| Pinturas Planeta | Daniel Ávila | Pinturas Planeta es un proyecto donde se fabrican pinturas libre de plomo, su principal enfoque es ayudar al medio ambiente y la salud de sus clientes. | |
| Albinos Pastel | Albino de Jesús Ramírez | Albinos Pastel es un proyecto que ofrece la producción y venta de pasteles horneados al carbón, lo innovador del proyecto es que su creador es una persona en condición de discapacidad visual, quién demuestra que no existe ningún impedimento para llevar a cabo un proyecto. | |

Fuente: Elaboración propia de Autores

La evidencia de las actividades realizadas se puede validar en los anexos del trabajo de la siguiente forma

| Actividad Capacitación | Fecha | Evidencia |
|--|--------------|------------------------|
| Seminario producto mínimo viable | 1/07/2017 | Diario de campo No 1. |
| La familia como empresa y Liderazgo | 8/07/2017 | Diario de campo No 2. |
| Misión, Visión y Objetivos | 15/07/2017 | Diario de campo No 3. |
| Precio | 22/07/2017 | Diario de campo No 4. |
| Misión, Visión y Objetivos | 29/07/2017 | Diario de campo No 5. |
| Canales de distribución | 5/08/2017 | Diario de campo No 6. |
| Oferta, Demanda y Valor del mercado | 12/08/2017 | Diario de campo No 7. |
| Estrategias de fidelización | 19/08/2017 | Diario de campo No 8. |
| Ingreso, punto de equilibrio y ventas. | 26/08/2017 | Diario de campo No 9. |
| Proceso de producción, materias primas e insumo y calidad. | 2/09/2017 | Diario de campo No 10. |
| Proceso de compra y proveedores. | 9/09/2017 | Diario de campo No 11. |
| Mercadeo y Competencia. | 16/09/2017 | Diario de campo No 12. |
| Aliados Clave | 23/09/2017 | Diario de campo No 13. |
| Flujo de caja - Presupuesto | 30/09/2017 | Diario de campo No 14. |
| Feria de Emprendimiento | 28/10/2017 | Diario de campo No 15. |

Fuente: Elaboración propia de Autores

11 Conclusiones

Teniendo en cuenta el sector en donde se realizó la capacitación y analizando los resultados que arrojó la matriz DOFA, se entendió que ningún tipo de discapacidad física (esto teniendo en cuenta que uno de los participantes es invidente), deficiencia económica o falta de oportunidades es excusa para realizar y poner en marcha ideas de negocio sostenibles y que puedan generar algún tipo de beneficio a la comunidad.

Se logró concluir el plan de capacitación asignado por la FIMLM en el proyecto “Despertar emprendedor” sin ningún contratiempo, aprovechando al máximo los recursos dispuestos por la fundación, permitiendo así que los asistentes lograrán desarrollar modelos de negocio productivos, despertando sus habilidades y poniendo en práctica lo aprendido durante las capacitaciones.

Mediante la presentación de las ideas de negocio en la Feria empresarial, se evidenció que los estudiantes aplicaron los conocimientos que fueron adquiridos durante las capacitaciones del programa “Despertar Emprendedor”.

12 Recomendaciones

Se recomienda a la fundación estudiar los tiempos que se tienen determinados para desarrollar el proyecto, esto debido a que en algunas ocasiones no se lograba ampliar el tema o atender todas las inquietudes de los participantes, porque el espacio destinado para el desarrollo de las actividades debía cerrarse a una hora en específico, haciendo de esta manera que varios de los temas fueran tratados sin realizar su debida profundización.

Se recomienda a la fundación dar alcance de los diferentes proyectos a familiares, amigos y/o conocidos referidos por los participantes, debido a que el proyecto “Despertar Emprendedor” podían únicamente participar las personas que pertenecen a la Iglesia de Dios Ministerial de Jesucristo Internacional, que pertenece a la Fundación Internacional MLM.

Se recomienda estrategias de promoción de emprendimiento a la comunidad de Patio Bonito, para que tengan conocimiento de las diferentes actividades de la fundación y poder tener una mayor cobertura, permitiendo así que el proyecto no esté en riesgo por falta de participantes.

Se recomienda a la fundación realizar seguimiento de los proyectos productivos y brindar acompañamiento para que en caso que después de finalizada la capacitación los participantes cuenten con una red de apoyo y logren continuar con su proyecto emprendedor.

Referencias

- (s.f.). Obtenido de <http://www.terminosfinancieros.com.ar/definicion-financiacion-46>
- Alcaldía Local de Kennedy. (s.f.). Obtenido de <http://www.kennedy.gov.co/mi-localidad/mapas>
- El espectador*. (s.f.). Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/suba-y-kennedy-son-las-localidades-lideres-en-bogota-en-creacion-de-empresa-2593913>
- FIMLM. (s.f.). <https://fundacionmarialuisa.org/familiasproductivas/despertar-emprendedor>.
- Francisco Javier Matiz, G. F. (2013). La financiación de nuevas empresas en Colombia, una mirada desde la demanda. *Revista EAN*, 118-1130. Obtenido de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/538/527>
- Freddy Romero, Z. A. (10 de Febrero de 2015). *Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia*. Obtenido de https://ac.els-cdn.com/S2215910X15000087/1-s2.0-S2215910X15000087-main.pdf?_tid=59e2c3cd-76b4-4f71-841c-4de704044a6e&acdnat=1539470780_325e7ed14a7ab729539ae52f7a10a92c
- García, L. M. (2008). Condicionantes del Emprendimiento en Colombia. *El cuaderno ciencias estratégicas*.
- Hospital del Sur. (2012). *Territorio Patio Bonito*. Obtenido de [http://hospitalsur.gov.co/2012/configu.nsf/0/75781B49906D3C5305257C01007C39CC/\\$file/2.DX%20TERRITORIO%20PATIO%20BONITO.pdf](http://hospitalsur.gov.co/2012/configu.nsf/0/75781B49906D3C5305257C01007C39CC/$file/2.DX%20TERRITORIO%20PATIO%20BONITO.pdf)

Informe de Rendición de Cuentas Localidad de Kennedy. (2014). Obtenido de

http://www.veedurriadistrital.gov.co/archivos/Rendicion_Cuentas/2014/Kennedy_Gestion_2014.pdf

Kennedy Cartilla Patio Bonito. (2007). Obtenido de

<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%20%20Kennedy/cartillas/cartilla%20upz%20%20patio%20bonito.pdf>

Kennedy Mejor Para Todos . (2016). *Localidad Ejemplo para Todos 2017 -2020.* Obtenido de

<https://drive.google.com/file/d/0B7c34OtgSe2LTEdadWJDZ3kwMjQ/view>

Ley 1014 de 2006. (s.f.). Obtenido de

<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=2331&name=Ley1014de2006.pdf>

Observatorio de Desarrollo Economico. (s.f.). Obtenido de

<http://observatorio.desarrolloeconomico.gov.co/base/lectorpublic.php?id=892#sthash.QIaw43nO.dpbs>

Pablo Imen, P. F. (s.f.). Orlando Fals Borda y la investigación acción participativa: aportes en el proceso de formación para la transformación. *I ENCUENTRO HACIA UNA PEDAGOGÍA*, 7.

Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deportes. (Noviembre de 2008). *Localidad de Kennedy ficha básica.* Obtenido de

<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/localidades/kenedy.pdf>

Secretaria Distrital de Planeación. (2009). Obtenido de

<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionEnLinea/InformacionDescargableUPZs/Localidad%208%20Kennedy/Monografias/08%20Localidad%20de%20Kennedy.pdf>

Secretaria Distrital de Salud. (2003). **DIAGNÓSTICO LOCAL CON PARTICIPACIÓN SOCIAL**. pág. 31.

13 Trabajo de campo

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 01 - Seminario Producto Mínimo Viable

Fecha: 01/07/2017 Hora: 08:00 am a 12:00 pm

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

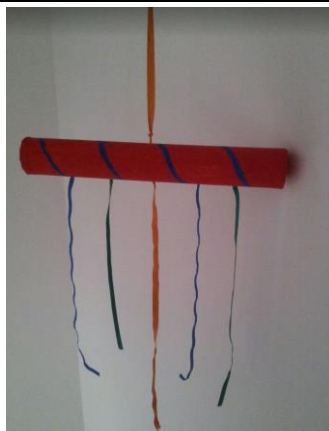
| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|----------------|---|--|
| 4 Horas | Los participantes inscritos al proyecto emprendedor de la fundación María Luisa de Moreno sede patio bonito, proceden a realizar una presentación de sus ideas de negocios exponiendo su producto, el nombre del negocio, cuál es la expectativa que tienen del negocio, donde estaría ubicado entre otros. | |

3. COMENTARIOS

1. Las ideas de negocio relacionadas son buenas, pero es necesario asesorarlos para enfocarlos y de esta manera hacer de manera viable sus proyectos productivos.
2. Las personas siempre están dispuestas para atender las recomendaciones que se les realice, de igual forma se cuenta con la colaboración de los líderes del proyecto, así como la capacitación de desarrollo humano.
3. En el trabajo realizado se comentaron diferentes recomendaciones a las personas, entre ellas estaba la presentación del producto, la forma de expresarse, el conocimiento del mismo entre otros.

4. ANEXOS





ESTUDIANTE: Viviana Montaña

CÓDIGO:11121255

Viviana Ortiz

CÓDIGO:17111272

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzáles FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 02- La familia como empresa y Liderazgo

Fecha: 08 de Julio de 2017 Hora: 08:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

| 2. OBSERVACIONES. | | |
|--|---|--|
| ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA | | |
| (Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población). | | |
| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
| 30 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <p>5. La familia como empresa</p> <p>6. Dibujando a ciegas</p> <p>7. Liderazgo</p> <p>8. Solucionar el anexo liderazgo y familia</p> <p>9. Respuesta a dudas e inquietudes</p> | |
| 1:30 Hora | <p>10. Se procede a explicar temas como la familia, que áreas se tienen en una empresa y como estas se pueden relacionar con la familia.</p> <p>11. Se interactúa con los participantes de los ejemplos que ellos dan acerca del tema tratado y adicional se solucionan las dudas que se presentan.</p> | |
| | Se procede a realizar la actividad de dibujo a ciegas | |

| | | |
|--|---|--|
| 1 Hora | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se divide al grupo en dos subgrupos, en cada cual se seleccionará una persona y se alejará del grupo (no se le dirá para que propósito). 2. Se le entrega al restante de miembros de cada subgrupo una papeleta con el tipo de dibujo que deben realizar. Un grupo hará un animal otro un objeto. 4. Las dos personas que se alejaron del grupo se les vendara los ojos se pondrán frente al tablero con un marcador y el resto del grupo tendrá la responsabilidad de guiarlo para la realización del dibujo. 5. Al final se felicitaron a los participantes y se analizara que factores influyeron en el resultado de los grupos. | |
| <p style="text-align: center;">3. COMENTARIOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La población a trabajar determina que la familia funciona como una empresa y entiende los conceptos relacionados. 2. En la actividad del dibujo a ciegas al finalizar las conclusiones con los participantes se socializan y se comparte con la realidad que cada uno vive en su hogar. | | |

3. En el curso se cuenta con un participante que tiene discapacidad visual se logra socializar el juego frente lo que vive este participante y reflexionar sobre el tema.

4. ANEXOS



5.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 03- Misión, Visión y Objetivos

Fecha: 15 de Julio de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña.

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|------------------------|--|---|
| 30 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gestión Empresarial, misión, visión, objetivos y demás conceptos 2. Rompecabezas 3. Estructura empresarial 4. Ver video 5. Respuesta a dudas e inquietudes | |
| 1:30 Hora | 1. Se procede a explicar el concepto de misión sus características, elementos y componentes que debe tener. | |

| | | |
|--------|--|--|
| | <p>2. Se realiza la explicación de los diferentes tipos de misión: Amplias, estrechas; así como la importancia de la misma.</p> <p>3. Se explica el concepto de visión, sus características, elementos y componentes.</p> <p>4. Dando las explicaciones anteriores se explica a los participantes que para la construcción de la misión y la visión se pueden ayudar con una serie de preguntas que se les suministra.</p> <p>5. Se explica que es la estructura empresarial y como la misma se puede ejemplificar en la vida real y la familia para llevarla a un contexto cercano. Se realiza un entendimiento de los principales componentes de la estructura como: Dirección General, Administrativo o de talento Humano, Mercadeo, Producción y finanzas.</p> | |
| 1 Hora | <p>Se procede a realizar la actividad de rompecabezas</p> <p>1. Se llevan 4 misiones y visiones de empresas grandes [Coca-Cola, Nutresa, Colombina y Postobón.</p> <p>2. Se organizan 4 grupos de trabajo y se le entrega a cada uno en recorte la misión y visión de una empresa, con el objetivo que reconstruyan.</p> | |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>3. Se indica a los participantes que identifiquen de acuerdo a lo visto en clase, los elementos y características que posee cada una de las misiones y visiones que se les entrego y adicional que indiquen a criterio de cada grupo si realizarían alguna modificación de las mismas.</p> <p>4. Se proyecta el video “Historia de Mc Donalds”</p> | |
| <p>5. COMENTARIOS</p> <p>1. La población a trabajar indica</p> <p>2. En la actividad del dibujo a ciegas al finalizar las conclusiones con los participantes se socializan y se comparte con la realidad que cada uno vive en su hogar.</p> <p>3. En el curso se cuenta con un participante que tiene discapacidad visual se logra socializar el juego frente lo que vive este participante y reflexionar sobre el tema.</p> | | |
| <p>6. ANEXOS</p> | | |



7.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 04- Precio

Fecha: 22 de Julio de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

| ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA | | |
|--|--|---|
| (Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población). | | |
| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de precio 2. Factores para determinar una estrategia de precio 3. Pasos para determinar el precio 4. Concepto de valor agregado 5. Actividad el precio es correcto | |
| 2:20 Hora | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a explicar el tema teórico, se les indica a los participantes que el precio: Es la cantidad de dinero que se está dispuesto a pagar un consumidor por adquirir un producto o servicio, se realizan ejemplos de los precios que se encuentran en el mercado para colocar en un contexto la definición. 2. Se continua con la explicación de los factores que se requieren para la fijación de los precios como: A quién le | |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>voy a vender, Qué voy a vender, Cuanto debo cobrar, Como cobrar. También se les indica las estrategias que deben tener en cuenta para la fijación de los precios como lo son que productos y/o servicios ofrecen, cuanto el cliente estaría dispuesto a pagar, los servicios complementarios y en que costos incurro para elaborar o prestar el servicio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Se indica a los estudiantes los pasos para determinar el precio y se da explicación de cada uno de ellos: 4. Identificar el objetivo del precio 5. Determinar la demanda o número de clientes 6. Estimar los costos 7. Identificar los costos, precios y ofertas de la competencia 8. Escoger un método de fijación de precios 9. Selección del precio final 10. Se explica el concepto de valor agregado y se presenta diferentes ejemplos 11. Como cierre y conclusión de lo expuesto a los estudiantes se les indica que existen algunos métodos para fijar el precio de productos y/o servicios: 12. Con base a la competencia 13. Por los costos y la utilidad 14. Por demanda 15. Se realiza ronda de preguntas, dudas, ejemplos. | |
|--|---|--|

| | | |
|---|--|--|
| <p>30 Minutos</p> | <p>Se procede a realizar la actividad el precio es correcto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se lleva diferentes productos con los precios ocultos para la actividad a realiza. 2. Se conforman 4 grupos de los cuales se selecciona 1 participante al azar, entonces en el juego participaran 4 concursantes 1 de cada equipo. 3. Se muestra el producto con sus características y cualidades y los concursantes deberán adivinar su precio, el que esté más cerca por debajo ganara punto. Esto se realiza durante 6 rondas para determinar el ganador. 5. Al final se felicitaron a los participantes y se analizaron los diferentes factores que influyeron en el resultado de los grupos. | |
| <p>3. COMENTARIOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La población a trabajar determina el concepto de precio, y la determinación de los mismos en sus productos y/o servicios a ofrecer. 3. En el curso se cuenta con un participante que tiene discapacidad visual se logra socializar el juego del precio es correcto con la ayuda de los demás participantes. | | |

4. ANEXOS



5.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CÓDIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CÓDIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzáles FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 05 - Producto, características y valor agregado

Fecha: 29 de Julio de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

| 2. OBSERVACIONES. | | |
|--|---|--|
| ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA | | |
| (Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población). | | |
| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <p>1. Definición de mercadeo, producto, marca, eslogan, etiqueta y logotipo.</p> | |
| 2:00 Horas | <p>1. Se procede a proyectar el video: Cortos Animados Serinsii Capitulo 1 “Generando Ideas”</p> <p>2. Se explica el concepto de producto, sus atributos y características.</p> | |

| | | |
|---------------|---|--|
| | <p>3. Se procede a realizar la explicación del empaque de un producto y sus características.</p> <p>4. Se explica el concepto de marca y se colocan ejemplos de marcas reconocidas por los participantes como: Coca – Cola, Movistar, Google, Nike entre otros.</p> <p>5. Explicación de concepto de Slogan, se coloca ejemplos para mayor entendimiento del concepto como: “Coordinadora, recoge y entrega contra reloj”</p> <p>6. Explicación del concepto de Logotipo</p> <p>7. Se explica a los participantes la clasificación de los productos por: Productos de consumo, productos de negocio, según la durabilidad, productos de gancho y productos de temporada; así mismo se explica las diferentes estrategias que se pueden incluir en los productos.</p> <p>8. Para concluir el tema teórico se realiza la explicación a los participantes de la como descubrir los beneficios del producto y/o servicio que piensan desarrollar.</p> | |
| 50 Minutos | <p>Se procede a realizar la actividad clasificación de productos</p> <p>1. Se divide el grupo en equipos de 5 integrantes, cada equipo escoge una de las clases de productos y deben elaborar un collage que debe contener la siguiente información:</p> | |

| | | |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none">- Características: Marca, Empaque, Etiqueta, Slogan, Logotipo y compañía a la que pertenece.- Identificar la competencia y explicar las diferencias entre el producto seleccionado y su competencia. | |
|--|---|--|

2. COMENTARIOS

1. La población a trabajar determina la manera de implementar lo visto en clase en sus productos y/o servicios, se realiza una socialización con diferentes ejemplos de lo que ellos esperan proyectar.

2. En el curso se cuenta con un participante que tiene discapacidad visual se logra socializar los temas vistos con el producto desarrollado de esta persona y los demás participantes se ofrecen para ayudar a desarrollar y plasmar este trabajo.

3. ANEXOS



4.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CÓDIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CÓDIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 06 - Canales de Distribución

Fecha: 05 de Agosto de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|------------------------|--------------------|---|
| | | |

| | | |
|---------------|--|--|
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de canales de distribución 2. Tipos de canales de distribución 3. Videos instructivos 4. Prueba de conocimiento 5. Ejercicio practico 6. Juego de Jenga | |
| 1:40 Horas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se realiza la explicación de que es un canal de distribución y se dan diferentes ejemplos. 2. Se explica cuál es la función del canal de distribución, se les indica a los participantes como se puede asociar un canal de distribución a los productos y/o servicios que ellos quieren generar en el proyecto productivo. 3. Se explican los diferentes tipos de canales de distribución se muestra con ejemplos para canal directo, corto, largo y doble. 4. Se realiza una explicación del significado de intermediario y sus diferentes clasificaciones. | |

| | | |
|-----------------------|---|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 5. Se analiza las estrategias para la plaza o distribución de un producto y/o servicio. 6. Para concluir se hace ronda de preguntas, dudas e inquietudes, de igual forma se colocan más ejemplos con empresas reconocidas como Coca- Cola, Bavaria, entre otros. | |
| <p>1:10 Horas</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a proyectar dos videos para que los estudiantes clarifiquen las ideas de lo aprendido. 2. Video “Carrot Crazy” 3. Video “El hombre Orquesta” 4. Se realiza cuestionario de los conceptos aprendidos en clase, se socializan las respuestas. 5. Se realiza ejercicio práctico: 6. Se escogerá a 5 integrantes del grupo para que representen una empresa muy importante en donde tendrán requerimientos de la cadena de distribución. 7. Los cinco integrantes que representan la empresa aclararan los objetivos específicos que quieren que sus proveedores tengan presente al momento de plantearle las propuestas del canal de distribución. 8. El resto del grupo se dividirá en grupos iguales y ellos representaran los proveedores que dicha empresa necesita en su proceso de canal de distribución, ellos diseñaran | |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>(plantearan) el canal de distribución que aporten ventajas competitivas frente a sus competidores y le explicaran a la empresa el por qué su canal de distribución le favorece más.</p> <p>9. Cuando ya se tienen el diseño por parte de los participantes el capacitador pasara al frente a la empresa y aun grupo de proveedores del canal de distribución, seguido de los grupos restantes hasta que todos participen</p> <p>10. El grupo que representa la empresa escogerá el mejor grupo que diseño el canal de distribución de acuerdo a los requerimientos que ellos plantearon.</p> <p>Conclusión: El propósito del ejercicio es darle a conocer a los participantes, la importancia de tener claro su canal de distribución y los términos para que de esta forma lo empleen en su idea de negocio.</p> <p>11. Juego de Jenga:</p> <p>12. Se divide el grupo en 5 equipos, en los cuales una persona de cada grupo pasa a jugar Jenga.</p> <p>13. El grupo ganador comentara las estrategias para ganar y que logro evidenciar en los otros grupos.</p> | |
| | | |

3. COMENTARIOS

1. La población a trabajar determina la manera de implementar lo visto en clase en sus productos y/o servicios, se realiza una socialización con diferentes ejemplos de lo que ellos para sus aliados y los canales de distribución que pueden implementar.

2. En el curso se cuenta con un participante que tiene discapacidad visual, los compañeros logra incluir en el juego de Jenga su participación.

3. Los participantes indican que las estrategias son necesarias para la vida cotidiana y se concientizan de que cualquier cosa aprendida aplica de igual forma.

4. ANEXOS





5.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 07 - Oferta, Demanda y Valor del mercado

Fecha: 12 de Agosto de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|------------------------|--|---|
| 10 Minutos | Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son: 1. Definición oferta, demanda y Valor del mercado | |

| | | |
|-----------------------|---|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 2. Factores que determinan la oferta 3. Factores que determinan la demanda 4. Actividad ver video 5. Realizar 2 guías practicas | |
| <p>1:50 Horas</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se realiza la explicación del concepto de oferta, se colocan diferentes ejemplos para que los participantes entiendan mejor el concepto. 2. Se les explica los diferentes factores que determinan la oferta: El precio del bien en cuestión, los costes de producción y los objetivos empresariales. 3. Se explica el concepto de demanda, se colocan diferentes ejemplos. 4. Se explica los diferentes factores que determinan la demanda: Del precio del propio bien, de los precios de los demás bienes; así mismo se explica la clasificación de los bienes en Sustitutivos, Complementarios, independientes de igual manera se colocan ejemplos para que los conceptos se puedan relacionar con una mayor facilidad, de los ingresos de los consumidores y de los gustos y preferencias del consumidor. 5. Se realiza ronda de preguntas para clarificar los conceptos vistos, así como ejemplos para la solución de dudas. | |

1:00

Horas

1. Se procede a proyectar dos videos para que los estudiantes clarifiquen las ideas de lo aprendido.

2. Video “¿Qué es el mercado? La oferta y la demanda”

3. Video “Oferta y demanda dentro del mercado”

4. Se realiza solución de guía “Oferta”

| PRODUCTO | FACTOR DE LA OFERTA | PRODUCTO | FACTOR DE LA OFERTA |
|---|---------------------|---|---------------------|
|  | |  | |
|  | |  | |

Los participantes deben escribir al frente de cada producto el factor que determina su oferta, y resaltar las características que determinan el factor de la oferta.

5. Se realiza solución del taller 10.2

6. El participante debe recortar y pegar un producto sustituto al frente de cada producto.

| | | | |
|---|--|--|--|
|  AZÚCAR | |  PAN PERRO | |
|  BOMBILLO | |  SALCHICHA | |

7. Los participantes deben marcar con una X los productos independientes.



8. Los participantes deben recortar y pegar 2 productos en los que la demanda depende del gusto del consumidor y 2 en los que la demanda depende de los ingresos del consumidor.

3. COMENTARIOS

1. La población a trabajar determina la manera de implementar lo visto en clase en sus productos y/o servicios productivos, así mismo cada participante determina qué tipo de producto y/o servicio ofrece y como se puede clasificar.

4. ANEXOS



5.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 08 – Estrategias de fidelización

Fecha: 19 de Agosto de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|------------------------|---|---|
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diferencia entre costo y beneficio 2. Cuál es el significado de fidelizar clientes 3. Que es servicio al cliente 4. Ver videos explicativos del tema visto. 5. Ejercicio práctico | |

| | | |
|---------------|--|--|
| 1:50 Horas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a explicar a los participantes el análisis de costos beneficio. 2. Se explica que es la fidelización de clientes y se atienden los comentarios de los participantes con ejemplos de la cotidianidad. 3. Se brinda explicación de las variables para conocer a los clientes: Demográficas y psicográficas. 4. Se realiza explicación del concepto de calidad y como el mismo se aplica a los productos y/o servicio, se realiza ejemplos con los proyectos productivos de los participantes. 5. Se resuelven dudas e inquietudes que se presentan de acuerdo al tema tratado. | |
| 1:00 Horas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a proyectar dos videos para que los estudiantes clarifiquen las ideas de lo aprendido. 2. Video “7 Estrategias para fidelizar a tus clientes” 3. Video “Fidelizar Clientes” 4. Video “Video píldora La importancia de fidelizar al cliente” 5. Se realiza solución del cuestionario para que se relacione con los productos y/o servicios de los participantes. | |
| | | |

3. COMENTARIOS

La población a trabajar determina la manera de implementar lo visto en clase en sus productos y/o servicios productivos, así mismo con la actividad realizada se determinó que incluso en el mismo grupo existen ideas donde se pueden asociar para fidelizar los clientes y trabajar en equipo.

4. ANEXOS



5.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 09 – Ingreso, punto de equilibrio y ventas.

Fecha: 26 de Agosto de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|------------------------|---|---|
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ingresos 2. Fuente de ingresos 3. Tipos de ingresos | |

| | | |
|-----------------------|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 4. Ventas y Tipos de ventas 5. Punto de equilibrio 6. Pasos para hallar el punto de equilibrio 7. Análisis del punto de equilibrio 8. Cuestionario de preguntas 9. Ejercicios prácticos | |
| <p>2:50 Horas</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a explicar cuál es el concepto de ingresos, como se puede aumentar las fuentes de ingresos y que tipos de ingresos existen, entre ellos se realiza la explicación de: Venta de productos, Cobro por uso, Suscripción, Cobro por préstamo o arriendo, Concesión de licencias, Intermediación, publicidad entre otros. 2. Se explica el concepto de ventas y los diferentes tipos de ventas: Ventas directas, ventas industriales, ventas indirectas, ventas electrónicas, ventas intermediadas, ventas consultivas. 3. Se explica a los participantes que es el punto de equilibrio y cuál es el objetivo del mismo. 4. Se explica los pasos para hallar el punto de equilibrio: | |

5. Definición de costos
6. Definición de costos variables y costos fijos
7. Se explica cómo hallar el costo variable unitario.
8. Se da la fórmula del punto de equilibrio, se realiza 2 ejemplos para que los participantes coloquen en práctica

3. COMENTARIOS

1. La población a trabajar expresa que desean tener otros ejercicios prácticos para reafirmar lo aprendido, por lo cual se procede según la solicitud de los participantes.

4. ANEXOS



| | |
|---|------------------|
| 5. | |
| ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz | CODIGO: 17111272 |
| Viviana Carolina Montaña | CODIGO: 11121255 |
| FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA: | |

| | |
|--|---|
| DIARIO DE CAMPO | |
| 1. 2. Identificación | |
| Número de diario de campo: 10 – Proceso de producción, materias primas e insumo y calidad. | |
| Fecha: 02 de Septiembre de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am | |
| Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito | |
| Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña | |
| 2. OBSERVACIONES. | |
| ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA | |
| (Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población). | |
| Hora aprox. | OBSERVACIÓN |
| | Correspondiente al punto xx del |

| | | Proyecto |
|---------------|---|----------|
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición y explicación del área de producción y su importancia 2. Finalidad del proceso de producción 3. Explicación de los conceptos del proceso de producción: Entradas, Salidas, Recursos, Clientes. 4. Videos 5. Ejercicios prácticos | |
| 2:50 Horas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Se procede a explicar el área de producción y que factores se deben tener en cuenta para tomar decisiones en cuanto a: Proceso, Capacidad, Inventarios, Fuerza de trabajo y Calidad. 2. Se explica a los participantes como se define el proceso de producción y cuál es su finalidad. 3. Se realiza la explicación de cada componente del proceso de producción como: | |

| | | |
|---|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none">4. Requerimiento del cliente5. Entradas6. Salidas7. Recursos8. Clientes9. Se realiza una actividad: Se procede a hacer un solo equipo donde deben | |
| <p>3. COMENTARIOS</p> <p>La población a trabajar expresa que desean tener otros ejercicios prácticos para reafirmar lo aprendido, por lo cual se procede a según la solicitud de los participantes.</p> | | |
| <p>4. ANEXOS</p> <div data-bbox="305 1220 1224 1713" style="border: 1px solid black; height: 235px; width: 566px; margin: 10px auto;"></div> | | |



5.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 11 – Proceso de compra y proveedores.

Fecha: 09 de Septiembre de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|------------------------|--|---|
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fases del consumidor 2. Definición y explicación del área de compras 3. Objetivos del área 4. Proceso de compra 5. Definición y clase de proveedores | |

| | | |
|-----------------------|--|--|
| | <p>6. Procesos para seleccionar un proveedor</p> <p>7. Ejercicios prácticos</p> <p>8.</p> | |
| <p>2:50 Horas</p> | <p>1. Se procede a explicar las fases del consumidor:</p> <p>2. Necesidad sentida</p> <p>3. Estimulo</p> <p>4. Investigación</p> <p>5. Alternativa</p> <p>6. Decisión de compra</p> <p>7. Punto de venta</p> <p>8. Sentimiento después de la compra</p> <p>9. Explicación del concepto de compra y que es un departamento de compras; así mismo se indica cuáles son los objetivos del área.</p> <p>10. Se realiza explicación de los pasos en el proceso de compra:</p> <p>11. Determinar la necesidad</p> <p>12. Seleccionar el producto específico</p> <p>13. Asignar un equipo de compras</p> <p>14. Especificaciones técnicas</p> <p>15. Presupuesto para la compra</p> | |

| | | |
|--|---|--|
| | <ol style="list-style-type: none">16. Investigación de proveedores potenciales17. Solicitud de cotización18. Adjudicación del contrato19. Explicación de que es un proveedor y los tipos de proveedores que existen:20. Proveedores de bienes21. Proveedores de servicios22. Proveedores de recursos23. Se procede a explicar la forma de buscar y seleccionar proveedores de la siguiente manera:24. Búsqueda de información25. Solicitud de información26. Evaluación y selección27. Se realizan dos ejercicios prácticos a los participantes, para que escojan el mejor proveedor según el criterio de ellos. | |
|--|---|--|

| | | |
|---|---|--|
| | <p>28. Para concluir el día operativo se les deja como tarea a los participantes describir un proceso de compra de 1 material que necesite en su empresa o negocio.</p> | |
| <p>3. COMENTARIOS</p> <p>La población a trabajar realiza diferentes ejemplos con los diferentes proyectos productivos.</p> | | |
| <p>4. ANEXOS</p> <div data-bbox="360 852 1287 1493" data-label="Image"> </div> | | |
| <p>5.</p> <p>ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz CODIGO: 17111272</p> <p style="text-align: center;">Viviana Carolina Montaña CODIGO: 11121255</p> | | |

FUNCIÓNARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 12 – Mercadeo y Competencia.

Fecha: 16 de Septiembre de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|----------------|---|--|
| | Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son: | |

| | | |
|---------------|--|--|
| 10 Minutos | <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición y clases de mercadeo 2. Definición segmentación de mercados y beneficios 3. Definición de competencia 4. Análisis y clases de competencia 5. Ejercicios prácticos 6. Proyección de videos | |
| 2:50 Horas | <ol style="list-style-type: none"> 7. Se procede a explicar el concepto de mercado, monopolio y oligopolio se brinda ejemplos. 8. Se explica que es la segmentación de mercado y las diferentes formas: <ol style="list-style-type: none"> 9. Geográfico 10. Demográfico 11. Psicográfico 12. Conductual <p style="margin-left: 40px;">Se indica los beneficios de segmentar el mercado.</p> 13. Se explica el concepto de competencia y el análisis que la competencia para conocer sobre ellos. 14. Se explica las clases en las que se encuentra clasificada la competencia: | |

15. Competencia directa
16. Competencia Indirecta
17. Competidores potenciales
18. Productos sustitutos
19. Se realiza guía práctica donde los participantes deben desarrollar lo siguiente:

ANEXO 9.1 DESCRIPCION DE MI MERCADO

| | |
|--|--|
| Mi sector productivo es: | |
| Cual es la principal actividad económica (o negocios más vistos) de mi entorno | |

Mis Clientes

| Actuales | Potenciales | Necesidades | Preferencias |
|----------|-------------|-------------|--------------|
| | | | |

MI Competencia

| Nombre | Producto | Precios | Valor agregado |
|--------|----------|---------|----------------|
| | | | |

MI Estrategia para definir el mercado de mi producto es:

20. Se proyectan dos videos:
21. “Coca – Cola la copa de todos”
22. “Segmentación de mercados”

3. COMENTARIOS

1. La población a trabajar realiza diferentes ejemplos con los diferentes proyectos productivos que tienen
2. Se realizan aclaración de dudas y explicación de conceptos donde se presentan inquietudes.

3. ANEXOS



4.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 13 – Aliados Clave

Fecha: 23 de Septiembre de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am

Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|-------------|---|--|
| 10 Minutos | Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son: | |

| | | |
|---------------|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de Aliados Estratégicos 2. Perfil de un aliado estratégico 3. Como identificar un aliado estratégico ideal 4. Proyección de videos 5. Actividad Rompecabezas | |
| 2:50 Horas | <ol style="list-style-type: none"> 6. Se procede a explicar el concepto de aliado estratégico y porque es importante para el desarrollo empresarial de los proyectos productivos. 7. Se indica cual es el éxito de una alianza estratégica y los pasos a seguir para que la misma se consolide y sea sostenible en el tiempo, así mismo se les indica porque es mejor tener aliados de calidad y no por cantidad. 8. Se explica cuál es el perfil de un aliado ideal dejando claro que no todas las empresas son aliados claves. 9. Se indica cómo identificar un aliado estratégico ideal, se da ejemplos de cada uno de los siguientes conceptos: 10. No es competencia directa | |

| | | |
|-----------------------|--|--|
| | <ol style="list-style-type: none"> 11. Visión de largo plazo 12. Foco en las relaciones 13. Generación de valor 14. Tiene los mismos desafíos 15. Se realiza proyección de los siguientes videos: 16. “Alianzas Claves” 17. “Modelo Canvas” 18. Actividad de rompecabezas: 19. Se recortan dos modelos de corazones de diferentes características y se revuelven las fichas. 20. Se entregan fichas a cada participante 21. Se solicitan que armen el rompecabezas, no se les informa en ningún momento que son dos rompecabezas diferentes. 22. Después de casi 1 hora los participantes lograron identificar que eran dos rompecabezas y los armaron, procedimos a realizar una retroalimentación de lo visto en clase y que clase de estrategia utilizaron para lograr el objetivo propuesto. | |
| <p>3. COMENTARIOS</p> | | |

1. Se cuenta con una persona que presenta discapacidad visual, de igual manera se realizó integración para la actividad por los participantes del grupo.
2. Se realizó retroalimentación de las inquietudes y se profundizó en el modelo Canvas.

3. ANEXOS



4.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

| <p>Número de diario de campo: 14 – Flujo de caja - Presupuesto</p> <p>Fecha: 30 de septiembre de 2017 Hora: 8:00 a 11:00 am</p> <p>Lugar: Bogotá - Cra 95ª No 38c – 39 Sur Patio Bonito</p> <p>Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña</p> | | |
|--|---|---|
| <p>2. OBSERVACIONES.</p> <p>ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA</p> <p>(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).</p> | | |
| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
| 10 Minutos | <p>Se realiza el proceso de inducción con los participantes, indicándoles los puntos a tener en cuenta para realizar el día operativo entre ellos son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto e importancia del flujo de caja 2. Diagrama de flujo de caja 3. Estructura de un flujo de caja 4. Recomendaciones para aumentar un flujo de caja 5. Concepto de capital de trabajo 6. Elaboración de capital de trabajo | |

| 2:50 Horas | <p>7. Se procede a explicar el concepto de flujo de caja y se colocan ejemplos.</p> <p>8. Se explica a los participantes la importancia del flujo de caja y como estos ayudan a evaluar a los inversionistas, administradores y acreedores entre otros a:</p> <p>9. Evaluar la capacidad de la empresa para generar dinero</p> <p>10. Evaluar la capacidad de la empresa para cumplir con las obligaciones contraídas y repartir utilidades en efectivo.</p> <p>11. Identificar las necesidades de financiamiento.</p> <p>12. Se muestra la estructura de un flujo de caja</p> <table border="1" data-bbox="453 1247 883 1564"> <thead> <tr> <th></th> <th>Ene</th> <th>Feb</th> <th>Mar</th> <th>Abr</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Efectivo inicial</td> <td>1,000</td> <td>1,200</td> <td>900</td> <td>(300)</td> </tr> <tr> <td>■ Ingresos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Ventas</td> <td>1,000</td> <td>1,100</td> <td>1,200</td> <td>1,300</td> </tr> <tr> <td>Total ingresos</td> <td>2,000</td> <td>2,300</td> <td>2,100</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td>■ Egresos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>- Sueldos y salarios</td> <td>300</td> <td>500</td> <td>600</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>- Compras</td> <td>300</td> <td>400</td> <td>400</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>- Gastos generales</td> <td>200</td> <td>500</td> <td>400</td> <td>300</td> </tr> <tr> <td>- Gastos de capital</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>1,000</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Total egresos</td> <td>800</td> <td>1,400</td> <td>2,400</td> <td>1,100</td> </tr> <tr> <td>■ Efectivo al final del periodo</td> <td>1,200</td> <td>900</td> <td>(300)</td> <td>(100)</td> </tr> <tr> <td colspan="5"><i>(Efectivo Inicial más "Ingresos" menos "Egresos")</i></td> </tr> </tbody> </table> <p>13. Se les explica a los participantes el diagrama del flujo de caja y se realiza una muestra.</p> | | Ene | Feb | Mar | Abr | Efectivo inicial | 1,000 | 1,200 | 900 | (300) | ■ Ingresos | | | | | - Ventas | 1,000 | 1,100 | 1,200 | 1,300 | Total ingresos | 2,000 | 2,300 | 2,100 | 1,000 | ■ Egresos | | | | | - Sueldos y salarios | 300 | 500 | 600 | 400 | - Compras | 300 | 400 | 400 | 400 | - Gastos generales | 200 | 500 | 400 | 300 | - Gastos de capital | 0 | 0 | 1,000 | 0 | Total egresos | 800 | 1,400 | 2,400 | 1,100 | ■ Efectivo al final del periodo | 1,200 | 900 | (300) | (100) | <i>(Efectivo Inicial más "Ingresos" menos "Egresos")</i> | | | | | |
|--|--|--------------|--------------|--------------|-----|-----|-------------------------|-------|-------|-----|-------|------------|--|--|--|--|----------|-------|-------|-------|-------|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------|--|--|--|--|----------------------|-----|-----|-----|-----|-----------|-----|-----|-----|-----|--------------------|-----|-----|-----|-----|---------------------|---|---|-------|---|----------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--|--------------|------------|--------------|--------------|--|--|--|--|--|--|
| | Ene | Feb | Mar | Abr | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Efectivo inicial | 1,000 | 1,200 | 900 | (300) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ■ Ingresos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| - Ventas | 1,000 | 1,100 | 1,200 | 1,300 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total ingresos | 2,000 | 2,300 | 2,100 | 1,000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ■ Egresos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| - Sueldos y salarios | 300 | 500 | 600 | 400 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| - Compras | 300 | 400 | 400 | 400 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| - Gastos generales | 200 | 500 | 400 | 300 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| - Gastos de capital | 0 | 0 | 1,000 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Total egresos | 800 | 1,400 | 2,400 | 1,100 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ■ Efectivo al final del periodo | 1,200 | 900 | (300) | (100) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>(Efectivo Inicial más "Ingresos" menos "Egresos")</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



14. Se realiza la explicación del concepto de capital de trabajo y activo corriente.
15. Se entrega a los participantes un taller para la elaboración de flujo de caja y capital de trabajo, el mismo debe ser solucionado de acuerdo al proyecto productivo de cada persona.
16. Se realiza solución de dudas e inquietudes que se presenten, con el tema visto o con temas anteriores para dar por finalizado la parte teórica del proyecto.

3. COMENTARIOS

1. Se ultiman detalles para la feria empresarial, se verifica las personas que asistirán, los proyectos productivos que se presentarán y toda la logística necesaria.
2. Se realiza solución de dudas en el modelo Canvas ya que los participantes tenían inquietudes.
3. Se coordina con Don Albino [Persona con discapacidad visual], la ayuda para la impresión de las tarjetas de presentación, diseño, y colaboración para asistirlo.

4. ANEXOS



5.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA:

DIARIO DE CAMPO

1. Identificación

Número de diario de campo: 15 – Feria de Emprendimiento

Fecha: 28 de Octubre de 2017 Hora: 8:00 a 12:00 pm

Lugar: Bogotá - Cra 2 No 10 – 70 Universidad de la Salle – Sede Centro

Elaborado por: Viviana Carolina Ortiz – Viviana Carolina Montaña

2. OBSERVACIONES.

ASPECTOS OBSERVADOS O TRATADOS DURANTE LA EXPERIENCIA

(Descripción clara de un hecho relevante dentro del contacto con la entidad o la población).

| Hora aprox. | OBSERVACIÓN | Correspondiente al punto xx del Proyecto |
|------------------------|--|---|
| 4:00 Horas | Se realizó el acompañamiento a los participantes del curso a la feria empresarial ayudándolos en las diferentes actividades como: <ol style="list-style-type: none"> 1. Organización del stand 2. Exhibición del producto 3. Publicidad 4. Presentación de los participantes | |

3. ANEXOS





4.

ESTUDIANTE: Viviana Carolina Ortiz

CODIGO: 17111272

Viviana Carolina Montaña

CODIGO: 11121255

FUNCIONARIO ENTIDAD: Líder de Proyecto NOMBRE: Jazmín Gonzales FIRMA: