

**INVESTIGACION DISEÑO Y APLICACIÓN PROPUESTA ACADEMICA  
EMPREDIMIENTO EMPRESARIAL CORPO HUNZA**

**BLANCO MARTINEZ WILSON FREDY  
FORERO MALAVER HEIDI PATRICIA  
HERNANDEZ MORA JEIMY CAROLINA  
JIMENEZ BENITEZ WILMAR OSWALDO**

**PROYECTO DE GRADO**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD CIENCIA EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
BOGOTA  
JUNIO  
2009**

**INVESTIGACION DISEÑO Y APLICACIÓN PROPUESTA ACADEMICA  
EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL CORPO HUNZA**

**BLANCO MARTINEZ WILSON FREDY  
FORERO MALAVER HEIDI PATRICIA  
HERNANDEZ MORA JEIMY CAROLINA  
JIMENEZ BENITEZ WILMAR OSWALDO**

**PROYECTO DE GRADO**

**TUTOR  
DR. JEFFERSON E. ARIAS GÓMEZ**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD CIENCIA EMPRESARIALES  
ADMINISTRACION  
2009**

## INTRODUCCION

Para la mayoría de estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios de la jornada nocturna el hacer la práctica social incluso la práctica profesional es sinónimo de largas jornadas los sábados en lugares vulnerables de la ciudad enseñando cualquier cosa a cualquier grupo de personas.

Pues bien, para el grupo es sinónimo de un trabajo intenso pero bien recompensado que casi siempre ha culminado en la sonrisa de muchas personas, pero adicional a las vivencias, el grupo se ha encontrado en la facultad de ciencias empresariales un grupo de docentes realmente comprometidos con el tema de fortalecimiento empresarial que mas allá de querer sacar grandes promociones de estudiantes están en la búsqueda continua de convertir los proyectos de grado en proyectos de vida para otras personas.

La intención de este proyecto de grado es que al igual que este grupo de docentes el grupo siga comprometido con esta causa y siga vinculado de forma activa en los diferentes proyectos que ofrece la facultad en búsqueda de mejorar las condiciones de vida de grupos de personas con algún grado de vulnerabilidad.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A JEFERSON ARIAS**

*Por su valiosa orientación y acompañamiento en el desarrollo del proyecto  
Investigación Diseño y Aplicación Propuesta Académica Emprendimiento Empresarial  
Corpo Hunza*

### **A EDWIN GONZALEZ**

*Docente Derecho de las Organizaciones  
Por su acompañamiento en el desarrollo de la clase en el tema legal de economía solidaria*

### **A ALEXANDRA CHAPARRO**

*Secretaria Académica  
Por su gran disposición y aporte al tema de logística y organización del proyecto*

### **A TODOS LOS ESTUDIANTES DEL CURSO DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL**

*Por la oportunidad de conocerlos y permitirnos integrarlos al proyecto*

## DEDICATORIA

*A Dios primeramente por permitirme llegar hasta aquí, a mi esposo, John, quien sin cansarse ha estado a mi lado soportando muchas de mis ausencias junto con Daniela mi hija, a mi madre, Carmen, a mi padre, Luis, a mis hermanos Enrique y Juan, para todos ellos y para quienes no menciono pero siempre estuvieron allí apoyándome. Muchas gracias*

**Heidi Forero**

*A mis padres por su apoyo y amor incondicional,  
Por la confianza depositada en mí que me motiva a ser cada día mejor  
A mis hermanos por su gran cariño.*

**Jeimy Hernández**

*A todos quienes creyeron en mí que siempre estuvieron ahí brindándome su apoyo  
En especial mi hijo mis padres y hermanos*

*A rocío por su apoyo incondicional*

*A todos ellos muchas gracias*

**Wilson Blanco**

*A mis padres por apoyo incondicional, a mi esposa por su paciencia y confianza depositada,  
A mi hermana por sus sabios consejos y en especial a mis hijos que son la razón de mi vida;  
A todos ellos GRACIAS, por estar siempre conmigo apoyándome*

**Wilmar Jimenez**

**PAGINA DE ACEPTACION**

**NOTA DE ACEPTACION**

---

---

---

**PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**JURADO**

---

**JURADO**

---

**JURADO**

---

**JURADO**

**JUNIO DE 2009**

<b>1. CAPITULO. ANTEPROYECTO.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1. TEMA .....</b>	<b>8</b>
<b>1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4. OBJETIVO GENERAL.....</b>	<b>14</b>
<b>1.5. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....</b>	<b>14</b>
<b>1.6. JUSTIFICACION.....</b>	<b>15</b>
<b>1.7. RESULTADOS ESPERADOS .....</b>	<b>16</b>
<b>1.8. BENEFICIARIOS .....</b>	<b>17</b>
<b>1.9. METODOLOGIA.....</b>	<b>18</b>
1.9.1. INVESTIGACIÒN .....	18
1.9.2. PLANEACIÒN.....	18
1.9.3. EJECUCIÒN .....	19
<b>2. CAPITULO: ORGANIZACIONES .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1. MARCO CONCEPTUAL.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2. CONCEPTO DE ORGANIZACIÒN.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3. CLASIFICACION DE LAS ORGANIZACIONES .....</b>	<b>22</b>
2.3.1. SEGÚN SU ACTIVIDAD ECONOMICA.....	22
2.3.2. SEGÚN SU FORMA JURIDICA .....	22
2.3.3. SEGÚN SU DIMENSION .....	23
2.3.4. SEGÚN SU FINALIDAD .....	24
<b>2.4. AREAS FUNCIONALES DE UNA EMPRESA .....</b>	<b>24</b>
2.4.1. FINANZAS .....	24
2.4.2. PRODUCCION .....	25
2.4.3. ADMINISTRACION .....	25
2.4.4. MERCADEO.....	25
<b>3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....</b>	<b>26</b>
<b>3.1. IDENTIFICACIÒN DE BENEFICIARIOS .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2. FUENTES SECUNDARIAS.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3. GESTION .....</b>	<b>26</b>
<b>3.4. DIARIOS DE CAMPO .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5. AYUDAS INFORMATIVAS.....</b>	<b>46</b>
<b>3.6. TABULACION .....</b>	<b>47</b>
<b>3.7. RESULTADOS DE LA TABULACION .....</b>	<b>48</b>
<b>3.8. MÓDULO GENERAL .....</b>	<b>50</b>
3.8.1. PRODUCCIÒN .....	53
3.8.2. ADMINISTRACIÒN .....	56
3.8.3. MERCADEO.....	59

3.8.4. FINANZAS .....	63
<b>4. APLICACIÓN.....</b>	<b>66</b>
4.1. METODOLOGIA DE FORMACION.....	66
4.2. TIPOS DE CONOCIMIENTO.....	66
4.3. LOGISTICA .....	71
4.3.1. UBICACIÓN.....	71
4.3.2. MATERIALES.....	71
4.3.3. COSTOS.....	72
4.3.4. CONVOCATORIA E INSCRIPCIONE .....	73
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>74</b>
<b>6. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>75</b>

## **1. CAPITULO. ANTEPROYECTO**

### **1.1. TEMA**

La denominada sociedad vulnerable es cada vez mayor y la dinámica evolutiva determina que esté en permanente cambio, situación que lleva y obliga a individuos y comunidades a organizar acciones que les permita generar ingresos para cubrir de manera eficiente sus necesidades.

Es aquí donde se establece, vista desde la perspectiva de la academia y la acción profesional, la oportunidad para aportar de manera integrada una serie de acciones y herramientas que a través de un método permita brindar una adecuada formación y orientación a las múltiples necesidades de crear o fortalecer la empresa en un ejercicio de construcción colectiva y participativa de conocimiento.

UNIMINUTO dispone de distintos espacios a través de los cuales, la comunidad académica, interactúa con organizaciones y comunidades construyendo una base sólida en la identificación de las necesidades reales y la población a tratar, es el caso del Centro de Educación para el Desarrollo [CED]

A partir de la experiencia del grupo de trabajo, con población vulnerable en desarrollo de la Práctica Social coordinada y monitoreada por el CED, se propone este proyecto que integra el fortalecimiento o la creación de una idea de negocio para permitir la mejora de la calidad de vida de las personas en un espacio geográfico específico.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Desde el inicio de la carrera de administración de empresas se ha podido detectar la complejidad presente en nuestra sociedad determinada entre otros por la falta de conocimiento para generar empresa o unidades productivas que repercuta en mejores y mayores oportunidades para los individuos de dicha sociedad; se parte del hecho de la carencia en diversos aspectos como: un nivel económico que garantice la equidad e igualdad de los seres en un medio geográfico; la propuesta de unidades productivas como herramienta para superar los bajos niveles de desconocimiento de desarrollo empresarial; una cultura de emprendimiento, motivación y falta de investigación que se puede establecer en un alejamiento de las universidades frente a los sectores reales de producción y oscila lo que determina que nuestra sociedad no sea rica en materia de generación de empresas o en la perdurabilidad de estas finalizando así en intentos fallidos.

Se detecta entonces la necesidad de generar un espacio académico y práctico para el desarrollo de competencias educativas y el fortalecimiento de las actitudes y aptitudes emprendedoras en poblaciones vulnerables; si bien es cierto que nuestro entorno se caracteriza por ser una sociedad trabajadora, la falta de conocimiento y de oportunidades, en este tipo de población, hace que en algunos casos se trunquen los proyectos propuestos generando mayor inestabilidad e inequidad pero también se convierten en una oportunidad para cumplir las metas proyectadas en la formación de líderes y / o futuros empresarios.

Bogotá región se convierte en un espacio de trabajo efectivo de este tipo de acciones de motivación, apoyo y fortalecimiento de unidades productivas al encontrar sectores, en el caso de Bogotá D.C., como lo son las localidades de Engativa, Suba, Chapinero, Usaquén y Ciudad Bolívar entre otras con gran cantidad de pequeñas organizaciones sociales y productivas y es ahí donde estimamos que hay una posibilidad para la interacción de la academia y la sociedad.

De igual manera se buscará hacer un análisis de la población a tratar para determinar cuan complejo podrían llegar a hacer las capacitaciones y que herramientas metodológicas y pedagógicas se necesitarán para obtener el mayor beneficio para la sociedad, contribuyendo como administradores en la generación y transferencia de conocimiento.

### 1.3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO

A inicios del año 2008 surge, en la carrera Administración de Empresas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la posibilidad de hacer la práctica social II con el CED (Centro de Educación para el Desarrollo) en el sector de Sierra Morena con población desplazada, tema que en principio **no nos pareció cautivador**, pues no se veía un campo de ejercicio profesional allí.

Es así como al llegar al lugar asignado se empieza a observar múltiples necesidades de la población allí alojada, también se evidencia como diferentes personas contribuían a la causa pero sin solucionar el problema o generar una solución de fondo. Desde entonces se decidió pensar en que más que una práctica o hacer donaciones se debía generar un ingreso económico que permitiera solventar por lo menos en forma parcial, algunas de las necesidades allí vistas.

Es así como después de varias reuniones y asesorías del docente se decide proponer la creación de una microempresa de chocolatinas donde, si bien la población tenía la motivación, hacían falta factores como: conocimiento, recursos, capacidad intelectual espacio entre otros.<sup>1</sup>

Inicialmente se suministró la materia prima para dar inicio a la actividad, posteriormente se capacitó a través de una metodología que mezcló la teoría con la práctica<sup>2</sup> en la elaboración del producto, manipulación de alimentos, costos, precio de venta, contabilidad, archivo, promoción y venta. Finalmente salió el producto al mercado y hoy día constituye un ingreso fijo para el lugar.

De esta forma se ha generado una microempresa de chocolatinas donde trabajan entre seis y ocho personas cada semana. La perspectiva del ejercicio se plantea como la posibilidad de un aumento de la base social en la medida en que crezca la población albergada. Se espera que esta población también tenga la oportunidad de capacitarse y pueda generar una idea de negocio que le permita obtener, ampliar o mejorar sus ingresos económicos y con ellos su calidad de vida.

---

<sup>1</sup> Anexo11 Ilustración Asociación Yo Mujer

<sup>2</sup> Asumiendo el modelo de formación praxeológico de UNIMINUTO

El Estado en este sentido, es poco participativo, básicamente que las personas en situación de desplazamiento deben valerse por si solas y buscar fuentes de ingreso por sus propios medios, una vez llegan a la ciudad son considerados un ciudadano más asumiendo que este ya trae el conocimiento y las herramientas para desempeñarse en cualquier campo.

### **Centro de Competencia para Emprendedores Sociales Ashoka-Mckinsey (CCES)**

A nivel mundial y nacional se tienen algunas experiencias de trabajo en aspectos relacionados con la motivación y el apoyo al emprendimiento.

La alianza pionera entre Ashoka Emprendedores Sociales y Mckinsey & Company se inicio en Brasil, para brindar apoyo a los emprendedores sociales y otras organizaciones de la sociedad civil.

Ahora esta alianza se ha replicado en 13 países. En América Latina, se desarrolló en Argentina, Colombia, Perú, Venezuela y México. El trabajo voluntario de los consultores McKinsey, especialistas en la gerencia estratégica y organizacional del sector privado, se pone a disposición de estas organizaciones por medio de consultorías y programas de capacitación. La alianza contribuye también el programa E2 de Ashoka, cuyo objetivo es establecer colaboraciones mutuas entre el emprendedor de negocio y el emprendedor social, y la iniciativa para la Movilización de Recursos que estimula que las organizaciones cambien su visión respecto de cómo se financian. Entre las actividades que desarrollan conjuntamente Ashoka y McKinsey se destaca el premio Emprendedor Social, concurso de planes de negocios para organizaciones sociales, que se ha desarrollado en Brasil, Perú y Colombia.

### **En Colombia diferentes fundaciones como<sup>3</sup>:**

**Corporación Emprendedores Colombia:** “Es una corporación sin ánimo de lucro, que tiene como fin agremiar, apoyar y fortalecer jóvenes emprendedores y empresarios de diversos sectores económicos, con el propósito de promover la empresarialidad, la gestación y ejecución de proyectos destinados a la sostenibilidad y competitividad de las empresas afiliadas con miras al fortalecimiento a nivel nacional y a su internacionalización,

---

<sup>3</sup> Extraído el 20 de mayo de 2002, de la web: <http://www.uaovirtual.edu.co/mipymes/entiapoyo.htm>

operando bajo una política de compromiso social, responsabilidad ambiental y ética profesional, a partir de la formulación y ejecución de proyectos"

**IncubarFuturo.** El objetivo principal de IncubarFuturo es promover y apoyar la creación y consolidación de empresas que mediante la aplicación del conocimiento científico y tecnológico produzcan bienes y servicios competitivos a nivel internacional, generando empleo y valor agregado estables.

**SENA.** El Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA, contribuye al desarrollo del emprendimiento en cada una de sus regionales, a través de Sensibilización, Identificación, Preincubación, Búsqueda de Financiación, Creación, etc.

**Fundaempresa - Cali.** "Los programas y servicios están dirigidos hacia la creación o consolidación de micro, pequeñas y medianas empresas por parte de la juventud universitaria, técnica y profesional, recién egresados y personas con actitud emprendedora, mipymes, empresarios, fondos de empleados y cooperativas, entre otros".

**Fondo Regional de Garantías.** "Si usted como empresario no tiene suficientes garantías para acceder al crédito ante los intermediarios financieros o proveedores, no se preocupe" el Fondo Regional de Garantías lo respalda con la solidez y confianza que se merece".

**Incubarcolombia.** INCUBAR Colombia es un laboratorio empresarial de última generación, es decir, una fábrica de nuevas empresas. Una fundación sin ánimo de lucro cuyo objeto es servir de complemento a las actividades académicas, docentes y de investigación de las universidades y centros de investigación para facilitar que tanto profesores como estudiantes hagan tránsito de la teoría a la práctica con sentido empresarial y de autogestión.

**Centro Nueva Empresa.** El Centro Nueva Empresa es el área de la Cámara de Comercio de Bogotá, creada para facilitar a los emprendedores Bogotanos, medios concretos que contribuyan a la efectiva y exitosa implementación de nuevas empresas con proyección competitiva, de carácter sostenible, a través de servicios de orientación, formación e instrumentalización.

**Fundación Mario Santo Domingo**<sup>4</sup>: “acciones de mejoramiento de la calidad de vida de la población más vulnerable en Colombia a través de programas que permiten promover el desarrollo social y construir comunidad. Las áreas principales de trabajo son Microfinanzas, Macroproyectos de desarrollo integral de comunidades y Programas Especiales.”

**Fundación Corona**<sup>5</sup>: “En desarrollo empresarial contribuye a mejorar la competitividad y sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas y a la puesta en marcha de nuevas empresas en la población en condiciones de pobreza.”

**Fundación Carvajal**<sup>6</sup>. “En generación de ingresos promueve modelos de intervención que contribuyan al desarrollo local de un territorio a través de la generación de ingresos de la población beneficiaria de las comunidades más vulnerables de Cali y el Valle del Cauca.”

---

<sup>4</sup> Extraído el 20 de mayo de 2002, de la web: <http://www.fmsd.org.co/index.html>

<sup>5</sup> Extraído el 20 de mayo de 2002, de la web: <http://www.fundacioncorona.org.co/espanol/desarrollo/Default.htm>

<sup>6</sup> Extraído el 20 de mayo de 2002, de la web: <http://www.fundacioncarvajal.org.co>

#### **1.4. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una propuesta académica de fortalecimiento en gestión de emprendedores dirigida a comunidades vulnerables.

#### **1.5. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Identificar las necesidades de capacitación de organizaciones sociales y comunidades en temas organizacionales, tomando como referencia la Localidad de Suba
- Diseñar un curso con contenido acorde a la gestión empresarial, desde la experiencia de la Facultad de Ciencias Empresariales
- Sistematizar los aprendizajes obtenidos.

## **1.6. JUSTIFICACION**

El estar integrados a proyectos y tener la posibilidad y satisfacción de compartir el conocimiento adquirido durante nuestra carrera a una población necesitada, permitiéndonos además dejar huella en la sociedad nos señala el derrotero personal y profesional de seguir sirviendo a la comunidad<sup>7</sup>; por esto deseamos convertirnos en forjadores y pioneros de un nuevo proyecto a desarrollar en un plazo largo que sirva a nuestros compañeros de semestres anteriores. Con la ayuda de la Corporación Universitaria Minuto de Dios deseamos aportar y aprender nuevas formas de pedagogía que nos ayuden a crecer como personas, brindando herramientas practicas y sencillas a nuestros alumnos quienes, aplicando el conocimiento adquirido, puedan plantear nuevas estrategias para el crecimiento de sus compañías, empresas, pequeñas pymes o simplemente en su desarrollo como un nuevo proyecto de vida.

Contamos con una herramienta valiosa como lo es las instalaciones de nuestra universidad donde podemos ejecutar nuestro proyecto con calidad y brindar comodidad a nuestros futuros beneficiarios; así mismo es para nosotros una experiencia como alumnos el estar del otro lado de la barrera y tener el criterio y profesionalismo de saber transmitir de forma didáctica y clara los conocimientos que hemos adquirido.

Estamos seguros que cualquier ayuda a nuestra sociedad es de gran aporte y respaldada por nuestra universidad o localidad se verá como logro de crecimiento y fortalecimiento en nuestra carrera como administradores.

No podemos dejar de un lado el enfoque que nos transmitió UNIMINUTO en las fortalezas, herramientas y habilidades adquiridas en nuestro servicio social, es un don que cuando ingresamos a nuestro primer semestre se ha ido contagiando y con el paso del tiempo quedo impregnado en nuestro conocimiento.

---

<sup>7</sup> El Fundador de la Obra Minuto de Dios, Padre Rafael García-Herreros, manifestaba en sus últimos años de vida que: "Nadie se quede sin servir"

## **1.7. RESULTADOS ESPERADOS**

- Documento con las necesidades de capacitación de organizaciones sociales y comunidades en temas organizacionales, tomando como referencia la Localidad de Suba.
- Diseño de una propuesta de capacitación que permita cautivar la atención de la población y de esta manera lograr una excelente convocatoria para poder beneficiar a un gran número de personas.
- Documento con la sistematización de las aplicaciones, datos, ejemplos y experiencias.

## **1.8. BENEFICIARIOS**

### **Directos**

Los beneficiarios a quien va dirigido el proyecto, son hombres y mujeres adultos sin límite de edad, ubicados en las localidades de Suba o Engativá como localidades del entorno natural de UNIMIUTO.

Para tener un avance representativo y una masa crítica de análisis, en cada curso debe haber como máximo veinte (20) personas y mínimo doce (12). Máximo se abrirán cuatro (04) cursos.

Así mismo los estudiantes del programa de Administración de Empresa y otros programas académicos de la Facultad se ven beneficiados a través del mismo al adquirir experiencia y conocimiento en trabajos e interacciones reales.

### **Indirectos**

La población que se beneficia de manera indirecta, con el proyecto, se puede determinar a través del grado de compromiso de los beneficiarios directos, hecho que se puede motivar y evidenciar de la siguiente manera:

**Familiares de la población en capacitación:** pueden compartir momentos y actividades que desarrollan ligadas a los trabajos prácticos en cada una de las temáticas propuestas. Este hecho, además de tener un efecto en el ámbito social y familiar (integración, compartir momentos, reconocimiento de potencialidades), permite afianzar por repetición el conocimiento adquirido.

**Entorno social de la población en capacitación:** integrado por vecinos y familiares del beneficiario directo quienes encuentran además una motivación.

La Corporación Universitaria Minuto de Dios como Institución de educación superior al establecer un mecanismo que integra las funciones sustantivas y la comunidad académica.

## **1.9. METODOLOGIA**

Entendiendo esta actividad como un proceso de investigación formativa, e inmersa en ella el ejercicio que “no pregunta cómo es el fenómeno sino por qué ocurre, evoluciona o interactúa algo, se puede utilizar la estrategia experimental”<sup>8</sup>

El utilizar el método experimental permite el desarrollo del trabajo planteado- *observar, analizar e interpretar una realidad*<sup>9</sup> que es el planteamiento que se viene haciendo frente a la necesidad de formación y desarrollo del espíritu emprendedor en esta población vulnerable. Para esto se plantea el ejercicio en tres etapas o componentes:

### **1.9.1. INVESTIGACIÓN**

Como parte de la llamada investigación formativa, ésta se realizara mediante la recolección de información en el CED (Centro de Estudios para el Desarrollo) y otras fuentes que nos permitan enfocar el sector, la muestra, y la necesidad real de capacitación. Se recurrirá a lecturas sobre el estudio del arte y organizaciones sociales

### **1.9.2. PLANEACIÓN**

Etapas que incluye el diseño de la propuesta y el establecimiento de las estrategias de aprendizaje que permitan llevar a todo el grupo inicial hasta la fase final.

Se establecen y utilizan herramientas físicas y tecnológicas que la Corporación Universitaria Minuto de Dios en su momento proporciona.

---

<sup>8</sup> Alvarez, A. y Niño, M. (1983, p 69). Guía de investigación. Universidad Santo Tomás. Facultad de Filosofía y Letras. Bogotá

<sup>9</sup> Ibid.

### **1.9.3. EJECUCIÓN**

Esta será la fase más importante, pues aquí se pondrá a prueba los conocimientos adquiridos en nuestra formación profesional. Se realizarán las estrategias planeadas y se ejecutará el diseño de la propuesta académica, teniendo como resultado un reconocimiento por parte de la Corporación Minuto de Dios a los participantes.

## 2. CAPITULO: ORGANIZACIONES

### 2.1. MARCO CONCEPTUAL

Dentro de este capítulo se abordará el concepto e importancia de las organizaciones, como ellas contribuyen a la evolución permanente en cada etapa de la sociedad, su clasificación identificando sus características, ventajas y desventajas.

También se identificará las principales áreas funcionales de la organización, con una descripción básica que permita identificar sus funciones dentro de la organización, su interrelación

### 2.2. CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN

El hombre por naturaleza es un actor social, creando y regulando actividades, que cubran las necesidades de la sociedad en constante cambio. Las organizaciones fueron creadas por el hombre, regulando actividades económicas, sociales, políticas y culturales generando bienes y servicios, ofertándolos a la sociedad quien los adquiere con el propósito de suplir sus necesidades o gustos.

Independiente de cuál sea la actividad económica de la organización, comparten características que las identifican como organizaciones. Algunas de estas características son:

- **Direccionamiento estratégico:** Es el principio de cualquier organización, compuesto por la misión, visión, políticas, valores, principios, estructura organizacional (organigrama), esto permite que la organización tenga una base sólida para el desarrollo de la misma dentro de la sociedad, generando valor agregado y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad que esta involucrada.
- **Relación con factores externos:** Los factores externos que afectan a cualquier organización son: Políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales, el cambio de estos factores afecta a la organización en pro o en contra de la misma, es importante tener en cuenta que la organización no tiene control sobre estos factores y depende de ellos, lo cual genera que se convierten en oportunidades o amenazas para la organización.
- **Relación con factores internos:** De igual forma existen factores internos de la organización tales como: el factor gerencial, financiero, mercado, producción y tecnológico, a diferencia de los factores externos, sobre los factores internos la organización tiene pleno control, permitiendo reconocer las fortalezas y debilidades de la organización.

- Las actividades de la organización deben estar integradas, formando así la cadena de valor que permita ofrecer un bien o servicio a la demanda determinada.
- Toda organización debe tener los objetivos claros, alcanzables, específicos y fundamentados que les permita tener un plan estratégico a seguir y de esta manera lograr el objetivo general de la organización.

Por ello la organización se debe ver en tres niveles jerárquicos según Talcott Parsons así:

- Nivel institucional: Se compone de los altos mandos como directores, también puede llamarse nivel estratégico, pues es aquí donde se definen objetivos y estrategias, en este nivel se relaciona la organización con el entorno.
- Nivel gerencial: Es el encargado de diseñar los planes de acción de las tomas de decisiones de los directivos.
- Nivel ejecutivo: Es donde se desarrollan los planes establecidos por el nivel gerencial, mediante tareas y actividades rutinarias.

Para que una organización llegue a ser exitosa dentro del mercado global, es indispensable saberla administrar y organizar, con fuertes requerimientos profesionales en cada una de las áreas funcionales que aporten valor al proceso de la prestación del bien o servicio.

### 2.3. CLASIFICACION DE LAS ORGANIZACIONES

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

**2.3.1. SEGÚN SU ACTIVIDAD ECONOMICA:** Esta clasificación de basa en la actividad que desarrollen así:

- **INDUSTRIALES:** Son aquellas empresas encargadas de la obtención de materias primas y su transformación agregando valor e incorporándole procesos, según el tipo de transformación de materia prima es el tipo de industria. Estas a su vez se dividen en dos categorías:

**Industrias extractivas:** Dedicadas únicamente a la extracción de recursos naturales Eje: petroleras, mineras, madereras

**Industrias manufactureras:** Encargadas de la transformación de materias primas en productos terminados. Eje Automotriz, textil.

- **COMERCIALES** Están dedicadas a la compra o venta de productos, siendo intermediarias entre el productor y el consumidor del bien, agregando valor de distribución y disponibilidad del producto. Se pueden clasificar en:

**Mayorista:** Son un componente de la cadena de distribución, caracterizado por la compra en grandes cantidades del bien a comercializar

**Minoristas:** Es la que vende el producto al consumidor final, comprando los productos a los fabricantes o a través de los mayoristas, vende en unidades o pequeñas cantidades siendo su espacio físico llamado tienda, es el último eslabón del canal de distribución.

- **SERVICIOS** Comercializan y prestan servicios a la comunidad sin importar sus atributos físicos, el servicio es una idea, información o asesorías frente a un tema, dentro de esta tenemos empresas prestadoras de servicios de transporte, turismo, sector financiero, servicios públicos, educación, salud.

**2.3.2. SEGÚN SU FORMA JURIDICA:** Esta clasificación manifiesta la responsabilidad legal de los propietarios

- **SOCIEDAD ANONIMA** Su constitución es por escritura pública, copia de esta debe ser inscrita a la cámara de comercio, de igual forma requiere de un permiso especial de la Superintendencia de sociedades anónimas; una vez constituida legalmente forma una persona jurídica distinta de los socios; las acciones deben declarar patrimonio y renta para todos los efectos legales fiscales, la sociedad pagará un porcentaje por utilidades; esta compuesta por un mínimo de cinco socios; la responsabilidad de cada uno de los socios es por el valor total de la suscripción que el accionista haya hecho dividido en

acciones, la sociedad girará bajo una denominación seguida de las palabras “sociedad anónima o de las letras “SA”, cuentan con registro mercantil su representación esta por medio de la asamblea general de accionistas.

- **SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES:** Su constitución es por escritura pública, copia de esta debe ser inscrita a la cámara de comercio, no es necesario que intervengan socios comanditarios; una vez constituida legalmente forma una persona jurídica distinta de los socios para todos los efectos legales, para los efectos fiscales los accionistas deben declarar patrimonio y renta, la sociedad pagará un porcentaje por utilidades; debe ser compuesta por uno o mas socios colectivos y por lo menos cinco comanditarios; el capital estará representado por acciones de igual valor, el aporte de industria de los gestores no formará parte del capital social; la responsabilidad es limitada para los gestores o colectivos, y hasta el monto de sus respectivos aportes para los comanditarios; se agregara en todo caso la indicación abreviada “S.C.A.”
- **SOCIEDAD COLECTIVA** Su característica principal radica en que en alguna situación de dificultad económica, no se cubre con el capital social, los socios deberán responder con sus bienes personales; la administración de una sociedad colectiva puede ser legal privativa o no privativa, su capital es en aportes, cuentan con registro mercantil y tienen un representante legal
- **SOCIEDAD EN COMANDITA:** Esta sociedad se caracteriza por tener dos tipos de socios gestores y comanditarios, los primeros encargados de la administración del capital aportado por los comanditarios; los comanditarios responden por el capital aportado.
- **SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA** En esta sociedad el capital social se divide en cuotas de distinto o igual valor, la responsabilidad de cada socio es exclusiva al capital aportado, debe tener registro mercantil, el número de socios mínimo son 2 y máximo 25

**2.3.3. SEGÚN SU DIMENSION.** Para esta clasificación no existe un criterio único que nos permita medir el tamaño de la empresa, los indicadores principales son: las ventas, capital, numero de trabajadores, es este ultimo indicador que determina la dimensión de la empresa así:

- **MICROEMPRESA:** Se caracteriza por tener 10 o menos trabajadores, también es denominada como una PYME.
- **PEQUEÑA EMPRESA:** Si tiene entre 11 y 50 trabajadores, en muchos casos son empresas familiares, esta en plena competencia con empresas similares, su ritmo de crecimiento es superior al de la micro empresa, el flujo de efectivo es una de las desventajas de la pequeña empresa especialmente al inicio de la misma.

Según Derek Leebaert “la pequeña empresa tiende a ser más innovadora que las compañías mas grandes, es mas apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor, mas dispuesta a

crear oportunidades para las mujeres y grupos minoritarios y emprender actividades en zonas empobrecidas, tiene la capacidad de hacer alianzas y sociedades”

- **MEDIANA EMPRESA:** Si tiene entre 51 y 250 trabajadores, la administración es independiente por lo general los administradores son los propietarios, el capital es suministrado por propietarios.
- **GRAN EMPRESA:** Posee más de 250 trabajadores, la gran empresa fortalece la balanza comercial con las exportaciones, poseen facilidad de financiamiento, son víctimas del descenso de la economía.

#### 2.3.4. **SEGÚN SU FINALIDAD** Se clasifican en:

- **EMPRESA PRIVADA** Es aquella que el capital, la toma de decisiones la gestión y el control de la misma está a cargo de agentes económicos privados y por ende el estado no tiene ninguna injerencia sobre esta
- **EMPRESA PUBLICA:** Es también llamada empresa estatal la cual es propiedad del Estado, quien busca alcanzar objetivos de índole social, y de igual forma alcanzar rentabilidad, efectos macro económicos.

#### 2.4. **AREAS FUNCIONALES DE UNA EMPRESA**

El éxito de una compañía depende del manejo e interrelación entre las diferentes áreas funcionales, las cuales tienen funciones y responsabilidades específicas para el cumplimiento de los objetivos.

Generalmente las áreas funcionales se dividen así:

- 2.4.1. **FINANZAS:**<sup>10</sup> Esta área esta encargada del control de los movimientos del dinero de la compañía, obteniendo fondos y suministrando capital para el funcionamiento de la empresa, abastece económicamente mediante presupuestos a las otras áreas de la compañía, llevando un sistema contable detallado de los ingresos y egresos efectuados.

---

10 Extraído el 19 de marzo de 2009 de la Web <http://lapequenaempresa.blogspot.com/>

Extraído el 19 de marzo de 2009 de la Web <http://lapequenaempresa.blogspot.com/>

Extraído el 19 de marzo de 2009 de la Web: <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/areafuncional.htm>

- 2.4.2. PRODUCCION:** Coordina la elaboración de un producto o servicio, desarrollando métodos mas adecuados para la obtención del bien, cuenta con mano de obra directa, maquinaria y equipo, materias primas y la herramientas requeridas según el producto o servicio.
- 2.4.3. ADMINISTRACION:** Toma a la empresa desde un sentido mas general, es quien mide y controla de que manera se están cumpliendo los objetivos misión y visión de la compañía, plantea planes estratégicos y es quien toma decisiones radicales estratégicas.
- 2.4.4. MERCADEO:** Es la responsable de la estrategia de mercadeo; tiene en cuenta la publicidad, marca del producto, diseño del empaque, distribución y venta, realiza estudio de mercados y determina el segmento del mismo, tiene en cuenta el ciclo de vida del producto. En esta área se planea, ejecuta y conceptualiza el precio del bien, identifica las necesidades del mercado.

### **3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **3.1. IDENTIFICACIÓN DE BENEFICIARIOS**

Para la identificación de la población objetivo, se tomó información de diferentes fuentes de la siguiente forma:

#### **3.2. FUENTES SECUNDARIAS**

- Se realizó una visita al CED (Centro de Educación para el Desarrollo) donde se obtuvo información de las organizaciones sociales que allí están vinculadas.
- Se consultó al CUE (Centro Universidad Empresa) donde por razones desconocidas no fue suministrada la información.
- La facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios proporcionó la ubicación de una organización patrocinada por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ubicada en la localidad de Suba en el barrio Hunza llamada Corpo-Hunza.

#### **3.3. GESTION**

- Se realizó visita de campo a tres instituciones donde solo se obtuvo respuesta de una (ver visita de campo).
- Se visitó la organización sugerida por la facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Corpo-Hunza, donde se expuso a la directora de la Organización la intención del proyecto a realizar
- Debido a la acogida del proyecto se procedió a realizar la convocatoria a través de un aviso y volantes entregados a la Institución con la finalidad de conocer la población interesada en la propuesta académica. ( Ver diario de Campo)
- Se programó una reunión ocho (8) días después de la última gestión para identificar los beneficiarios interesados y exponer la propuesta con temas como horarios, lugar, duración, intensidad entre otros.
- Se hizo la inscripción de beneficiarios ocho (8) días después de la última gestión donde se diligenció un formato de inscripción (ver anexo) con el fin de obtener información básica para la realización de carné y

respectivas autorizaciones ante la facultad de Ciencias Empresariales de la Corporación Universitaria Minuto de Dios así como de datos importantes como estrato y teléfono de ubicación.

### 3.4. DIARIOS DE CAMPO

No 001

VISITA DE CAMPO	
GRUPO PROYECTO DE GRADO	

FECHA (AA-MM-DD)	14-02-2009
HORA DE INICIO	9:00 A.M
HORA DE FINALIZACIÓN	11:30 AM
CIUDAD	Bogotá D.C.

PARTICIPANTES	
NOMBRE	
Jefferson Arias Gómez	Decano Facultad de Ciencias Empresariales
Wilmar Jiménez	Estudiante Administración de Empresas
Heidi Forero	Estudiante Administración de Empresas
Jeimy Carolina Hernández	Estudiante Administración de Empresas
Wilson Fredy Blanco	Estudiante Administración de Empresas

#### OBJETIVO:

Esta visita tiene como objetivo conocer algunas organizaciones donde podríamos hacer la prueba piloto
---

**ANEXOS:**

FUNANDES





**FUNANDES:** Calle 131ª # 100-24 Aures- Suba

Contacto: Liliana Celis.

**Entrevista:** La señora Liliana nos expuso el objetivo de la fundación, nos comento sobre el tipo de población que allí asiste y cuales son sus principales debilidades y fortalezas dentro del sistema Bogotá Positiva.

Nosotros expusimos de igual forma nuestro objetivo y en que consistía nuestro proyecto. Ella luego de escucharnos nos manifiesta que es algo novedoso para esta organización pero que realmente ella no cree que las personas estén interesadas, posteriormente nos manifestó que la organización como tal podría patrocinar a máximo 3 personas que estuvieran interesadas en capacitarse pero que no creen que haya un volumen superior a este de personas interesadas en este tipo de capacitaciones.

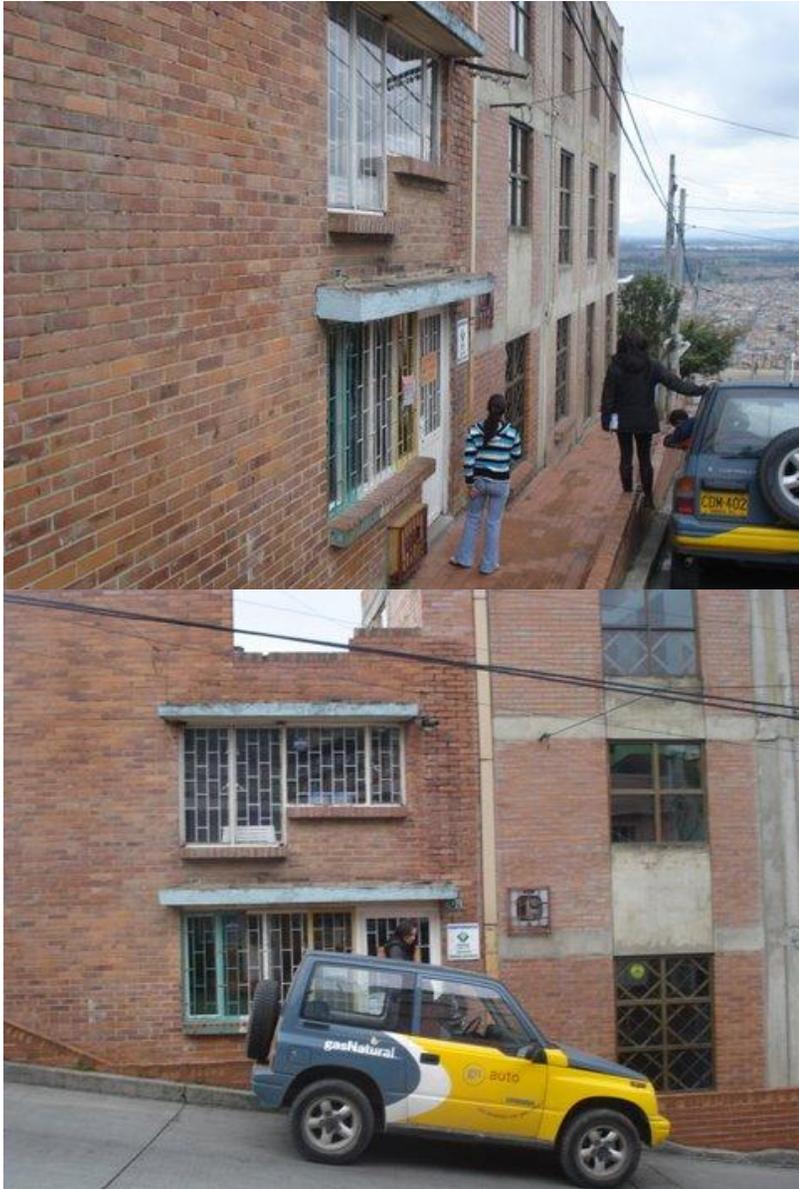
## ASOCIACION LA ESPERANZA DE VIVIR



**ASOCIACION LA ESPERANZA DE VIVIR:** Carrera 96 # 128c50 Telecom Arrayanes

**Entrevista:** No hubo atención por parte de la organización

**CORPO HUNZA**



**CORPO HUNZA:** Calle 128b # 85ª21 Barrio Hunza Rincón

**Entrevista:** Horario de atención de Lunes a Viernes, no fue posible establecer contacto en esta ocasión.

## CONCLUSIONES

1. De las tres organizaciones visitadas solo hicimos contacto con Funandes
2. En Asociación la Esperanza de Vivir no fue posible que nos atendieran
3. Corpo Hunza atiende solo de lunes a viernes por lo que no fue posible establecer contacto con alguien.

No 002

VISITA DE CAMPO	
GRUPO PROYECTO DE GRADO	

FECHA (AA-MM-DD)	13-03-2009
HORA DE INICIO	3:00 p.m
HORA DE FINALIZACIÓN	4:30 pm
CIUDAD	Bogotá D.C.

PARTICIPANTES	
NOMBRE	
Wilmar Jiménez	Estudiante Administración de Empresas
Heidi Forero	Estudiante Administración de Empresas
Jeimy Carolina Hernández	Estudiante Administración de Empresas
Wilson Fredy Blanco	Estudiante Administración de Empresas

**OBJETIVO:**

Esta visita tiene como objetivo exponer a la coordinadora de la organización el proyecto y conocer que interés pueden tener en él las personas que la conforman.

**Entrevista:** Inicialmente se hizo una entrevista corta a la señora Gladys Reyes, coordinadora de la organización, donde se le expuso la intención del proyecto y de antemano conocer los intereses de capacitación de las personas que allí asisten.

Se tuvo una gran bienvenida por parte de la señora Gladys Reyes quien no dudo un momento en dar aprobación a la propuesta y se puso a disposición del grupo de trabajo para el tema de convocatoria, promoción y reclutamiento de las personas interesadas en capacitarse.

Es así como la señora Gladys propone hacer un aviso con una breve descripción de los cursos a dictar y se ofrece a completar de forma personalizada la información que adicionalmente las personas pudieran solicitar.

Se acuerda llevar el aviso al día siguiente para dejarlo en Corpo-Hunza de manera visible.

## **CONCLUSIONES**

1. Se tuvo gran acogida a la propuesta
2. La coordinadora de la organización proyecta tener un grupo de 30 personas interesadas
3. La opción de tomar el curso en la Universidad dio fuerza a la exposición del proyecto



<b>VISITA DE CAMPO</b>	
GRUPO PROYECTO DE GRADO	

<b>FECHA (AA-MM-DD)</b>	16-03-2009
<b>HORA DE INICIO</b>	1:00 p.m
<b>HORA DE FINALIZACIÓN</b>	2:00 pm
<b>CIUDAD</b>	Bogotá D.C.

<b>PARTICIPANTES</b>	
<b>NOMBRE</b>	
Wilmar Jiménez	Estudiante Administración de Empresas
Heidi Forero	Estudiante Administración de Empresas
Jeimy Carolina Hernández	Estudiante Administración de Empresas
Wilson Fredy Blanco	Estudiante Administración de Empresas

**OBJETIVO:**

Esta visita tiene como objetivo hacer la convocatoria oficial de capacitación para la población del barrio Hunza, a través de un aviso.

**Entrevista:** El aviso se llevo al día siguiente pero la corporación estaba cerrada y no fue posible dejarlo allí. Se regreso al sitio el siguiente día hábil de la semana y se instalo el aviso para conocimiento de la comunidad.

## Anexo



## CONCLUSIONES

1. Se tuvo gran acogida a la propuesta
2. La coordinadora de la organización proyecta tener un grupo de 30 personas interesadas
3. La opción de tomar el curso en la Universidad dio fuerza a la exposición del proyecto

<b>VISITA DE CAMPO</b>	
GRUPO PROYECTO DE GRADO	

<b>FECHA (AA-MM-DD)</b>	21-03-2009
<b>HORA DE INICIO</b>	9:00 a.m
<b>HORA DE FINALIZACIÓN</b>	11:00 a.m
<b>CIUDAD</b>	Bogotá D.C.

<b>PARTICIPANTES</b>	
<b>NOMBRE</b>	
Wilmar Jiménez	Estudiante Administración de Empresas
Heidi Forero	Estudiante Administración de Empresas
Jeimy Carolina Hernández	Estudiante Administración de Empresas
Wilson Fredy Blanco	Estudiante Administración de Empresas

**OBJETIVO:**

Esta visita tiene como objetivo dar una charla informativa sobre lo que será los cursos y conocer las necesidades reales de capacitación

**Entrevista:** Se conoció de primera mano, las necesidades de capacitación, así como se expuso a grandes rasgos lo que sería el proyecto, aquí se acordó el horario en el que se tomaría el curso, la ubicación, la intensidad, fecha de inicio, fecha de finalización, entre otras.

**Anexo**



## CONCLUSIONES

1. Se contó con la asistencia de 15 personas entre los cuales 13 fueron mujeres.
2. La comunidad expuso que querían ver los cuatro cursos, por lo cual se decidió dictar un solo curso con cuatro módulos: administración, mercadeo, finanzas y producción.
3. El horario que mas se acomodo a sus necesidades fue el sábado de 8:00 AM a 12:00 AM
4. La fecha de inicio es el 18 de abril y la fecha de finalización el 23 de mayo de 2009
5. La ubicación planteada fue la sede de la calle 90, sede calle 80 o instalaciones de Corpo-Hunza, a lo cual la comunidad decidió que fuera en cualquier sede de Uniminuto.
6. Se convoco a una nueva reunión al sábado siguiente para hacer la inscripción y así conocer el grupo definitivo que tomara el curso

No 005



VISITA DE CAMPO	
GRUPO PROYECTO DE GRADO	

FECHA (AA-MM-DD)	28-03-2009
HORA DE INICIO	9:00 a.m
HORA DE FINALIZACIÓN	11:00 a.m
CIUDAD	Bogotá D.C.

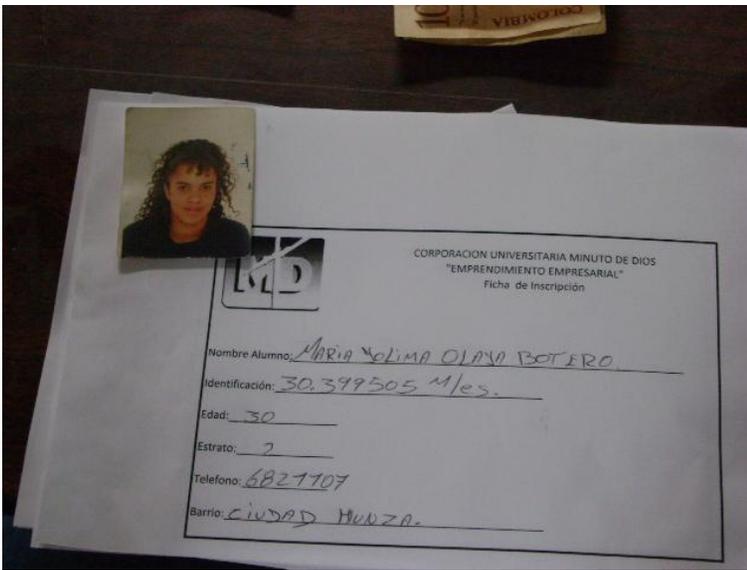
PARTICIPANTES	
NOMBRE	
Wilmar Jiménez	Estudiante Administración de Empresas
Heidi Forero	Estudiante Administración de Empresas
Jeimy Carolina Hernández	Estudiante Administración de Empresas
Wilson Fredy Blanco	Estudiante Administración de Empresas

**OBJETIVO:**

Esta visita tiene como objetivo inscribir a las personas que finalmente tomaran el curso planteado en la reunión pasada.

**Entrevista:** Hubo nuevos asistentes por lo que se retomo de nuevo la charla y se expuso de nuevo todo el proyecto. Posterior se procedió a hacer la inscripción a través de un formato y una foto para la realización de carné de ingreso a Uniminuto

### Anexo



The image shows a registration form for the 'CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS' under the 'EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL' program. The form includes a small photo of a woman and the following handwritten information:

Nombre Alumno:	MARIA DELIA OLANO BOTERO
Identificación:	30.399505 M/es.
Edad:	30
Estrato:	2
Teléfono:	6827707
Barrio:	Ciudad Huiza





CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

"EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL"

Ficha de Inscripción

Nombre

Alumno: \_\_\_\_\_

Identificación: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Estrato: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Barrio: \_\_\_\_\_

## CONCLUSIONES

1. Se inscribieron 19 personas
2. Varias de las personas que tomaron la charla inicial no se inscribieron
3. Se confirmo la ubicación la cual será en la sede calle 80 Uniminuto
4. Este mismo día se cierra la inscripción. Posterior a esta fecha no se aceptaran mas personas por razones de organización.
5. En la semana del 13 al 17 de abril se elaboraran los carné y se entregaran en Corpo-Hunza para el ingreso a Uniminuto el día de inicio de clase.

### 3.5. AYUDAS INFORMATIVAS

Para dar a conocer el proyecto, se estructuró en una propuesta para la comunidad de barrio Hunza, ubicado en la localidad 11 de suba. Allí encontramos a la señora Gladys Reyes directora del jardín comunitario suscrito al bienestar familiar, donde nos acogió y brindo sus instalaciones para publicar la convocatoria.

Para ello se diseño, un aviso que permitió brindar la información básica, sobre los cursos, donde los beneficiaros podían dejar todos sus datos con la directora del jardín.



Ilustración 1 Aviso de convocatoria  
Fuente 1 Autores: Equipo de trabajo

### 3.6. TABULACION

Se diseñaron formatos para medir diferentes aspectos, el primero de ellos fue para hacer el diagnóstico organizacional, este permitió conocer la edad promedio, el estrato y número de hijos, entre otros datos de la población inscrita en el proyecto.<sup>11</sup>

En cada clase se llevó a cabo el control de asistencia, donde las personas hacían o firmaban un listado con sus respectivos nombres<sup>12</sup>

La perspectiva de las personas que tomaron el curso es muy buena para el módulo de administración obtuvo un porcentaje alto los contenidos del módulo y el desarrollo del docente, llenaron las expectativas que se generaron dentro de la comunidad con un porcentaje de 52.98 % excelente y 27.38 muy bueno, es importante mencionar que las falencias que se presentan en este módulo fueron por asignación de salón.

En el módulo mercadeo están muy motivadas con cada uno de los aprendizajes cada clase se vuelve más exigente y los beneficiarios están más a la expectativa. Los contenidos del módulo y el desarrollo del docente cumplieron las necesidades de los beneficiarios, con el siguiente porcentaje 29.05% excelente; 30.48% muy bueno; 36.67% bueno importante validar el horario y dinámicas académicas.

Para el módulo de producción los beneficiarios demuestran más interés, y manifiestan la necesidad de conocer más temas, de igual forma su nivel de exigencia es mayor y esto permite que la preparación para cada una de las clases sea más reforzada, es uno de los módulos con mayor porcentaje de excelencia 73.04%, es importante validar el horario.

Para el módulo de finanzas la perspectiva es muy buena a esta época las personas están muy motivadas y exigen cada vez más, se obtuvo un porcentaje de excelencia de 54.40%, se detectan unas falencias en cuanto ubicación y horario, los beneficiarios manifiestan el deseo de seguir con su formación académica

Al finalizar cada módulo el docente y el curso fue evaluado aplicando un formato de evaluación, donde se pudo medir la aceptación por parte del alumno. Esto ayudó a que se pudiera reforzar y mejorar la metodología en cada sesión expuesta.<sup>13</sup> Este formato consta de dos partes; una aplicada al desarrollo del tema y otra aplicada al desarrollo del docente.

---

<sup>11</sup> Anexo1 formato diagnostico organizacional

<sup>12</sup> Anexo2 controles de asistencia

<sup>13</sup> Anexo3 formatos de evaluación de módulos

### 3.7. RESULTADOS DE LA TABULACION

#### Diagnostico Organizacional

- Los beneficiarios 100% pertenecen a la localidad de suba, residentes del barrio Hunza, conocieron del curso de emprendimiento por las ayudas informativas utilizadas por el equipo de trabajo, el 87.50% son mujeres y el 12.50% hombres, con un nivel académico de secundaria.
- Al establecer las condiciones en que se encontraban las pequeñas empresas al inicio y que avance se obtuvo al finalizar la capacitación se encontró:

**Maria Yolima Olaya Botero:** “El curso me sirvió para llevar un orden en la contabilidad, en los procesos de producción y administrativos, la idea de negocio yo ya la tenía planteada lo que hice fue aplicar la parte de mercadeo sobre como atacar a los clientes”

**Derly Mesa:**” Tenía ideas pero no las tenía claras, tenía la empresa pero no tenía parámetros como la visión y la misión, he puesto en práctica la gran mayoría de cosas como atender al cliente, tácticas y estrategias, siempre había tratado de llevar la contabilidad pero el curso si me sirvió para aclarar muchos conceptos, la empresa como tal esta funcionando bien”

**Ramón Silva:**” Antes estaba regular ahora mejoro en el tema de costos y organización, siempre se ponen en practica cosas que se aprendieron allá como mejorar la calidad, el servicio y sobre todo tener autonomía sobre el negocio”

**Mary Luz Salamanca:**” Nosotros tenemos el taller y antes no teníamos muy claro el tema de contabilidad y el curso nos sirvió de base para tener algo mas técnico, antes nos daban remisiones y yo las metía en una carpeta pero no llevábamos el control de insumos y todo lo que se gastaba, ahora tenemos en cuenta los costos de todo y el precio de venta de los productos, ahora se controla mas de lo que se gasta y lo que entra en plata. Tenemos la idea de independizarnos ya uno le pierde el miedo a independizarse por ejemplo comprar telas y hacer el negocio es decir planear y hacer las cosas bien ordenadas. Si me sirvió el curso por que era algo que por nuestros propios medios no lo íbamos a encontrar, ya se tienen las bases para hacer un negocio”

#### Control de Asistencia<sup>14</sup>

- Al curso de emprendimiento empresarial asistieron 16 beneficiarios en total, para los cuales 11 personas correspondiente a al 68.75% se certificaron con el curso completo correspondiente a los 4 módulos presentados y el 31.25% se certifico por módulos según las horas en las que asistieron al curso

---

<sup>14</sup> Anexo4 gráfica

## Evaluación de Módulos<sup>15</sup>

- Para la evaluación de los módulos se tuvieron en cuenta 5 variables excelente, muy bueno, bueno, malo e indiferente. Los resultados obtenidos por parte los beneficiarios en términos generales fueron los siguientes:

---

<sup>15</sup> Anexo5 gráfica

### 3.8. MÓDULO GENERAL

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
FORMATO DE CURSO**

**Nombre del Módulo:** Proyecto emprendimiento empresarial

**Duración:** 30 Horas

**Tipo de curso:** Presencial:

**Objetivo de Formación:**

**General:**

Capacitar grupo de personas en temas de emprendimiento empresarial, dando valor agregado a los proyectos de vida de las personas, permitiendo así el descubrimiento de nuevas empresas y el desarrollo de un plan de negocio para su creación

**Específicos:**

- Crear el pensamiento administrativo y el dominio de herramientas de gestión que permitan la generación de planes de negocios y el crecimiento de la pequeña empresa.
- Proveer a los estudiantes lo relacionando con el mercado, considerando los conceptos básicos como, oferta, demanda, competencia, ciclo de vida, marketing mix; permitiendo una visión más amplia sobre el tema.
- Proporcionar a los estudiante las herramientas mínimas que contribuyan con los procesos productivos de la pequeña y mediana empresa
- Formar y dotar de las herramientas necesarias a los participantes en el curso de emprendimiento empresarial para la toma de decisiones que generen una eficiente y eficaz gestión financiera para su futuro ambiente de negocios.

**Justificación:**

Dando alcance a las oportunidades ofrecidas por la universidad se realiza el siguiente proyecto proporcionando herramientas necesarias a la comunidad para fortalecer los conocimientos de sus pequeñas pymes y en la construcción de estas a la comunidad que no la tienen y desean formar una microempresa, siendo un proceso importante la administración en toda empresa. Se involucra la comunidad para que mejoren sus procesos y así obtengan mejores rentabilidades, mejoramiento en su calidad de vida y con ello el progreso social

**Contenido General:****Módulo I Administración**

- La Empresa. Generalidades
- Eficiencia, eficacia y productividad
- Entorno de la empresa
- Plan de Negocios

**Módulo II Mercadeo**

- El mercado
- Marketing Mix
- Estrategias de mercadeo

**Módulo III Producción**

- Introducción. Proceso Productivo
- Seguridad Industrial
- Inventarios

**Módulo IV Finanzas**

- Introducción. Conceptos
- La cuenta
- Punto de Equilibrio
- Documentos cambiarios

**Metodología:**

El contenido del curso está diseñado para seis semanas de estudio. Incluye cuatro módulos con

temas básicos pero profundos de fácil comprensión. Cada semana se tomara un módulo donde se desarrollaran diferentes actividades que permitirán el desarrollo dinámico e integral del curso. Las actividades se apoyaran en herramientas como la Internet y una actividad extracurricular. Se dejaran actividades para realizar de forma autónoma y al igual que los módulos estas serán evaluadas. Al tiempo con los módulos se ira desarrollando un trabajo en forma grupal el cual será entregado al final del curso.

#### **Sistema de Evaluación:**

Se consideraran dos métodos de evaluación.

Heteroevaluación ,coevaluación y autoevaluación

#### **Criterios de Evaluación:**

- Presentación a tiempo en las actividades extracurriculares
- Participación en el desarrollo de las actividades dentro del aula.
- Nivel de compromiso en la asistencia al módulo.

#### **Fuentes y/ o Bibliografía:**

##### **Paginas de consulta**

- <http://www.mitecnologico.com/Main/EntornoDeLaEmpresa>
- <http://www.misionvisionvalores.com/>
- Administración una perspectiva global ; McGraw –Hill; Koontz, Harold
- Administración proceso administrativo; McGraw –Hill; Idalberto Chiavenato

### 3.8.1. PRODUCCIÓN

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
FORMATO DE CURSO**

**Nombre del Módulo:** Producción.

**Duración:** 5 horas

**Horario:** 8:00 AM – 12:00 a.m

**Fecha de Inicio:** 2 de mayo de 2009

**Fecha de Finalización:** 10 de mayo 2009

**Tipo de curso:** Presencial:

**Objetivo de Formación:**

**General:**

Proporcionar a los estudiante las herramientas mínimas que contribuyan con los procesos productivos de la pequeña y mediana empresa

**Específicos:**

- Identificar conceptos básicos de Materia prima, Mano de obra, método de trabajo y medio ambiente.
- Generar conciencia de la responsabilidad de tener una excelente seguridad industrial.
- Explicar los beneficios generales de el buen manejo de los inventarios y tener la capacidad de manejarlos e identificarlos
- Identificar interpretar y analizar las características de los parámetros de operaciones necesarios para realizar la planeación de producción

**Justificación:**

Dando alcance a las oportunidades ofrecidas por la universidad se realiza el siguiente proyecto proporcionando herramientas necesarias a la comunidad para fortalecer los conocimientos de sus pequeñas pymes y en la construcción de estas a la comunidad que no la tienen y desean formar una microempresa, siendo un proceso importante la administración de producción en toda

microempresa se involucrara la comunidad para que mejoren sus procesos y así obtengan mejores rentabilidades

### **Contenido General:**

#### **Módulo III Administración de la Producción.**

##### **Introducción Proceso Productivo**

- Materia Prima
- Mano de Obra
- Método de Trabajo
- Planeación
- Medio Ambiente
- Medición

##### **Seguridad Industrial**

- Salud Ocupacional
- Higiene y Salud
- Control de Riesgos

##### **Inventarios**

- Método de inventarios
- Dinámica de Inventarios

### **Metodología:**

Se proporcionaran las herramientas necesarias para que el estudiante pueda seguir la clase magistral.

Se abordaran dinámicas “juegos de roles” entre los alumnos

### **Sistema de Evaluación:**

- Se evaluara el contenido de lo aprendido al final de la clase

**Criterios de Evaluación:**

- Participación en clase
- Compromiso durante el curso

**Fuentes y/ o Bibliografía:**

- <http://www.aulafacil.com>
- <http://www.mailxmail.com/b-produccion>
- Organización de la producción; Ediciones Pirámide; Velasco Sánchez, Juan
- Gestión de la producción; Editorial Donostiarra S.A.; Arana Pérez, Pilar

### 3.8.2. ADMINISTRACIÓN

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
FORMATO DE CURSO**

**Nombre del Módulo:** Administración

**Duración:** 5 horas

**Horario:** 8:00 AM – 12:00 AM

**Fecha de Inicio:** 18 abril de 2009

**Fecha de Finalización:** 25 abril de 2009

**Tipo de curso:** Presencial:

**Objetivo de Formación:**

**General:**

Crear el pensamiento administrativo y el dominio de herramientas de gestión que permitan la generación de planes de negocios y el crecimiento de la pequeña empresa.

**Específicos:**

- Que el estudiante reconozca y aplique los conceptos básicos y generalidades de la administración.
- Que el estudiante aplique el plan de negocios a su idea de negocio.
- Que el estudiante reconozca y comprenda las herramientas que puede emplear para fortalecer su negocio o idea de negocio.
- Que el estudiante identifique los factores externos que influyen en la generación de empresa.

**Justificación:**

Anteriormente se creía que una empresa era un ejercicio solo para la sociedad capitalista, hoy día ha pasado a ser un término de interés y uso general incluso académico. Esto se asocia con que

cada vez mas personas piensan en hacer empresa y surgen más y mejores ideas de negocio, pero por que muchas de ellas no llegan a feliz termino?

Po tanto para el emprendedor empresarial de Uniminuto es de gran importancia el conocimiento y aplicación de conceptos y ejercicios que le permita desarrollar habilidades para generar proyectos empresariales de éxito.

## **Contenido General:**

### **Módulo I Administración**

#### **La Empresa. Generalidades**

- Generalidades sobre administración de empresas
- Definición
- Importancia
- Características y elementos

#### **Eficiencia, eficacia y productividad**

#### **Entorno de la empresa**

- Microentorno
- Macroentorno

#### **Plan de Negocios**

- Misión
- Visión
- Políticas

**Metodología:**

El módulo tiene una duración de cinco horas académicas, dentro de las cuales se desarrollara una parte teórica como clase magistral y otra practica con un trabajo grupal.

Se diseñara una dinámica que permita la validación de conceptos al final de la clase.

Se dejará una pequeña actividad extracurricular para entrega en la próxima clase

**Sistema de Evaluación:**

Se consideraran tres métodos de evaluación.

Heteroevaluación ,coevaluación y autoevaluación

**Criterios de Evaluación:**

- Presentación a tiempo en las actividades extracurriculares
- Participación en el desarrollo de las actividades dentro del aula.
- Nivel de compromiso en la asistencia al módulo.

**Fuentes y/ o Bibliografía:****Paginas de consulta**

- <http://www.aulafacil.com/administracionempresas/Lecc-1.htm>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoDeAdministracion>
- Administración proceso administrativo; Mcgraw –Hill; Idalberto Chiavenato
- El futuro de la administración; Editorial Norma; Gary, Hamel

### 3.8.3. MERCADEO

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
FORMATO DE CURSO**

Nombre del Módulo: Mercadeo

Duración: 5 horas

Horario: 8:00 AM – 12:00

Fecha de Inicio: 18 de abril de 2009

Fecha de Finalización: 2 de mayo de 2009

Tipo de curso: Presencial

**Objetivo de Formación:**

**General:**

- Proveer a los estudiantes lo relacionando con el mercado, considerando los conceptos básicos como, oferta, demanda, competencia, ciclo de vida, marketing mix; permitiendo una visión más amplia sobre el tema.

**Específicos:**

- Analizar el mercado desde las perspectivas de la oferta, demanda y competencia.
- Identificar los componentes de cuadro de marketing mix, precio, producto, promoción y canales de distribución.
- Analizar el ciclo de vida de los productos desde sus diferentes fases.
- Crear conciencia al estudiante, de la importancia en al innovación e investigación de productos.

**Justificación:**

La generación de pequeñas empresas se hace cada vez mas notable en la sociedad, las personas con espíritu emprendedor se lanzan a lucha y competitividad en el mundo de los negocios, es por esto la importancia del conocimiento del mercado al cual se va adentrar.

El área de mercado es una de la bases para el éxito del un plan de negocios, y por ende la necesidad de que el emprendedor manejo conceptos claves y básicos, que le permitan tener una misión y visión mas certeras sobre su plan de negocios

## **Contenidos Generales:**

### **1. MERCADO**

- Oferta
- Demanda
- Competencia

### **2. MARKETING MIX**

- Producto
- Precio
- Promoción
- Canales de distribución
- Ciclo de vida

### **3. ESTRATEGIAS DE MERCADEO**

- Estrategia de precio
- Estrategia de promoción
- Estrategia de comunicación
- Estrategia de servicio
- Estrategia de distribución

## **Metodología:**

- Clase magistral con ayudas audiovisuales
- Trabajo en grupo
- Dinámicas de conocimiento
- Participación

**Sistema de Evaluación:**

- Se evaluara de manera dinámica al finalizar el módulo.
- Se utilizara el método de autoevaluación y coevaluacion
- Se tendrá en cuenta la participación de los estudiantes

**Fuentes y/ o Bibliografía:**

- <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/mercadeo-y-concepto-de-mercadeo.htm>
- Principios de mercadeo; editorial Ecoe ediciones; Céspedes Sáenz Alberto
- Enfoque: el único futuro de su empresa editorial Mc Graw Hill; Ries AL.

### 3.8.4. FINANZAS

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
FORMATO DE CURSO**

Nombre del Módulo: Finanzas

Duración: 5 horas

Horario: 8 AM a 12 m

Fecha de Inicio: 9 de Mayo 2009

Fecha de Finalización: 23 Mayo

Tipo de curso: Presencial

#### **Objetivo de Formación:**

##### **General:**

Formar y dotar de las herramientas necesarias a los participantes en el curso de emprendimiento empresarial para la toma de decisiones que generen una eficiente y eficaz gestión financiera para su futuro ambiente de negocios

##### **Específicos:**

- Generar una actitud responsable sobre los conocimientos básicos de las finanzas
- Determinar y conocer los diferentes tipos de cuentas que se presentan en los diferentes estados financieros
- Desarrollar y promover las actitudes sobre la partida doble que es la base de la contabilidad mas usada en los negocios
- Conocer cada uno de los diferentes tipos de documentos cambiarios y sus implicaciones a nivel de los negocios

**Justificación:**

En el medio de la pequeña empresa existe la necesidad de seguir en la búsqueda de la competitividad y posicionamiento. Es por eso que la educación en el área de finanzas es muy valiosa. Cada uno de los estudiantes en este curso deberá entender y comprender la importancia que tiene cada uno de los conceptos que se darán a conocer en este curso para que se pueda con ellos tener una visión más amplia y suficiente desde la perspectiva empresarial.

Contamos con las instalaciones de la universidad donde podremos darles más sentido de pertenencia a este grupo de personas que a tomado la decisión de tomara este curso tengan la calidad de aprendizaje se podrá contar con los diferentes medios de ayuda para un buen aprendizaje.

**Contenidos Generales:****Introducción**

- Conceptos
- Patrimonio
- Activo y Pasivo
- Costos y Gastos

**La cuenta**

- Por cobrar
- Por pagar
- Asientos contables

**Partida doble**

- concepto

**Punto de equilibrio**

- costos
- gastos

**Documentos cambiarios**

- Factura
- Cheque

- Pagare
- Letra de cambio

**Metodología:**

- Exposiciones magistrales
- Ejercicios y Talleres
- Estudio de casos
- discusiones

**Sistema de Evaluación:**

La evaluación del módulo se realizara a través de una prueba escrita de auto evaluación donde se evaluara el desarrollo del módulo

**Fuentes y/ o Bibliografía:**

- [www.pymesfuturo.com](http://www.pymesfuturo.com)
- [www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com)
- Contabilidad Básica; editorial pirámide; Codera Martin; Jose Maria
- Contabilidad: aplicación practica comentada; Campaña Rey Maria Carmen

## 4. APLICACIÓN

### 4.1. METODOLOGIA DE FORMACION

### 4.2. TIPOS DE CONOCIMIENTO

#### INTRODUCCION

La teoría del conocimiento también llamada gnoseología es una disciplina que busca determinar la naturaleza u origen del conocimiento. Uno de los padres en el tema es Platón pero fuera de la filosofía existen otras disciplinas que se ocupan también del conocimiento pero desde otros puntos de vista como lo es la psicología o la lógica.

En la Grecia clásica inicia el estudio del conocimiento con el diálogo Platónico pero también con Aristóteles quien se dedica a estudiar el conocimiento empírico. En la época helenística Sexto Empírico fue el mayor exponente del escepticismo, posteriormente en el siglo XVII Francis Bacon impulsa el conocimiento de tipo empírico apoyado por la monarquía, poco después Descartes escribe un discurso dedicado a resolver problemas fundamentales de la teoría del conocimiento.

Las investigaciones contemporáneas distinguen dos tipos de conocimiento: el saber que y el saber como, el primero hace referencia al conocimiento proposicional y el segundo al conocimiento operativo procedimental, es decir, el primero es el tener el conocimiento de algo como por ejemplo el saber que un texto esta escrito en español, mientras el saber como es tener las destrezas para ejercer una acción por ejemplo tener los conocimientos para redactar una carta. Se supone que la teoría anterior al siglo XX se ocupa del saber que.

Sócrates defiende que el conocimiento no debe basarse en creencias verdadera y justificadas, es decir que lo que se considere conocimiento debe ser expuesto con razones suficientes y fundadas, de lo contrario puede llamarse fe o convicción pero no conocimiento en sentido estricto.

La gnoseología también estudia criterios para reconocer la verdad y estar seguros de ella es decir la evidencia.

Ante la posibilidad del conocimiento existen distintas actitudes:

- El dogmatismo
- El escepticismo
- El criticismo
- El relativismo
- El perspectivismo
- El racionalismo
- El empirismo
- El constructivismo
- El materialismo dialéctico

## **ACTITUDES DE CONOCIMIENTO**

### **EL DOGMATISMO**

Un dogma es una doctrina fundada por una religión u otra autoridad y no admite replica, es decir es una opinión individual o colectiva que no se sujeta a verificación, su contenido puede ser de tipo religioso, social, sexual, filosófico, etc. La enseñanza de un dogma o de una doctrina de tipo dogmático se conoce como adoctrinamiento. En su origen este término podía entenderse como un decreto o una norma, en la iglesia adquirió su mayor fuerza es así como su significado principal es dogma teológico y es aplicado no solo a la religión católica sino a todas aquellas que proclaman una verdad indiscutible.

Entre los dogmas en la religión se conocen:

- Judaísmo
- Cristianismo
- Catolicismo
- Protestantismo
- Islam
- Hinduismo
- Budismo

En algunas oportunidades muchas creencias no religiosas, son tomadas como dogmas en el campo político, filosófico y temas sociales.

### **EL ESCEPTICISMO**

Es una corriente filosófica basada en la duda.

Su doctrina esta basada no tanto en el no creer en nada sino en “el que duda, que investiga”, los escépticos creían que todo era tan subjetivo que solo es posible opinar. Ellos no creían en una verdad objetiva por que para ellos todo depende del sujeto y no del objeto, al hecho de no emitir juicios sino solo opiniones se le conoce como suspensión del juicio, esta actitud los llevaría a la paz del alma ya que como no creían en nada pues no tenían conflictos con nadie por que no tenían que defender sus opiniones ya que para ellos no existían verdades objetivas.

Pirrón fue el creador del escepticismo conoció muchas culturas con los ejércitos de Alejandro Magno, esto le permitió dudar de las verdades evidentes de su cultura. Otro importante escéptico fue Sexto Empírico quien sostenía que en la vida práctica hay que seguir: las señales que aporta la naturaleza, las necesidades del cuerpo, las tradiciones y las leyes. Timón otro autor puso en duda las ideas de Aristóteles y aunque los escépticos pusieron en duda el sistema socrático, ganaron mala fama al luchar contra los ritos y leyendas arraigadas.

El escéptico creía que no había nada verdadero, falso, bueno, malo, Pirrón estaba en desacuerdo con el dogmatismo y a él se le atribuyeron frases como “nunca llegarás a conocer la verdad”.

## **EL CRITICISMO**

Fue una doctrina desarrollada por Immanuel Kant, y trata de conocer los límites del conocimiento a través de una investigación sistemática por lo cual se le considera antidogmática.

Según Wolf la filosofía era una explicación racional de los modos de ser sin embargo las ciencias como las matemáticas derribaban este pensamiento.

Otros autores del criticismo usaron el término de crítica para añadir un método analítico a su filosofía, tal es el ejemplo de Karl Marx.

## **EL RELATIVISMO**

Es una teoría filosófica opuesta al objetivismo pues este último propone que las opiniones sobre las cosas son verdaderas o falsas independiente de las personas que las formulen, mientras que el relativismo propone que la verdad de las cosas depende si el sujeto que las expone cree también que es verdad, hay tantas verdades como personas.

Se reconocen tres formas básicas del relativismo: cognitivo, moral y cultural.

El relativismo es todo un sistema de pensamiento que no admite ninguna verdad universal. El relativismo inicia en Grecia siendo Pitágoras el mayor exponente con su frase “el hombre es la medida de todas las cosas”. El relativismo está medianamente cerca del escepticismo aunque este llega más lejos.

## **EL PERSPECTIVISMO**

El perspectivismo es una doctrina filosófica creada por Ortega y Gasset quienes aprobaron el perspectivismo desde diferentes ópticas. Afirmaban que toda percepción e idea eran subjetivas, el sujeto mira en una dirección propia.

Ortega establecía que toda verdad es una verdad en perspectiva válida desde un punto de vista y servía de base para las demás perspectivas, también se interesó por la teoría de la relatividad pues afirmaba que esta es el fondo filosófico del perspectivismo.

Aunque para Ortega el concepto del "perspectivismo" coincide plenamente con un "subjetivismo cultural", basada en la Teoría del Ser Absurdo este también es una transformación hacia un Ser Relativo.

## **EL RACIONALISMO**

Es una corriente filosófica formulada por René Descartes opuesta al empirismo, este último se basa en que todo conocimiento es adquirido a través de la experiencia mientras el otro afirma que el conocimiento viene de la razón, Descartes proponía que todas las verdades universales se podían descubrir a través de la razón.

A Descartes se unieron otros filósofos como Baruch Spinoza y se opusieron otros como John Locke y David Hume quienes pensaban que todo venía de los sentidos. El racionalismo ha jugado un papel antirreligioso en la teología.

Esta corriente filosófica tuvo sus inicios en Europa y se dividió en dos bloques, el racionalismo y el empirismo estos se oponen al escepticismo pirrónico y sus características principales son:

- Confianza en el poder de la razón.
- Recuperación de doctrinas clásicas, como el atomismo (Gassendi), el fatalismo (Spinoza) o el platonismo gnoseológico (Leibniz).
- Crítica y revisionismo escolástico.
- Mecanicismo del universo.

## **EL EMPIRISMO**

Es una teoría del conocimiento la cual se basa en la experiencia y rechaza cualquier instrucción teórica, busca la formación de ideas y admite que todo el conocimiento se adquiere a través de las experiencias eso quiere decir que niega de alguna forma el racionalismo.

Esta filosofía tuvo sus inicios en las Islas Británicas con el empirista Hume quien manejaba el empirismo de una forma no tan extrema como Pirrón quien practicaba la suspensión de juicios y esto según Hume llevaba a la inacción cosa contraria a lo que él quería despertar que era una actitud crítica.

Los empiristas niegan que el ser humano tenga ideas innatas pues ellos consideran que un bebé por ejemplo es una hoja en blanco en el cual las experiencias dejan marcas, pero también admiten que no tenemos un conocimiento empírico automático.

## **EL CONSTRUCTIVISMO**

Es una corriente de pensamiento surgida a mediados del siglo XX por Kant quien afirmó que la realidad no está fuera de quien la observa sino que en cierta medida es construida por su aparato cognitivo, otro filósofo constructivista fue Descartes, pero el primer constructivista fue Ernst von Glasersfeld quien presumió que el conocimiento independiente de lo que sea, está en la mente de las personas y de allí cada cual construye el conocimiento basado en sus experiencias, es decir, el conocimiento nace a raíz de las experiencias individuales

y aunque estas son subjetivas se pueden encontrar que son similares pero no existe forma de saber si en realidad son las mismas.

Los principios de Von Glasersfeld son:

a) El conocimiento “no se recibe pasivamente, ni a través de los sentidos, ni por medio de la comunicación, sino que es construido activamente por el sujeto cognoscente”.

b) “La función del conocimiento es adaptativa, en el sentido biológico del término, tendiente hacia el ajuste o la viabilidad”.

c) “La cognición sirve a la organización del mundo experiencia del sujeto, no al descubrimiento de una realidad ontológica objetiva”.

d) Existe una exigencia de socialización, en los términos de “una construcción conceptual de los ‘otros’”; en este sentido, las otras subjetividades se construyen a partir del campo experiencia del individuo. Según esta tesis, originada en Kant, la primera interacción debe ser con la experiencia individual.

## **EL MATERIALISMO DIALECTICO**

Es una corriente filosófica basada en datos resultados y avances de la ciencia opuesto al idealismo filosófico representado por Dios y la religión. Este término fue introducido por el ruso Georgi Plejanov. El pilar filosófico de esta corriente es la relación que hace entre el mundo material, el espiritual y la conciencia.

El materialismo dialectico esta bastante relacionado con el ateísmo “El desarrollo de las ciencias destruye definitivamente la creencia idealista de que el mundo esté basado en lo supernatural, en lo espiritual”. Es decir solo creían en lo perceptible nada es conocido de la existencia de Dios.

Las categorías del materialismo dialectico son:

1. esencia y fenómeno 2. Causa y efecto 3. Necesidad y casualidad 4. Ley 5. Contenido y forma 6. Posibilidad y realidad 7. Lo singular lo particular y lo individual 8. Lo abstracto y lo concreto 9. Lo histórico y lo lógico

## **METODOLOGIA A APLICAR**

- Teniendo en cuenta que el grupo de alumnos que conformaran el curso de Emprendimiento Empresarial son personas mayores de diez y ocho (18) años y que cada persona trae una idea de negocio, se considera que la metodología más aplicable es el constructivismo.
- A medida que se dicte el curso cada persona ira aplicando lo aprendido a su proyecto de vida o a la idea de negocio que trae o a la futura empresa a conformar. Lo que se pretende es que a partir de cada experiencia el estudiante construya su propio conocimiento acerca del tema de mayor interés.

- La idea de tener varios contenidos en un mismo curso es disponer de diversos temas que pueden ser de interés grupal e individual, estos a su vez se ajustaran o serán viables tantas veces como personas que conformen el grupo.
- Se harán actividades didácticas desde las cuales el individuo podrá analizar situaciones que le permitan simular la realidad de su negocio.
- El constructivismo parte de la experiencia individual y es por esto que se considera la metodología más conveniente a aplicar.

### **4.3. LOGISTICA**

#### **4.3.1. UBICACIÓN**

Los cursos de Emprendimiento Empresarial se tomaran en la sede principal de la Corporación Universitaria Minuto de Dios que está ubicada en la Diagonal 81C No.72 B -81

#### **4.3.2. MATERIALES**

Los materiales que se utilizaran son ayudas informativas como; fotocopias, plan de estudio, video proyector, Video Cámara, Cámara Digital.

### 4.3.3. COSTOS

<b>TABLA DE GASTOS</b>			
<b>FECHA</b>	<b>APORTES</b>		
	<b>INSCRITOS</b>	<b>APORTE INSCRITOS</b>	<b>TOTAL</b>
28/04/2009	19	\$3,000.00	\$57,000.00
<b>INVERSIONES</b>			
	<b>REFRIGERIOS</b>	<b>PAPELERIA</b>	<b>DESCRIPCION</b>
21/03/2009		\$35,000.00	AVISO INFORMATIVO
18/04/09	\$ 21,300.00	\$ 19,000.00	CARNETS
25/04/09	\$ 14,250.00	\$ 5,400.00	IMPRESIONES COLOR
02/05/09	\$ 31,100.00	\$ 9,000.00	FOTOCOPIAS
09/05/09	\$ 20,900.00	\$ 6,000.00	MARCADORES BORRABLES
16/05/2009	\$ 18,700.00	\$ 20,000.00	FOTOCOPIAS
23/05/2009	\$ 24,500.00		
		\$ 30,000.00	CASSETES VIDEO
		\$ 240,000.00	ALQUILER CAMARA
		\$ 160,000.00	EDICION DE VIDEOS
		\$ 35,000.00	TRANSPORTES
	\$ 130,750.00	\$ 524,400.00	
		<b>TOTAL</b>	\$ 655,150.00

Tabla 1 Relación de Presupuesto

#### 4.3.4. CONVOCATORIA E INSCRIPCIONE

Se realizo la convocatoria instalando un aviso informativo en la sede del bienestar familiar (Jardín Infantil) CorpoHunza<sup>16</sup> , por espacio aproximado de 15 días y se programo la reunión para explicar los términos del proyecto de Emprendimiento empresarial.

Luego se realizo una reunión con todas las personas interesadas en tomar los cursos, para ofrecer información directa, permitiéndonos identificar las necesidades de capacitación de la comunidad.<sup>17</sup>

Para la inscripción al curso los beneficiaros diligenciaron, la ficha de inscripción con información básica, que permitió realizar la preinscripción, saber con cuantos alumnos se contaría y cuál iba a ser la población a capacitar.<sup>18</sup>

Posteriormente se procedió a la elaboración de carnés junto con una circular informativa que permitiera la mejor ubicación en sentido geográfico de los futuros estudiantes.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Anexo6 Ilustración aviso

<sup>17</sup> Anexo7 Ilustración reuniones

<sup>18</sup> Anexo8 Formato de inscripción

<sup>19</sup> Anexo9 Carnés

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Es interesante observar como a través del ejercicio se adquirió profundización en los temas expuestos, esto a raíz de la preparación que se debía tener para ofrecer de la misma manera una capacitación de calidad que superara las expectativas del grupo de personas.
- La facultad de ciencias empresariales apoya por todos los frentes el emprendimiento empresarial y su concepto de escuela para el fortalecimiento de la misma. Exposueños y la semana social deben convertirse en espacios para poner en práctica lo aprendido en las capacitaciones.
- La población a tratar desea continuar con la capacitación en diferentes temas como parte integral del proceso aquí iniciado, en este orden de ideas es necesario y urgente la continuidad del proyecto no solo con este grupo sino con grupos de otras localidades.
- Se recomienda la creación de un “laboratorio para emprendedores” creado por y para los estudiantes de la carrera administración de empresas donde se lleve a cabo investigación, diseño y ejecución de propuestas y material académico que permita llegar cada vez a más personas con dificultades de acceso a la educación superior.
- El desarrollo del proyecto ha despertado el interés por vincularse a otros proyectos dentro de la facultad de ciencias empresariales como lo es el semillero de investigación dentro de la línea de fortalecimiento empresarial, adicional algunos estudiantes del curso han invitado a los integrantes del grupo del proyecto a formar parte de sus empresas o ideas de negocio a través de la asesoría externa.
- Para la financiación del proyecto y su perdurabilidad en el tiempo se recomienda la intervención de la Corporación Universitaria Minuto de Dios a través de la disponibilidad de espacios físicos y tecnológicos que permitan crear un ambiente de capacitación propicio para las personas beneficiadas, además cada uno de los estudiantes involucrados participe suministrando los componentes adicionales como materiales, alimentación y cualquier otro que se desprenda de la actividad, teniendo en cuenta que el proyecto lleva consigo un componente social alto.

## 6. BIBLIOGRAFIA

- Administración y teoría de las organizaciones; Editorial Ediciones hispanoamericanas, Luis Eduardo Illera Dulce.
- Littlewood,W.(2005).La enseñanza de la comunicación oral. Un marco metodológico. Recaredo,2-08005.Barcelona, España.
- Contabilidad Básica; editorial pirámide; Codera Martin; Jose Maria
- Contabilidad: aplicación practica comentada; Campaña Rey Maria Carmen
- Principios de mercadeo; editorial Ecoe ediciones; Céspedes Sáenz Alberto
- Enfoque: el único futuro de su empresa editorial Mc Graw Hill; Ries AL.
- Costo Integral Conjunto; el método mas actualizado revolucionado y practica; editorial ecafsa; Gonzalez Cristobal del Río
- Como Conservar su Clientela: el Secreto del Servicio ;editorial legis; Desatnick Robert