



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACION CIENCIA Y TECNOLOGIA
FECYT

TEMA:

ESTUDIO DE LA CONSTITUCION Y ADMINISTRACION DE LAS MICRO EMPRESAS Y SU APLICACIÓN EN LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN EL TERCER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO NACIONAL TECNICO 22 DE MARZO DEL CANTON SAN LORENZO.

PROPUESTA ALTERNATIVA.

Trabajo de grado previo a la obtención del Título de Licenciatura en Ciencias de la Educación, Carrera de Contabilidad y Computación.

AUTORAS: CEDEÑO NAZARENO ISABEL MERCEDES

YÉPEZ BENNETT ROCÍO CARINA

ASESOR: ESP: FABIAN MEJIA

Ibarra, 2010

ACEPTACION DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de grado **“ESTUDIO DE LA CONSTITUCION Y ADMINISTRACION DE LAS MICRO EMPRESAS Y SU APLICACIÓN EN LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN EL TERCER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO NACIONAL TECNICO 22 DE MARZO DEL CANTON SAN LORENZO. PROPUESTA ALTERNATIVA**, presentado por: Isabel Mercedes Cedeño Nazareno y Rocío Carina Yépez Bennett, para optar por el titulo de Licenciadas en Ciencias de la Educación, especialidad Contabilidad y Computación, doy fe de que éste, reúne los requisitos y meritos suficientes para ser sometido a la defensa y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 7 días del mes de Febrero del 2011

Especialista: Fabián Mejía.

Dedicatoria

Nos gustaría dedicar esta Tesis a toda nuestra familia.

Con mucho cariño para nuestros padres que nos dieron la vida y han estado en todo momento.

Gracias por el apoyo el cual no sería posible seguir una carrera para nuestro futuro.

Nos han dado todo lo que somos como persona, valores, principios, perseverancia y empeño, y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

Nos han enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

ISABEL CEDEÑO

ROCÍO YÉPEZ

Agradecimiento

Agradecemos a Dios quien nos brindo el regalo más valioso que es la vida.

Un agradecimiento a nuestra familia quienes nos brindaron su apoyo incondicional durante el desarrollo de la tesis.

Al Especialista Fabián Mejía en calidad de Asesor, nos brindó el tiempo y dedicación para que este trabajo se lleve a cabo con la más óptima calidad.

ISABEL CEDEÑO

ROCÍO YÉPEZ

INDICE GENERAL

CAPÍTULO I	12
1.1. Antecedentes	12
1.2. Planteamiento del Problema	12
1.3 Formulación del Problema	13
1.4 Delimitación	13
1.5 Objetivos	15
1.5.1 Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
1.6 Justificación	16
CAPÍTULO II	18
2.Marco Teórico	18
2.1.3 Posicionamiento Teórico Personal	30
2.1.4 CONCEPTO DE EMPRESA	32
2.1.4.1 Definición de Empresa	32
2.1.4.3 lineamientos básicos para la elaboración de planes de negocios	34
2.1.4.5 EL ÉXITO EN LOS NEGOCIOS	36
2.1.4.6 CARACTERISTICAS DEL EMPRESARIO MODERNO	38
2.1.4.7 LA MISIÓN DE UNA EMPRESA	41
2.1.4.8 CÓMO EMPEZAR UN NEGOCIO	44
2.2 CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN	52
2.2.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN	52
2.2.3 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN	54
2.2.4 PRINCIPIOS GENERALES DE LA ADMINISTRACION	55
2.2.5 LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE	57
2.2.6 COMO AFECTA EL MEDIO AMBIENTE A LA ADMINISTRACIÓN	57
2.3 Glosario de Términos	60
LA DIRECCIÓN EN LAS MICROEMPRESAS (PYMES)	62
2.3.2 TRIUNFO / FRACASO, SUS CAUSAS	65
2.3.3 DINÁMICA DE LAS FUNCIONES DE DIRECCIÓN	66
2.4 LA DIRECCIÓN Y EL MARCO DE REFERENCIA LEGAL	70
2.4.1.1 FORMA JURÍDICA	70

2.4.1.2 Empresa individual.....	71
2.4.1.3 Sociedad regular colectiva.....	71
2.4.1.4 Sociedad anónima	72
2.4.1.5 Sociedad en comandita	73
2.4.1.6 Sociedad de responsabilidad limitada.....	73
2.4.2 LA RESPONSABILIDAD, COBERTURAS POSIBLES.....	74
2.4.3 SISTEMAS DE PENSIONES.....	76
2.4.4 LA FISCALIDAD	79
2.4.5 TIPOS DE IMPUESTOS	79
2.4.6 GESTIÓN FISCAL.....	80
2.4.7 LEY PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, PYMES	81
2.4.12 EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS	101
2.4.15 LA GESTIÓN DEL PERSONAL.....	103
2.4.16 EVALUACIÓN DEL PERSONAL.....	106
2.4.28 BASES PARA CREAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN	129
2.4.30 SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN	133
2.4.36 NECESIDADES DE INFORMACION.....	137
2.4.40 LA TEGNOLOGÍA EN LAS PYMES	142
2.4.45 FUNDAMENTOS	150
2.4.45.1 FUNDAMENTOS PSICOLÓGICOS.....	150
2.4.46 FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS	153
2.4.47 POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL.....	157
2.5 Matriz Categorical	158
CAPITULO III	160
3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	160
3.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS.....	161
CAPITULO IV	163
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	163

CAPITULO V	173
5.1 Conclusiones	173
5.2 Recomendaciones	174
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	175
6.2 JUSTIFICACIÓN.....	176
6.3 FUNDAMENTOS	176
6.4 OBJETIVOS	177
6.4.1 Objetivo General.....	177
Objetivos Específicos	177
IMPORTANCIA	177
6.5 FACTIBILIDAD.....	178
6.6 DIFUSIÓN	178
6.7 DESARROLLO DE LA PROPUESTA	178
INTRODUCCIÓN:.....	178
PLANIFICACION INTERDISCIPLINARIA	230
QUE ES LA MULTIMEDIA?	274
CARACTERÍSTICAS	275
Tipos de información multimedia:	275
ANEXOS	276
Cuestionario.....	277
Bibliografía.....	280
Árbol de Problemas.....	282

RESUMEN

El presente proyecto llega a través de un proceso ordenado y sistemático sustentando el nivel académico, con énfasis en el estudio de la formación de microempresas de acuerdo a las necesidades del medio y de las Instituciones Educativas y Universidades, que servirán de base para formación de microempresas, encaminadas a superar la falta de empleo, el trauma de no conseguir trabajo, a graduados, egresados y familias, y sobre todo a erradicar los bajos ingresos económicos de un porcentaje de la población. El marco teórico trata de manera analítica de profundizar en el conocimiento de estas realidades, sobre todo buscar fundamentos en la formación de la microempresa, acertadamente propuesto para la UTN la investigación de campo se ha encaminado a conocer directamente la situación ocupacional de los profesionales de la pequeña y mediana empresa de nuestro país, profundizando en el conocimiento de las funciones, tareas y responsabilidades que cada uno de ellos realizan y/o deben realizar. El acercamiento hacia las instituciones educativas comprometidas directamente con las microempresas tales como en el siguiente colegio: Nacional Técnico "22 de Marzo" ayudando a conocer las realidades en relación con las funciones, tareas, actitudes y conocimientos que son necesarios para una pequeña y mediana empresa. Estamos seguros que este proyecto facilitará el crecimiento cualitativo y cuantitativo de la constitución y administración de la Pequeña y mediana empresa y el trabajo autónomo debido a la metodología de investigación descriptiva y la consecuente derivación curricular, los resultados están implícita y explícitamente argumentados en el contexto de la propuesta alternativa de solución.

SUMMARY

The present project arrives through an orderly and systematic process sustaining the academic level, with emphasis in the study of the microempresas formation according to the necessities of the means and of the Educational Institutions and Universities that will serve as base for microempresas formation, guided to overcome the employment lack, the trauma of not getting work, to graduate, egresados and families, and mainly to eradicate the low economic revenues of the population's percentage. The theoretical mark is in an analytic way of deepening in the knowledge of these realities, mainly to look for foundations in the formation of the microempresa, wisely proposed for the UTN the field investigation he/she has headed to know the occupational situation of the professionals of the small and medium company of our country directly, deepening in the knowledge of the functions, tasks and responsibilities that each one of them carries out and/or they should carry out. The approach toward the committed educational institutions directly with the microempresas as in the following school: National Technician "March 22" helping to know the realities in connection with the functions, tasks, attitudes and knowledge that are necessary for a small and medium company. We are sure that this project will facilitate the qualitative and quantitative growth of the constitution and administration of the Small and medium company and the autonomous work due to the methodology of descriptive investigation and the consequent curricular derivation, the results are implicit and explicitly argued in the context of the alternative proposal of solution.

INTRODUCCIÓN

En el presente estudio de la constitución y administración de las microempresas dentro del proceso enseñanza - aprendizaje en la asignatura de administración en el tercer año Bachillerato especialidad Contabilidad del Colegio Técnico “22 de Marzo” del Cantón San Lorenzo; lo hemos realizado bajo el siguiente esquema para un mejor desarrollo de este estudio:

En el primer capítulo, se desarrolla los antecedentes, planteamiento, y formulación del problema de investigación; describiendo las delimitaciones, objetivos y la respectiva justificación de realización de este estudio; como es, determinar si dentro del proceso enseñanza aprendizaje de tercer año bachillerato se describe la constitución y administración de las microempresas en la especialidad Contabilidad.

En el segundo capítulo, se describe la fundamentación teórica de nuestro estudio realizado; el posicionamiento teórico personal está basado en el paradigma cualitativo el cuál responde a los modelos pedagógicos constructivistas y socio – crítico, este modelo revela el criterio holístico del proceso educativo, ya que ésta permite interactuar en situaciones concretas y significativas; estimulando el “saber”, el “saber hacer” y el “saber ser”, es decir, lo conceptual, lo procedimental, y lo actitudinal; constituyéndose el docente en moderador, coordinador, facilitador, mediador y también un participante más del proceso enseñanza – aprendizaje. Además se incluye el glosario de términos, los subproblemas, y la matriz categorial.

En el tercer capítulo, se da a conocer la metodología de la investigación, las técnicas e instrumentos utilizados para recopilar la información de este estudio.

En el cuarto capítulo, se desarrolla el análisis e interpretación de resultados obtenidos por la aplicación de la encuesta a los estudiantes de tercer año bachillerato especialidad Contabilidad.

En el quinto capítulo, se describen las conclusiones y recomendaciones propuestas en base al estudio realizado.

En el sexto capítulo se desarrolla la propuesta alternativa de proporcionar una guía multimedia que contenga estrategias metodológicas que permitan el desarrollo y aplicación de la constitución y administración de las microempresas dentro del proceso enseñanza aprendizaje del tercer año bachillerato especialidad Contabilidad del Colegio Técnico “22 de Marzo” en el Cantón San Lorenzo, complementando con impactos, difusión y bibliografía general del trabajo que se pone a consideración.

La educación es la base fundamental para formar y preparar al estudiante de forma integral para que sea capaz de decidir sobre su propio destino personal y social.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Los avances de la ciencia y la tecnología exigen cambios constantes a los modelos educativos, que cumplan con las exigencias que el mercado laboral demanda, nuevos conocimientos y competencias para alcanzar el éxito en este mundo tecnificado.

En la actualidad no existe una multimedia didáctica, dinámico y desarrollado en base a la realidad de las micro-empresas de nuestro entorno y de los estudiantes, que facilite el estudio de administración Comercial que se imparte en el tercer año de Bachillerato Técnico, por lo que los estudiantes no cuentan con medios de consulta adecuado haciendo que su proceso de enseñanza-aprendizaje se vuelva tradicional y monótono.

Existe bibliografía sobre este tema pero no tiene una didáctica bien definida, nuestro trabajo de investigación resolverá esta dificultad creando una multimedia didáctica de instrucción basada en las corrientes pedagógicas y didácticas para obtener aprendizajes significativos en quienes lean este documento.

1.2. Planteamiento del Problema

Por la falta de conocimiento micro empresarial por parte de los habitantes del cantón San Lorenzo durante tantos años de turismo y siendo puerto norteño no se ha producido un crecimiento socio económico y cultural en este sector.

La falencia en la administración gubernamental local no ha permitido el crecimiento micro empresarial profesionalizado.

Por la ausencia de microempresas bien constituidas y administradas hasta hoy, hay un bajo nivel turístico y socio cultural en San Lorenzo.

La falta de socialización entre el sector educativo y el sector micro empresarial de San Lorenzo no ha permitido el crecimiento más progresivo de la microempresa en el sector.

La falta de textos, material bibliográfico y estrategias en el proceso enseñanza – aprendizaje en la especialidad de Contabilidad en los terceros años no ha permitido socializar la teoría con práctica en lo que respecta a la constitución y administración de microempresas en el cantón San Lorenzo.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuál es el nivel de conocimiento referente a la constitución y administración de las microempresas en el proceso enseñanza – aprendizaje en el tercer año bachillerato especialidad Contabilidad del Colegio “22 de Marzo” del cantón San Lorenzo?

1.4 Delimitación

Delimitación de las unidades de observación

Se investiga a los estudiantes del tercer año de Bachillerato de la especialidad Contabilidad del Colegio “22 de Marzo” del cantón San Lorenzo?

1.4.1 Delimitación Espacial

La presente investigación se realiza con la numeración de los estudiantes del colegio;

Colegio	Nº	Estudiantes
Técnico Nacional “22 de Marzo”		
Estudiantes		57
Profesores		3

1.4.2 Delimitación Temporal

La elaboración de microempresa para la constitución y administración de las microempresas se desarrollará durante el periodo comprendido de de Agosto del 2010 a Marzo del 2011.

1.4.3 Subproblemas

¿La reforma educativa favorece el desarrollo de las microempresas dentro de los Centros Educativos?

¿Cuál es la función de los maestros en el desarrollo de la microempresa dentro de la Institución?

¿Cómo se debe de contabilizar el funcionamiento, resultados y desarrollo de la microempresa?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Diagnosticar el nivel de conocimiento referente a la constitución y administración de las microempresas en el tercer año bachillerato del Colegio “22 de Marzo” del cantón San Lorenzo.

Objetivos Específicos

- Determinar las estrategias que utiliza el docente para mejorar el nivel de conocimiento referente a la constitución y administración de las microempresas y socializar la teoría - práctica.
- Recopilar información científica actualizada para la elaboración del marco teórico y para sistematizar los contenidos que contaran en la guía didáctica.
- Proponer una Guía Didáctica Multimedia referente a la constitución y administración de las microempresas para mejorar el nivel de conocimiento de los estudiantes de tercer año de Administración especialidad Contabilidad. y su socialización.

1.6 Justificación

La realidad que vivimos en nuestra Provincia en cuanto a su desarrollo y oportunidades de empleo son limitadas, existiendo un bajo nivel de empleo empresarial.

La presente investigación se realizará porque los estudiantes presentan desconocimiento en el estudio de la constitución y administración de las microempresas.

En las manos de los docentes está la responsabilidad de propiciar una formación integral de los estudiantes, para que a futuro sean personas eficientes, competitivas, innovadoras y productivas, capaces de contribuir al progreso y desarrollo del país.

Con esta investigación contribuiremos positivamente para mejorar la asignatura de Administración Comercial y ofertar estudiantes con conocimientos actualizados, técnicamente preparados para simplificar y optimizar el trabajo, dinámicos, facilitándoles la multimedia Didáctica, práctico y dinámico sobre esta asignatura.

Esta investigación se realizará según los lineamientos establecidos por la Universidad Técnica Del Norte, Facultad FECYT, además constituye un requisito previo a la obtención del título de licenciatura en Contabilidad y Computación.

Además esta investigación es factible de realizar porque contamos con las condiciones adecuadas tanto de tiempo, espacio, apoyo de estudiantes y maestros de la institución.

Con esta investigación esperamos dar un aporte social, educativo y personal a los estudiantes de Comercio y Administración por que la Administración es la base fundamental para relacionarse mejor en el campo empresarial, y así beneficiar a las mismas porque de la información que reciban en las aulas hoy dependerá su eficiencia en el mañana como futuros profesionales.

La elaboración de la propuesta de investigación es factible realizarla ya que existe una buena colaboración de la institución educativa, quien con su interés ha demostrado su compromiso en este proyecto de investigación para que su desarrollo sea un éxito.

En lo referente al aspecto técnico se cuenta con valiosos recursos bibliográficos especializados como Internet, libros, documentales, folletos, etc. y varios accesorios financiados en la investigación.

El proyecto de la Microempresa a realizar es posible ya que existe la suficiente disponibilidad de recursos, colaboración de las personas del lugar así como también con la colaboración y cooperación de la institución educativa a investigar.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

El marco teórico en que se inscribe el presente trabajo contempla la evaluación formativa de la constitución y administración de las microempresas en que convergen temas provenientes de campos diversos, lingüísticos, psicológicos y pedagógicos desde paradigmas formales a otros que toman en cuenta la conducta humana en la interacción social; basándose en el paradigma cualitativo el cuál responder a los modelos pedagógicos constructivistas y socio – críticos, respondiendo así a un criterio holístico del proceso educativo; permitiendo que los estudiantes adquieran hábitos de trabajo e investigación, aprendiendo a vivir en comunidad, dándose cuenta del mundo y sus problemas que los rodean para ayudar a resolverlos. A continuación ampliaremos el marco teórico sobre la constitución y administración de microempresas, tema específico de este trabajo.

Pretendemos ofrecer un marco conceptual en el que sustentar una serie de principios a partir de los cuales se pueda avanzar en la innovación de la enseñanza creativa de la constitución y administración de microempresas y en la necesaria renovación de unas prácticas ancladas en modelos teóricos en gran parte periclitados, y que al mismo tiempo permita investigar sobre el modo como actúan los distintos componentes en el marco de una concepción global de la enseñanza de la administración. La polémica actual entre la aproximación holística y la que toma como punto de partida la necesidad de aprendizajes específicos debe superarse en una visión de la enseñanza de la administración que contemple la toma de conciencia y el dominio de las características específicas de los distintos tipos de discursos, que se base, a su vez, en la necesidad de resolver problemas interactivos sociales económicos y culturales reales que exigen el uso de la constitución y administración de microempresas.

Teorías de Aprendizaje

- **Teoría Cognoscitiva**

ORIGEN Y FUNDAMENTOS

Los estudios de enfoque cognitivo surgen a comienzos de los años sesenta y se presentan como la teoría que ha de sustituir a las perspectivas conductistas que había dirigido hasta entonces la psicología.

Todas sus ideas fueron aportadas y enriquecidas por diferentes investigadores y teóricos, que han influido en la conformación de este paradigma, tales como: Piaget y la psicología genética, Ausubel y el aprendizaje significativo, la teoría de la Gestalt, Bruner y el aprendizaje por descubrimiento y las aportaciones de Vygotsky, sobre la socialización en los procesos cognitivos superiores y la importancia de la “zona de desarrollo próximo”, por citar a los más reconocidos.

Desde los años cincuenta y hasta la década de los ochentas, sobre las bases del paradigma cognitivo se desarrollaron muchas líneas de investigación y modelos teóricos sobre las distintas facetas de la cognición. Por lo tanto, se puede afirmar, que en la actualidad ya no es un paradigma con una aproximación monolítica ya que existen diversas corrientes desarrolladas dentro de este enfoque.

Cognoscitiva es la teoría que trata del aprendizaje, donde el ser humano utiliza sus propias experiencias para obtener el nuevo aprendizaje. La teoría conductista no tiene en cuenta procesos internos para comprender la conducta y solo pretendía predecirla y controlarla. Mientras que la teoría cognoscitiva tiene como objetivo el analizar procesos internos como la comprensión, la adquisición de

nueva información a través de la percepción, la atención, la memoria, el razonamiento, el lenguaje, etc.

Según Ana María Pizá (1999) en su obra "Teorías" dice: ***"Es la teoría que nos indica que existen cambios cualitativos en el modo de pensar de los estudiantes, que desarrollan en un serie de cuatro etapas entre la infancia y la adolescencia (sensorio motriz, pre operacional, operaciones concretas y operaciones formales) La persona contribuye de manera activa al desarrollo."***

Surgen una serie de planteamientos según esta teoría que describen y analizan cada uno de estos procesos internos.

Esta teoría entiende que si el proceso de aprendizaje conlleva el almacenamiento de la información en la memoria, no es necesario estudiar los procedimientos de estímulo - respuesta sino atender a los sistemas de retención y recuperación de datos, a las estructuras mentales donde se alojaran estas informaciones y a las formas de actualización de estas.

El objetivo del educador, según esta teoría, será el crear o modificar las estructuras mentales del estudiante para introducir en ellas el conocimiento y proporcionar al estudiante de una serie de procesos que le permitan adquirir este conocimiento.

De cada parte de este sistema cognitivo surgen teorías que analizan, por ejemplo en la memoria, como se producen los procesos de selección-retención-recuperación de datos; en el aprendizaje los procesos de reorganizaron, reconstrucción y re conceptualización del conocimiento, etc.

Como aportaciones podemos destacar el planteamiento de una enseñanza intencional y planificada en vez de confiar el aprendizaje a la práctica y a la

repetición de ejercicios. No se pone el énfasis en la consecución de resultados sino en el proceso seguido. Se busca que los datos que han sido procesados adquieran sentido integrándose en otras informaciones ya almacenadas.

- **Teoría Constructivista.**

ORIGEN Y FUNDAMENTOS

El constructivismo es una posición compartida por diferentes tendencias de la investigación psicológica y educativa; entre ellas se encuentran las teorías de Piaget (1952), Vygotsky (1978), Ausubel (1963), Bruner (1960) y aun cuando ninguno de ellos se denominó como constructivista sus ideas y propuestas claramente ilustran las ideas de esta corriente.

El constructivismo es en primer lugar una epistemología, es decir, una teoría que intenta explicar cuál es la naturaleza del conocimiento humano. El constructivismo asume que nada viene de nada. Es decir, que conocimiento previo da nacimiento a conocimiento nuevo.

El constructivismo es el modelo que mantiene que una persona, tanto en los aspectos cognitivos, sociales y afectivos del comportamiento, no es un mero producto del ambiente ni un simple resultado de sus disposiciones internas, sino una construcción propia que se va produciendo día a día como resultado de la interacción de estos dos factores. En consecuencia, según la posición constructivista, el conocimiento no es una copia de la realidad, sino una construcción del ser humano, esta construcción se realiza con los esquemas que la persona ya posee (conocimientos previos), o sea con lo que ya construyó en su relación con el medio que lo rodea.

Es de vital importancia en esta teoría el proceso interno de razonar que a la manipulación externa en la construcción del conocimiento; aunque se reconoce la mutua influencia que existe entre la experiencia de los sentidos y de la razón. Es decir la joven o el joven van construyendo su propio conocimiento.

Según Piaget J. (2000) en su obra “El Modelo Constructivista” dice: **“El constructivismo significa que el sujeto, mediante su actividad (tanto física como mental) va avanzando en el progreso intelectual en el aprendizaje; pues el conocimiento para el autor no está en los objetos ni previamente en nosotros es el resultado de un proceso de construcción en el que participa de forma activa la persona.”** (pág. 104 - 105)

Esta construcción que se realiza todos los días y en casi todos los contextos de la vida, depende sobre todo de dos aspectos: 1.- De la representación inicial que se tiene de la nueva información y, 2.- De la actividad externa o interna que se desarrolla al respecto.

En definitiva, todo aprendizaje constructivo supone una construcción que se realiza a través de un proceso mental que conlleva a la adquisición de un conocimiento nuevo. Pero en este proceso no es solo el nuevo conocimiento que se ha adquirido, sino, sobre todo la posibilidad de construirlo y adquirir una nueva competencia que le permitirá generalizar, es decir, aplicar lo ya conocido a una situación nueva.

El Modelo Constructivista está centrado en la persona, en sus experiencias previas de las que realiza nuevas construcciones mentales, considera que la construcción se produce cuando el sujeto interactúa con el objeto del conocimiento, o cuando esto lo realiza en interacción con otros o a su vez, cuando es significativo para el sujeto.

LA CONSTITUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROEMPRESAS COMO ESTRATEGIA EDUCATIVA Y SOCIO ECONÓMICA EN LA ACTUALIDAD

En la Ley No. 27268 y su reglamento el decreto supremo No. 030-2000-ITINCI fue publicado el 27.05.2000 y su Reglamento el 27.09.2000. A la fecha ambas normas están derogadas y en la práctica solo funcionaron mediáticamente. Estas normas contenían los siguientes Disposiciones generales, instrumentos de promoción y desarrollo- entre ellos el financiamiento-, e instrumentos de formalización. Esta norma introdujo legalmente el término PYME, para referirse a las pequeñas y microempresas.

La Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa fue publicada el 03.07.2003 y su Reglamento el 12.09.2003. A la fecha ambas normas están vigentes y en plena implementación. Esta norma introduce la sigla MYPE, en vez de PYME. Términos que indistintamente se utilizan cuando se refieren a las micro y pequeñas empresas. Estas normas legales contienen los siguientes aspectos de las micro y pequeñas empresas: Disposiciones generales: Objeto de la Ley, Definiciones de micro y pequeña empresa y características de las MYPE; Marco institucional de las políticas de promoción y formalización: Lineamientos, marco institucional para las MYPE, los Consejos Regionales y Locales; Instrumentos de promoción para el desarrollo y la competitividad: Instrumentos de promoción de las MYPE, la capacitación y asistencia técnica, acceso a los mercadeos y la información, así como investigación, innovación y servicios tecnológicos y acceso al financiamiento; Instrumentos de formalización para el desarrollo y la competitividad: Simplificación de trámites, licencias y permisos municipales, régimen tributario de las MYPE; y, Régimen laboral de las microempresas.

La Ley 28015 tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas y por añadidura las

medianas empresas, para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria.

Partiendo de que las pequeñas y medianas empresas, son unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Para Figueroa (2000) las pequeñas y medianas empresas pueden definirse como entidades que operando en forma organizada utilizan sus conocimientos y recursos para elaborar productos o prestar servicios que suministran a terceros, en la mayoría de los casos mediante lucro o ganancia.

Estas empresas deben reunir las siguientes características concurrentes:

- a) El número total de trabajadores: En el caso de microempresa abarca de uno a diez trabajadores; la pequeña empresa abarca de 1 hasta cincuenta trabajadores; y la mediana empresa puede abarcar de 1 hasta 100 trabajadores;
- b) Niveles de ventas anuales: La microempresa dicho nivel será hasta el máximo de 150 UIT; la pequeña empresa de 150 a 850 UIT; y las medianas empresas de 850 hasta 1500 UIT.

La Ley 28015, establece como mecanismos de facilitación y promoción de acceso a los mercados: la asociatividad empresarial, las compras estatales, la comercialización, la promoción de exportaciones y la información sobre este tipo de empresas.

Para que las pequeñas y medianas empresas puedan alcanzar competitividad, formalización y desarrollo; incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones, y su contribución a la recaudación tributaria; tienen que disponer de una gestión empresarial efectiva, de lo contrario siempre estarán en un círculo vicioso que no les permite crecer ni desarrollarse.

Analizando a Figueroa (2004), se coincide con la opinión de Gross Herbert (2000) que opina que el primer deber gerente o administrador de una pequeña y mediana empresa consiste en crear, y luego dirigir, toda una serie de relaciones entre su empresa y sus trabajadores, proveedores, bancos y clientes. El primer paso para la creación de las relaciones deseadas consiste en establecer objetivos, tratando esos objetivos que desea establecer con aquellas personas que deberán alcanzarlos. Al fijarse estos objetivos debe ser de tal forma que pueda enfocarse el resultado en términos mensurables. Cualquier modificación en ellos debe contar con los medios apropiados.

Finalmente es necesario ponerlos a prueba continuamente ya que su intención en determinado momento, puede no ser factible de alcanzarlo.

La organización de la pequeña y mediana empresa típica se suele establecer en función de las circunstancias. El propietario es el motor principal. La mayoría de las cosas que hay que hacer o son hechas por el mismo o bajo su directo control. Esto es cierto en los primeros años de vida de la empresa. Es de esperar que una persona empeñada en esta tarea no tenga que aplicar probados principios de organización a su negocio, cuando sean necesarios debido a la expansión del mismo y, en este sentido se llega a un punto que exceda las posibilidades de cualquiera para dirigirlo.

En cualquier caso, en toda pequeña y mediana empresa, llega un momento en que propietario o gerente tiene que delegar la responsabilidad de las decisiones

en alguna otra persona. Es en ese punto cuando empieza a poner en práctica lo que se llama organización.

La gestión efectiva de las pequeñas y medianas empresas se realiza en el marco de la planeación, organización, integración de los recursos, dirección y control de las actividades.

Según Koontz & O'Donnell (2004), la planeación incluye la selección de objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos. La planeación, es por tanto, toma de decisiones, porque incluye la elección de una entre varias alternativas.

La organización incluye el establecimiento de una estructura organizacional y funcional, a través de la determinación de las actividades requeridas para alcanzar las metas de la empresa y de cada una de sus partes, el agrupamiento de estas actividades, la asignación de tales grupos de actividades a un jefe, la delegación de autoridad para llevarlas a cabo y la provisión de los medios para la coordinación horizontal y vertical de las relaciones de información y de autoridad dentro de la estructura de la organización. Algunas veces todos estos factores son incluidos en el término estructura organizacional, otras veces se les denomina relaciones de autoridad administrativa. En cualquier caso, la totalidad de tales actividades y las relaciones de autoridad son lo que constituyen la función de organización. La integración es la provisión de personal a los puestos proporcionados por la estructura organizacional. Por tanto requiere de la definición de la fuerza de trabajo que será necesaria para alcanzar los objetivos, e incluye el inventariar, evaluar y seleccionar a los candidatos adecuados para tales puestos; el compensar y el entrenar o de otra forma el desarrollar tanto a los candidatos como a las personas que ya ocupan sus puestos en la organización para que alcancen los objetivos y tareas de una forma efectiva. En relación con la dirección y el liderazgo, un autor como **Terry (2004)** dice que aunque esta función parece

sencilla, los métodos de dirección y liderazgo pueden ser de una extraordinaria complejidad. Los jefes inculcan en sus trabajos una clara apreciación de las tradiciones, objetivos y políticas de las instituciones. Los trabajadores se familiarizan con la estructura de la organización, con las relaciones interdepartamentales de actividades y personalidades, y con sus deberes y autoridad.

Así como es relevante la gestión efectiva para permanecer en el mercado y alcanzar competitividad, también lo es el control efectivo aplicado al uso racional de los recursos que utilizan las pequeñas y medianas empresas.

El Control es el proceso puntual y continuo que tiene por objeto comprobar si la programación y gestión de las pequeñas y medianas empresas, ejecutada por la gerencia se ha efectuado de conformidad a lo planificado y alcanzado los objetivos programados.

Interpretando a **Andrade (2004)**, determinamos la siguiente teoría: El control efectivo consiste en evaluar un conjunto de proposiciones financieras, económicas y sociales, con la finalidad de determinar si las metas, objetivos, políticas, estrategias, presupuestos, programas y proyectos de inversión emanados de la gestión se están cumpliendo de acuerdo a lo previsto.

Para **Bahamonde (1999)**, el control efectivo, es el proceso de comprobación destinado a determinar si se siguen o no los planes, si se están haciendo o no progresos para la consecución de los objetivos propuestos y el proceso de actuación, si fuese preciso, para corregir cualquier desviación.

De forma más concisa, **E. Gironella Mac Graw**, citado por el Informativo Caballero Bustamante denomina "Control efectivo al plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos que sirven para ayudar a la dirección en el mejor desempeño de sus funciones"

El control puede considerarse efectivo si: i) Se están logrando los objetivos operacionales de la entidad; II) Disponen de información adecuada hasta el punto de lograr los objetivos operacionales de la entidad; III) Si se prepara de forma razonable la información financiera, económica y patrimonial de la entidad; y, IV) Si se cumplen las leyes y normas aplicables.

Por consiguiente, estos componentes también son criterios para determinar si el control interno es eficaz.

La gestión efectiva está relacionada al cumplimiento de las acciones, políticas, metas, objetivos, misión y visión de la empresa; tal como lo establece la gestión empresarial moderna.

Gestión eficaz, es hacer que los miembros de una empresa trabajen juntos con mayor productividad, que disfruten de su trabajo, que desarrollen sus destrezas y habilidades y que sean buenos representantes de la empresa, presenta un gran reto para los directivos de la misma.

2.1.1 ESTANDARES DE CONTROL APLICABLES A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS:

Las pequeñas y medianas empresas necesitan indicadores para saber si están gestionando o controlando adecuadamente sus actividades. Son Estándares de control, los Manuales de: Políticas, Riesgos, de Organización y Funciones y Procedimientos; Reglamentos de: Control Interno, Auditoría Interna, Auditoría Externa, De Organización y Funciones; Plan Estratégico Institucional; Presupuesto; Programas de Inversiones, Programas de Financiamiento y otros documentos

Otros Estándares de control son los documentos fuente, libros principales y auxiliares, estados financieros y los estados presupuestarios, las Memorias de los Consejos Directivos, los Informes de Gerencia, etc.

Mención especial merece las políticas contables, como estándares del registro, formulación, presentación, análisis e interpretación de la información de las pequeñas y medianas empresas. Las empresas que no aplican políticas contables no pueden disponer de información fidedigna para los distintos agentes, por tanto pueden perder la confianza de los mismos; por tanto es necesario aplicar políticas contables que permitan obtener estados financieros que tiendan a otorgar credibilidad y confianza de los proveedores, clientes, acreedores, trabajadores, estado y otros sujetos de interés.

2.1.2 OPTIMIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

Las pequeñas y medianas empresas necesitan disponer de economía, legalidad, transparencia, eficiencia y eficacia tanto en la gestión como en el control empresarial; cuando alcancen esto estamos hablando de optimización empresarial.

Según la Enciclopedia Encarta (2005), optimizar es buscar la mejor manera de realizar una actividad. Los propietarios, directivos, gerentes, administradores o cargos similares, deben entender que la mejor manera de realizar sus actividades empresariales es mediante el cumplimiento de las formalidades establecidas, disponiendo de tecnología adecuada, procesos y procedimientos de trabajos simples y comprensibles; personal capacitado, entrenado y perfeccionado en el desarrollo de las actividades de la empresa.

Para Suarez (2003) optimizar es sinónimo de obtener productividad con el uso racional de los recursos asignados por los propietarios y socios de la pequeña

y mediana empresa que desarrollan las actividades de comercio, industria y prestación de servicios.

Para Johnson, Gerry & Scholes Kevan (2004) la productividad, es la capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial, etc. También es la relación entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, energía, etc.

Para efectos de este trabajo, la optimización, lo entendemos como el cumplimiento de la misión encomendada al Servicio del Cliente y Servicios de Rentas Internas.

La optimización de las empresas llega cuando las pequeñas y medianas empresas obtienen ventajas competitivas. Al respecto Figueroa (2000-A), dice que a pesar de los problemas, la pequeña y mediana empresa puede competir de manera satisfactoria en el mercado. Las razones que le permiten a estas empresas no solamente sobrevivir, sino también generar una adecuada ganancia para sus dueños de situaciones específicas que cada empresa próspera enfrenta. Sin embargo, existen ciertos factores comunes que han sido identificados en aquellas empresas que a pesar de su tamaño continúan operando y produciendo utilidades para sus dueños. Estos factores comunes con la flexibilidad en la administración, contacto personal con el mercado y aplicación del talento y especialización del propietario y sus dependientes dentro de las microempresas.

2.1.3 Posicionamiento Teórico Personal

Para llevar a la práctica este trabajo investigativo nos basamos en la teoría Constructivista ya que; esta teoría permite interactuar en situaciones concretas y

significativas y estimula el "saber", el "saber hacer" y el "saber ser", es decir, lo conceptual, lo procedimental y lo actitudinal.

Dentro de este modelo el rol del docente cambia y se constituye en un moderador, coordinador, facilitador, mediador y también un participante más. El constructivismo supone también un clima afectivo, armónico, de mutua confianza, ayudando a que los estudiantes se vinculen positivamente con el conocimiento y por sobre todo con su proceso de adquisición.

En nuestra investigación, como se verá, el mejorar e incentivar la constitución y administración de microempresas son manifestaciones muy complejas y que tienen un peso importante en el socio economía tanto personal como sectorial.

En este trabajo investigativo vamos a sintetizar brevemente algunas de las implicaciones que, desde nuestro punto de vista, son más relevantes para la innovación en la enseñanza de la administración de microempresas dentro de los terceros años.

La evolución de los estudios sobre la especialidad de contabilidad y en especial sobre el tema de constitución y administración de microempresas ha mostrado el lugar central que los aspectos socioeconómicos y culturales tienen en la construcción de microempresas.

Éste es uno de los retos más importantes que tiene planteados la enseñanza de la constitución y administración de microempresas en el momento actual: crear contextos para incentivar a emprendedores y crear nuevas fuentes de trabajo tan indispensables en la actualidad.

2.1.4 CONCEPTO DE EMPRESA

2.1.4.1 Definición de Empresa

Se considerará empresa a toda unidad que ejerza una actividad económica en forma regular, independientemente de su forma jurídica, pudiendo ser de producción, comercio y servicios

2.1.4.2 LA IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIO PARA UNA MICROEMPRESA

2.1.4.2.1 Introducción

El plan de negocios nos permite validar la creación de una nueva empresa o la expansión de una empresa existente fundamentales:

- El primero tiene un objeto externo: obtener financiamiento externo para la empresa.
- El segundo tiene un objetivo interno: proveer un plan con componentes estratégicos y tácticos para el desarrollo de la empresa.

Esta empresa para que logre sus metas, mantendrá a la empresa y a sus administradores enfocados en la dirección predeterminada y contendrá información concisa sobre como la empresa opera durante los próximos tres a cinco años, el plan de negocios debe estar bien preparado con un tono profesional y que comunique efectivamente el potencial de la empresa, este documento no tiene que ser demasiado extenso o complicado pero debe ser informativo y relevante Además, el plan debe tener lógica y ordenamiento que permita demostrar que la empresa es una inversión rentable y con poco riesgo.

Más importante, el plan de negocio debe ser específicamente dirigido a la entidad que proveerá el financiamiento y satisfacer las preocupaciones particulares de la entidad. Para la preparación de un plan de negocio para pequeñas y medianas empresas. No existen reglas precisas o formatos formales establecidos para la preparación de un plan de negocio. Cada plan de negocios es único como una obra de arte que expresa y personifica a la pequeña o mediana empresa para la cual fue elaborado y escrito.

Todas las microempresas deben tener un plan de negocio, la preparación de dicho documento podrá tomar de cuatro a ocho semanas. El no contar con un plan de negocio hará difícil la tarea de conseguir financiamiento para la empresa y este retardará el crecimiento de la misma. El no tener un plan de negocio difunta la coordinación de los recursos físicos y humanos de la empresa y hará la operación de la empresa mucho más difícil e ineficiente.

Los componentes del plan de negocio ni encajan exactamente con los requerimientos particulares de cada empresa, pero seguramente contienen suficiente información general y sugerencias que proveen una base sólida para las pequeñas y medianas empresas.

Para los dueños o emprendedores de las microempresas existen varios puntos importantes que deben recibir atención especial para que los planes, verificar los planes financieros y de mercadeo y convertir el plan de negocio en un plan de operación y darle seguimiento constante a éste

La empresa debe dar al plan de negocio su mejor esfuerzo, al poco tiempo, después de elaborar un plan de negocio, los dueños y emprendedores de las microempresas reconocerán de un plan bien preparado les servirá como una herramienta sólida para obtener financiamiento y los equipara con un plan escrito para guiar las operaciones de la empresa y así alcanzar sus metas y objetivos.

2.1.4.3 LINEAMIENTOS BÁSICOS PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS

Les damos a conocer estos lineamientos básicos es importante para enfocar bien lo que se quiere lograr con el plan de negocio:

- **Ser fácil de leer y entender.** La competencia por el financiamiento proveniente de los bancos o inversiones es significativa y esto requiere que el plan de negocio tenga un buen formato, con un orden lógico de las ideas y fácil de entender. La sección introductoria que resume las operaciones de la empresa es extremadamente importante.
- Poner énfasis en el mercado, no en el producto. Se debe reconocer que los banqueros e inversionistas están sumamente interesados en conocer como el producto o servicio de la empresa será recibido y aceptado en el mercado. Ellos quieren enterarse de la investigación de mercado que demuestra cómo los consumidores.
- Incluir un plan de distribución. Se debe presentar un plan que indique como la empresa venderá y distribuirá y distribuirá sus servicios o productos. Debe describirse claramente el método y el costo de llevar el producto o servicio al mercado.
- **Presentar las fortalezas del equipo de administración.-** La administración de la empresa es fundamental para su éxito y por ello el plan de negocio debe iniciar que la empresa tiene personal altamente capacitado para administrar. Deben inscribirse los incentivos que mantendrá e] equipo unido e intacto.
- **Presentar proyecciones financieras creíbles.** Presentar una situación realista, sustanciada con supuestos validados, de lo que el financiamiento hará para la empresa, buenas proyecciones financieras creíbles impresionan al banquero o inversionista. Tratar de evitar los programas de computación que automáticamente hacen las proyecciones

- **Describir claramente como la empresa competirá en el mercado.** Se debe demostrar que el producto o servicio de la empresa puede competir con la competencia y en qué forma. Además, debe indicarse cómo y por qué superior el producto o servicio de la empresa al de la competencia
- **Cerrar con broche de oro.** Demostrar claramente que la empresa es una buena inversión. Indicar cuando los inversionistas recuperan su dinero y cómo; el nivel de riesgo y la tasa de rendimiento. Para los banqueros debe indicarse que el flujo de efectivo puede cubrir los pagos del préstamo.

2.1.4.4 LOS COMPONENTES BÁSICOS DE UN PLAN DE NEGOCIOS

El emprendedor o dueño de la pequeña o mediana empresa debe agregar a estos componentes la información detallada:

- Pagina introductoria. Debe incluir el nombre formal de la empresa: estado legal de la empresa; dirección de la oficina central.
- Resumen Ejecutivo. Toma las oraciones más relevantes de cada sección de plan de negocio para proveerle al lector información básica y concisa de la empresa.
- Historia de **la empresa**. Deben describir el producto o servicio, a quien le va a vender, que establece las bases empezó la empresa, sus logros y fracaso.
- Productos o servicios. Para que la empresa tenga éxito, deben conocer bien el producto o servicio que provee. Se debe describir la necesidad del producto o servicio en el mercado Debe explicarse el tipo de conocimiento o entrenamiento que se necesita para vender el producto o servicio y las regulaciones que afecta su venta o uso.

- Descripción y análisis del mercado. Contiene tres áreas importantes: el perfil del cliente, el perfil de la industria y el perfil de la competencia.
- Investigación y desarrollo. El objetivo aquí es explicar todos los esfuerzos y realizaciones de investigación y desarrollo del pasado, presente y futuro.
- Administración. Debe hacer énfasis en las capacidades y profesionalismo de los administradores. Debe describir cómo trabajará conjuntamente el equipo administrativo
- Finanzas Proveer la estructura presente y futura de salarios para los que actualmente trabajan en la empresa y para los que se contratarán en el futuro

2.1.4.5 EL ÉXITO EN LOS NEGOCIOS

2.1.4.5.1 Qué es el éxito

Se ha definido varias respuestas: lograr las metas; realización personal: tener lo que uno desea; vivir de acuerdo a nuestros propios valores, triunfar en una determinada actividad: disfrutar con lo que hacemos: ser feliz y amar nuestro trabajo, son sólo algunas de las conclusiones a las que han llegado las personas que se han detenido a reflexionar sobre el concepto del éxito y su significado.

Todas las definiciones del éxito coinciden con un punto común: es necesario fijarse una meta y trabajar arduamente hasta alcanzada El trabajo intenso supone desarrollar una actitud especial frente a los desafíos; tener un alto grado de responsabilidad; preservar; ser disciplinados y concentrarnos en ganar lo que deseamos

El éxito es algo tan personal, que cada individuo podría entregar su propia definición. No obstante, en los negocios, el éxito sólo está vinculado en un único concepto que permite la sustentabilidad de la empresa: la rentabilidad. Es decir, la relación existente entre las utilidades registradas.

Antes de emprender un negocio, debemos examinar prolijamente qué caminos vamos a tomar en la selección de productos a comercializar.

Los hábitos y **consejos corresponden** a un **resumen de las conductas y acciones que practican los empresarios exitosos.**

2.1.4.5.2 El proceso del fracaso

Basta mirar las estadísticas para darse cuenta que, de cien pequeñas empresas que nacen, más de ochenta cierran sus puertas antes de haber cumplido dos años de existencia. Esta situación, que ocurre prácticamente en todos los países, no es más que el resultado de una serie de malas decisiones, falta de planificación comercial: carencia de conocimientos empresariales; acciones impulsivas: inexistencia de estrategias y equivocaciones reiteradas.

Los negocios también pueden tener un lado oscuro, cuando el empresario no sigue ciertos pasos lógicos durante el desarrollo de su iniciativa

Tener una idea de negocio; ilusionarse con ella y ejecutarla, no es suficiente, antes de formar una empresa, la persona debería analizar si cuenta con los conocimientos necesarios sobre administración, marketing, finanzas, contabilidad, comercialización, manejo de recursos humanos, informática, comercio exterior, producción y servicios. El dominio de estas materias son las que le permitirán elaborar un plan empresarial efectivo. El cual disminuirá las posibilidades de fracasar.

Este plan que debiera elaborarse por escrito es una herramienta que sirve como una pauta o guía de acción. Cuando las ideas sólo se encuentran "archivadas" en la mente de las personas, es fácil engañarse y acomodar las situaciones a su propia convivencia. Es decir, culpar a otros por los errores personales.

Además, antes de iniciar una empresa, la persona debiera autoanalizarse, con el objeto de ver si reconoce si dispone de la habilidad que se requiere para negociar con proveedores y clientes; astucia para establecer estrategias: voluntad para implementar cambios: para sortear obstáculos: mentalidad ganadora; fortaleza para resistir a la competencia y lo más importante, si tiene la fuerza de voluntad para practicar ciertos hábitos, que son los fundamentos del éxito en los negocios.

2.1.4.6 CARACTERISTICAS DEL EMPRESARIO MODERNO

Cómo reconocer un empresario moderno:

- **Polivalente**

Todo ejecutivo debe estar preparado para actuar como líder, comunicador, emprendedor, coordinador, visionario.

Debe saber asumir el papel de negociador, otorgar responsabilidades entre sus subordinados y controlar que las tareas se hagan correctamente.

- **Creativo**

Entre sus cualidades deben figurar: convencimiento, flexibilidad, orden y tenacidad. También podrá defenderse si posee creatividad y capacidad para aprender y mejorar las aptitudes de sus subordinados.

- **Psicólogo**

Es necesario que se capacite sobre el área de personal de su empresa.

- **Integro y emprendedor**

Es el atributo más importante de una persona. Ser decidido, inteligente y poseer la agudeza y capacidad suficiente para pensar y actuar rápido.

- **Sociable**

Llevarse bien con los demás, extraer de las personas sus mejores

CUALIDADES PARA EL TRABAJO

- **Entusiasta**

Poner pasión y energía es fundamental para trabajar bien con las personas.

- **Decidido**

No dudar al momento de tomar una decisión.

2.1.4.6.1 Los hábitos

Los hábitos juegan un rol de gran importancia en la vida de los seres humanos. De hecho, son los modos de actuar de las personas, los que determinan su propio bienestar y condicionan las posibilidades (De alcanzar el éxito en los negocios).

En general, los hábitos tienen consecuencias positivas o negativas para una persona. Levantarse tarde, esto le ocasionará una gran desorganización en su actividad diaria, un empleado generalmente llega atrasado a su trabajo, lo más seguro es que sea mal calificado.

- Un mal hábito puede tener distintos orígenes. Puede ser provocado a partir de un mal aprendizaje; por desconocimiento de una técnica o materia; por la comodidad que represente hacer algo de una cierta manera; un mal ejemplo entregado por otra persona; por la falta de iniciativa del individuo o simplemente por conformismo.

- Lo importante es hacer un balance de la situación actual considerando los hábitos positivos y negativos que se realizan.

2.1.4.6.2 Las costumbres

- Cuando los hábitos se extienden hacia un grupo social amplio, se
- convierten en costumbres. Las costumbres que se traspasan de
- generación en generación reciben el nombre de tradiciones

En las empresas también existen costumbres. Sobre todo cuando se trata de empresas pequeñas dirigidas por su dueño, quien, generalmente inicia una cierta acción que rápidamente es imitada por sus empleados.

2.1.4.6.3 El cambio

La resistencia a los cambios es una característica frecuente en casi todos los seres humanos. Tenemos miedo a lo desconocido y nos sentimos más cómodos haciendo lo que ya conocemos.

Una empresa es una entidad conformada por personas que son distintas entre sí y que, por lo tanto, practican hábitos diferentes como: por qué algunas personas nos saludan y otras no Por qué algunos realizan mejor su trabajo en comparación con sus compañeros. Por qué unos dejan actividades para mañana, si en realidad pueden hacerlo hoy. Por qué son casi siempre los mismos los que llegan tarde. Por qué hay individuos que "sacan la vuelta" para que otros hagan su trabajo Por qué unas personas hacen cosas de calidad y otras tienen resultados mediocres. Por qué algunos son eficientes y otros apenas entregan su obligación diaria Por qué algunos empleados son cuidadosos con los recursos de la empresa y otros despilfarran los materiales. Por qué algunos son atentos con los clientes y otros no tienen ninguna consideración con ellos.

Estas realidades, que vemos a diario en la mayoría de las empresas, otorgan una punta para reconocer los buenos hábitos que debieran practicarse para alcanzar el éxito en toda actividad

Para concretar estos cambios tan deseados, es muy importante lograr el compromiso con el trabajo y fomentar una actitud mental positiva en los individuos.

2.1.4.6.4 La actitud positiva

La actitud es el resultado del proceso de formación de una persona, desde que nace hasta que es adulta, y que hace actuar de determinadas maneras frente a las múltiples situaciones que enfrenta durante su vida. La actitud tiene factores esenciales

El primer factor.- corresponde al ambiente en el cual se desarrolla la persona.

El segundo factor, corresponde al ambiente por las influencias diarias de las personas que rodean al individuo

Un tercer factor, que condiciona las actitudes de una persona corresponde a los acontecimientos que le suceden a diario y que son los que en definitiva van marcando su vida.

2.1.4.7 LA MISIÓN DE UNA EMPRESA

La misión de una empresa es el marco conceptual que define cuál es y cuál debería ser el negocio y establece las grandes líneas estratégicas que marcan el rumbo del negocio. Toda misión empresarial debe apoyarse en una "promesa" simbólica que atrae la voluntad del consumidor y que representa su "esperanza" de satisfacer una necesidad o un deseo.

2.1.4.7.1 Diagnóstico

Existe un conjunto de hipótesis que resultarán fundamentales para la toma de decisiones de marketing. Estas hipótesis tienen como finalidad despejar la incertidumbre con la que operan las empresas. El propósito es recabar la mayor cantidad posible de información.

2.1.4.7.2 Política laboral

Comprende todas las variables que dependen directamente del accionar de las instituciones gubernamentales y de las corporaciones gremiales, incluidas, claro está, las agrupaciones empresarias, regionales, obreras, religiosas, militares, étnicas y de todo tipo que influyen sobre el sistema.

VARIABLES TÍPICAS DE ESTE ESCENARIO, SON LAS HUELGAS PARCIALES O GENERALES LOS COMPROMISOS PECTORALES, LA APROBACIÓN O DESAPROBACIÓN DE DETERMINADAS LEYES, LOS ATENTADOS TERRORISTAS.

2.1.4.7.3 Política legal

Las estrategias de marketing dependen en gran medida de los acontecimientos en el ámbito político. Este ambiente está integrado por leyes, decretos, resoluciones que responden a determinadas políticas de gobierno.

Los grupos de presión, influyen y limitan las actividades de diversas organizaciones individuos en la sociedad. La protección del medio ambiente es una preocupación creciente y a partir de allí surgieron los grupos y partidos ecologistas

2.1.4.7.4 Demográfico

La demografía es el estudio de las poblaciones humanas a su tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otros aspectos estadísticos

2.1.4.7.5 Socio cultural

El ambiente cultural incluye a grupos de personas con sistemas de valores compartidos que se basan en las experiencias o situaciones de la vida común que afectan las preferencias y compartimientos básicos de la sociedad.

2.1.4.7.6 La competencia

Cada empresa enfrenta una amplia gama de competidores. El concepto de marketing establece que para lograr el éxito, una empresa debe satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores mejor que como la hacen sus competidores. Según Michael Porter, en cualquier sector, las empresas de distinta naturaleza y tamaño enfrentan los siguientes tipos de competidores.

Acción de los competidores existentes,- Son los que venden productos y servicios similares a los de la empresa.

Acción de los **competidores potenciales (amenaza de nuevos ingresos)**. Las empresas potencialmente competidoras pueden detectarse según tengan ciertas ventajas o facilidades competitivas, para entrar en el mercado.

Amenazas de posibles productos o servicios sustitutos, se entiende por productos sustitutos aquellos que cumplen la misma función para el mismo grupo de compradores, aunque se originen en una tecnología diferente. Este tipo de amenazas se agrava en sectores de rápido cambio tecnológico o de fácil cambio de la relación calidad - precio.

- a) La fuerza negociadora de clientes o compradores.- Los compradores mantienen un determinado poder de negociación frente a los fabricantes, pudiendo influir en decisiones de precios, funciones del producto, condiciones de pago
- b) El poder de negociación de proveedores.- el poder de los proveedores ante las empresas clientes radica en el hecho de que puede resultados posible aumentar los precios de sus productos, reducir la calidad, limitar la cantidad rendida, etc.

2.1.4.8 CÓMO EMPEZAR UN NEGOCIO

Empezar y administrar un negocio requiere motivación, deseo y talento. También requiere de investigación y planificación, el éxito en un pequeño negocio empieza con pasos iniciales decisivos y correctos. Aunque los errores iniciales no son fatales, se requiere de habilidad, disciplina, y trabajo.

Para aumentar su posibilidad del éxito, dedíquese tiempo de antemano a explorar y evaluar sus metas de negocio y personales.

El proceso de desarrollar un plan de negocio le ayudará a reflexionar sobre algunas cuestiones importantes que tal vez usted no haya considerado hasta ahora.

2.1.4.8.1 Persona Natural

Es aquella modalidad empresarial denominada Empresa Unipersonal, ésta las deudas de la empresa asumidas al patrimonio propio de la empresa, por el patrimonio personal del propietario.

2.1.4.8.2 Persona Jurídica

Es aquella modalidad empresarial que realiza sus actividades a través de un ente creado especialmente y que se diferencia de sus propietarios. La responsabilidad de la persona jurídica recae sobre el patrimonio de la misma, no está en riesgo el patrimonio personal de los socios.

2.1.5 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Las empresas, grandes o pequeñas, necesitan definir alguna forma de ordenamiento. Es necesario distribuir las tareas y responsabilidades entre los propietarios y empleados de la empresa.

El micro o pequeños empresarios son comunes que el propietario esté a cargo de todas las empresas desempeñando todas las funciones. Se encarga de producir, vender, cobrar, realizar la administración y manejar las finanzas. Una de las mayores dificultades que tienen los microempresarios en cuanto a su organización interna es la implementación de un sistema de gestión. Como tienen que encargarse de todas o la mayoría de las tareas, deben conocer cada aspecto y hacer las cosas con la mayor eficiencia posible. Pero tropiezan muchas veces con la falta de capacitación y entrenamiento, que son factores claves para su negocio. Cuando se va a incorporar personal a la empresa, es necesario realizar una selección adecuada, para permitir el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Incorporar gente a la organización implica un esfuerzo y una inversión que se justifica en la medida que se traduzca en un crecimiento y prosperidad del negocio. Para ello es necesario contar con personal idóneo porque de lo contrario se traduce en un perjuicio económico. En este aspecto "no hay que improvisar. Es **contraproducente tomar como empleados** a parientes o amigos porque están desocupados, sin tener en cuenta **las aptitudes específicas y los antecedentes laborales**. En la **mayoría de los casos esto** termina costándole muy caro al **empresario**.

La capacitación y el entrenamiento juegan un rol fundamental para lograr el rendimiento óptimo en el desarrollo del trabajo El adiestramiento debe ser algo permanente, tanto para los empleados como para los propietarios del negocio.

Cuando se redacta el plan de negocios, es necesario prestar mucha atención al área de personal, porque el éxito de un emprendimiento depende en gran medida de la gente que participa en la organización.

2.1.6 LA SOCIEDAD ANÓNIMA EN LA MICROEMPRESA

La sociedad anónima (S.A.) constituye el tipo de estructuración jurídica más

utilizado por la pequeña y mediana empresa, este tipo de organización se ha generalizado. Es decir, el desarrollo formal de la sociedad anónima como tal, no se cumple y las condiciones legales de los gerentes y accionistas se han distorsionado, ya que los propietarios son, a la vez, personal administrativo y directores de la misma. El que posee la mayoría de las acciones controla la empresa como si se tratara de un solo propietario. Él nombra a los miembros de su familia (esposa, hijos, etc.) en la dirección y administración; los demás socios son sólo requisito de ley para su constitución formal.

Algunas de las razones de que la pequeña y mediana empresa se constituya como sociedad anónima son:

La responsabilidad de los accionistas se limita al monto del capital indebido en la compra de acciones.

La sociedad se constituye como una persona jurídica distinta e independiente de sus acciones.

Se puede transferir fácilmente la propiedad de las acciones.

La incapacidad o muerte de los accionistas no influye sobre la existencia de la empresa

Deseos de crecimiento futuro.

2.1.7 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Las características de la pequeña y mediana empresa son las siguientes:

Es una empresa de tipo familiar, pero constituida como sociedad anónima, ya que el dueño es el que aporta el capital necesario para las operaciones normales de la empresa.

La mayoría de las microempresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones. Tratan de conservar su mercado y desean tener una relación estrecha con su clientela, ya que el dueño estima que ésta le va a ser fiel por mucho tiempo.

El mercado local o regional es el objetivo predominante de la pequeña empresa. Esta característica depende de la habilidad del empresario para ofrecer un producto o servicio excelente o de mejor calidad en un mercado particular y así definido en términos geográficos, enfocado al mercado local.

La microempresas crece principalmente a través de la reinversión de utilidades ya que no cuenta con apoyo técnico-financiero significativo de instituciones Privadas ni del gobierno.

El número de empleados con que cuenta la microempresas no supera las 49 personas, dedicadas a actividades administrativas y operativas.

Las actividades se concentran en el dueño de la pequeña empresa, que es el que ejerce el control y dirección general de la misma

2.1.8 ESTRUCTURA FORMAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA

La microempresas carece de una estructura formal en todas sus áreas. El trabajo que realiza el dueño de la microempresas se asemeja al de un "hombre orquesta" y se atribuye él mismo su especialidad interna. Se recurre a la asesoría financiera externa, lo cual deja el manejo contable y financiero en manos de un contador externo, que se encarga de los aspectos legales de personal, finanzas y tributarios. Las áreas de ventas y producción son las más fuertes. La microempresas encuentra una forma satisfactoria de competir en su mercado, considera que es importante el contacto frecuente del propietario con su clientela, lo cual le brinda un conocimiento más detallado de su mercado y del producto que vende.

La gran atención que el dueño de la microempresas dedica a la misma hace de la administración general un punto relevante dentro de su actividad, esto hace necesario que adquiera una habilidad especial para el manejo de la empresa, pues es muy difícil contar con empleados competentes o recursos técnicos financieros que apoyen su desarrollo. Se puede suponer que, entre pequeñas empresas, todas son fuertes en su campo de operación, pero siempre trabajaron en desventaja ante las empresas grandes.

La función de control es casi desconocida por el dueño de la pequeña empresa, el tipo de control se deriva de la planeación inadecuada que utiliza

2.1.9 EL DUEÑO Y LA MICROEMPRESA

Muchos empresarios, antes de convertirse en dueños de su propia pequeña y mediana empresa, fueron empleados asalariados. Se cree que el deseo de independencia es visto desde un punto individualista y aplicado tradicionalmente a algunas formas de pensar clásicas dentro de la vida de las pequeñas empresas familiares. Esta forma de independencia da al empresario una libertad mayor de pensamiento y ofrece a la comunidad lo que para él es lo mejor y lo que aquélla necesita, tanto como una forma de subsistencia familiar como un deseo de servicio, dándole suficiente confianza para trabajar y servir. Existen varios factores que le ayudan y sirven como control, estos son: poder y logro, realización, seguridad y mayores ingresos.

La principal ventaja de ser empleado es la experiencia, esto le ayudará cuando sea propietario a llevarlas riendas de la empresa y a enfrentarse con más certidumbre a las acciones que deberá tomar para asegurar su subsistencia y la de su familia.

La mayor desventaja de convertirse en propietario lo constituye la responsabilidad social que se afronta al dar un bien o servicio, pues de ello se deriva su verdadera satisfacción en el trabajo.

El dueño de la pequeña y mediana empresa piensa que si cumple satisfactoriamente su función social, adaptando su propia personalidad, difícilmente verá mermado su mercado

Las proyecciones del dueño de la microempresas se concentran en incrementar la participación de su producto en el mercado, pero sin salirse del mercado local que conoce y maneja, creando nuevas sucursales y tratando de dar un mejor servicio, la mayoría de las veces sin los estudios previos necesarios.

La pequeña y mediana empresa representa un soporte para el desarrollo de las grandes empresas, ya que de ella depende que sus productos lleguen en condiciones satisfactorias a su mercado y sirve de enlace para actividades que difícilmente la gran empresa podría cubrir debido a su compleja estructura.

Por otro lado, los factores que impiden este desarrollo son el crédito insuficiente y la falta de asistencia técnica-financiera que requieren para su desarrollo.

Sólo la Cámara de Comercio da apoyo. Algunas de estas limitantes son:

Crédito insuficiente.

Falta de conocimientos de la existencia de estos organismos de crédito.

Apoyo exclusivo a empresas de transformación, preferiblemente a las ya existentes.

Temor a los trámites legales y burocráticos que implican solicitar apoyo financiero o técnico.

Desconfianza del empresario al enfrentarse al aparato gubernamental que regula los mecanismos de apoyo a la pequeña empresa.

Falta de promoción masiva con el fin de dar al pequeño empresario mecanismos fluidos y atractivos para su desarrollo.

Altos costos de los créditos, tanto de tipo comercial como financiero.

Falta de tiempo para dedicar a la empresa.

Falta de personal calificado

La microempresas no es sujeto de crédito.

A lo anterior se agrega la falta de capacidad o habilidad técnico administrativa en la dirección de las empresas pequeñas

Es muy importante la intervención del fundador en el manejo de la empresa, este es el propietario de la misma. Ello se debe a que en muchas empresas, la época de transición familiar apenas comienza y por tanto es lógico que la participación de esposa, hijos, etc., sea mínima y a veces nula, pues el fundador no quiere dejar las riendas del poder en manos de otra persona

2.1.9.1 Participación de la familia

Casi la totalidad de las pequeñas empresas tienen una estructura familiar, que se involucran directamente en las actividades de la empresa. El papá, el tío, la esposa o cualquier otro miembro de la familia realizan las funciones principales.

Los familiares participan dentro de la microempresas como:

Socios, aportando dinero y trabajo.

Acreedores, prestando dinero, propiedades u otros servicios. Empleados o trabajadores, realizando trabajos de confianza.

Es importante recalcar que es común encontrar que no se sepa diferenciar el sistema familiar del sistema de la empresa y mantener separados estos dos aspectos, siendo éste el principal causante de muchos de los conflictos que se dan dentro de la pequeña empresa, donde se involucran constantemente los sentimientos personales de la familia con los sentimientos de las actividades de la empresa.

2.1.10 CRECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA

2.1.10.1 Mercado en el que se desenvuelve

El mercado en el que se desenvuelve la microempresas es típicamente local y/o Regional, y la falta de crecimiento hacia otros mercados es porque no cuentan con los créditos suficientes; esto hace que la ubicación de las empresas no cambie por muchos años y que continúen en donde iniciaron operaciones, sin cambios significativos.

2.1.10.2 Apoyo financiero

Existen organismos de apoyo financiero para el pequeño empresario, pero los programas no cumplen con las necesidades de financiamiento requeridas para el desarrollo de las empresas

Los programas pueden suspenderse dejando a las empresa en una situación crítica, razón por la cual los pequeños empresarios *han* perdido la confianza en dichos organismos. Básicamente, los bancos consideran que las pequeñas empresas no son sujetos de crédito, y en los ratos casos en que se llega a aprobar un crédito, se necesita cumplir muchos requisitos, muchas veces imposible de lograr, como el tener en garantía de dos a tres veces el capital prestado.

2.1.10.3 Utilidades

La reinversión de utilidades es la principal fuente de financiamiento con la que cuenta la pequeña empresa; es común también recibir aportaciones extras del dueño, el gobierno, los accionistas y préstamos bancarios; estos últimos en muy bajas proporciones, donde el sujeto de crédito es el dueño como persona, no como empresa. El financiamiento es utilizado para cubrir sus necesidades de operación o para crecer.

2.2 CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

La administración dentro de una empresa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con la ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como son la planeación, la organización, la dirección y el control.

Un ejemplo podría ser el de un gerente que quiere aumentar las ventas. Para lograr su objetivo, es conveniente motivar a los vendedores, así como utilizar eficientemente el presupuesto de publicidad.

La administración efectiva de las nuevas PYMES latinoamericanas requiere de un conocimiento profundo de varias áreas en las que estas empresas enfrentan problemas y retos como resultado de la globalización. Entre las áreas más importantes se encuentran la gerencia y la planeación estratégica, mercadotecnia, recursos humanos, análisis financiero y evaluación de proyectos, comportamiento organizacional, el comercio virtual y la adopción de tecnología.

2.2.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN

Para que el pequeño empresario pueda entender mejor la administración, es necesario que conozca los puntos principales de la labor de un administrador, Estos puntos son: planeación, organización, dirección y control.

2.2.2.1 Planeación

Significa que el pequeño empresario debe planear sus objetivos con orden y sentido común. Primero se basa en un plan o método, no en una corazonada. Planear hoy lo que se tiene que hacer mañana. Para realizar la planeación basta con responder estas interrogantes:

¿Qué hacer? ¿Cómo hacerlo? ¿Dónde hacerlo?

¿Quién lo hace? ¿Cuándo lo hace? ¿Por qué lo hace?

2.2.2.2 Organización

En este punto, el pequeño empresario debe coordinar los recursos materiales y humanos de su empresa en busca de un objetivo común, lo cual implica la asignación organizada de funciones a cada persona y las relaciones entre ellos.

2.2.2.3 Dirección

Describe cómo el pequeño empresario debe dirigir a sus empleados e influir sobre ellos, de tal manera que éstos contribuyan al logro de los objetivos establecidos.

2.2.2.4 Control

Controlar quiere decir supervisar el trabajo de otros y los resultados obtenidos, para asegurar que se alcancen las metas tal como fueron *planeadas*.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que el pequeño empresario utiliza todos los elementos de la empresa, sus finanzas, su equipo y su información, lo mismo que su personal, para alcanzar los objetivos propuestos, lo cual es básico para cumplir con un objetivo común.

Al establecer el objetivo se está organizando la pequeña empresa, para saber exactamente a qué se quiere llegar. Al tener bien claro el objetivo, el dueño debe tratar de coordinar y motivar a sus empleados para que éstos contribuyan al logro de los objetivos establecidos. Asimismo, debe supervisar el trabajo de los empleados y asegurar que estén cumpliendo sus metas tal como han sido planeadas, con el fin de atraer mayor mercado y obtener mayores utilidades. Como ejemplo, estada el caso de una persona que va a iniciar una pequeña empresa, quien debe empezar por preguntarse:

¿Qué voy a hacer? Voy a abrir un pequeño negocio dedicado a la fabricación de muebles de madera.

¿Cómo hacerlo? Voy a relacionarme con los proveedores de madera en la ciudad, y a contratar a dos carpinteros para fabricar muebles.

¿Dónde hacerlo? El negocio va a estar ubicado en las afueras de la ciudad.

¿Cuándo lo inicio? Dentro de tres meses empezará a funcionar.

¿Por qué lo hago? Porque quiero obtener mayores ingresos.

2.2.3 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

La administración representa una herramienta vital en todos los cambios de la vida moderna, aunque en muchas ocasiones suele pasarse por alto su importancia.

Desde tiempos prehistóricos aparece la administración de grupos y organizaciones. Hasta los grupos más sencillos de cazadores y recogedores de alimentos reconocen y obedecen a un jefe o a un grupo de líderes que son responsables del bienestar común. A medida que las sociedades crecieron y adquirieron mayor complejidad, se hizo más evidente la necesidad de organizarse y administrarse.

Por ejemplo, un gobierno municipal no puede ser manejado por cualquier persona; se necesitan administradores y empleados adecuados para dirigir las operaciones de una ciudad.

La administración tiene sus raíces en la antigüedad. Sin embargo, el nacimiento de la administración moderna se inicia con la Revolución Industrial, cuando se detectó la necesidad de un nuevo enfoque administrativo, al cual sus precursores denominaron administración científica.

2.2.4 PRINCIPIOS GENERALES DE LA ADMINISTRACION

Fayol sostenía que los principios de la administración son flexibles, que no son únicos y que se deben aplicar independientemente de si las condiciones son especiales o cambiantes. Por ello, con base en su experiencia formuló catorce principios que pueden resumirse de la siguiente manera:

División del trabajo.- Las personas deben especializarse según sus habilidades innatas para desempeñar con mayor eficiencia su oficio. La división del trabajo implica dividir las actividades con características similares o parecidas, en grupos efectivos de trabajo.

Autoridad.- El pequeño empresario tiene que dar órdenes para que se cumplan las tareas. La autoridad es el poder o derecho de mandar.

Disciplina.- El personal de una empresa tiene que respetar las reglas y convenios que gobiernan a la misma.

Unidad de mando.- Los empleados deben recibir órdenes únicamente de un solo superior o jefe.

Unidad de dirección.- Las operaciones que tienen el mismo objetivo que deben ser dirigidas por una sola persona, que trabaja en

Subordinación del interés individual al general.- Siempre predominan las decisiones del grupo sobre las individuales o de grupos minoritarios, imponiéndose las de la mayoría.

Remuneración.- Es el pago que reciben por su trabajo, tanto los empleados como los patrones

Centralización.- La disminución del papel de los empleados en la toma de decisiones se denomina centralización. La centralización implica la concentración de autoridad

Jerarquía de autoridad.- La línea de autoridad de una empresa está ordenada desde los más altos hasta los más bajos niveles de la misma Es la autoridad que se ejerce de arriba hacia abajo

2.2.4.1 Ventajas de carácter general

Orden.- Los materiales y las personas deben estar en el lugar adecuado, en el momento adecuado: es decir, un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.

Equidad.- implica igualdad y justicia con respecto a todas las personas.

Estabilidad.- Cambiar de actividad en forma continua es inconveniente para el eficiente funcionamiento del trabajo, ya que provoca el desconcierto de quienes lo realizan

Iniciativa.- Debe darse a las personas libertad para concebir y llevar a cabo sus planes.

Espíritu de grupo.- Subraya la necesidad de trabajo en equipo, así como la importancia de la comunicación para obtenerlo.

2.2.5 LA EMPRESA Y EL MEDIO AMBIENTE

Empresa es toda organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas. Una empresa puede ser pequeña y estar manejada por una sola persona, tal como un taller de reparación de calzado o de tapizar. Fabricantes de cajas de cartón, por ejemplo, podrían constituir empresas de medianas dimensiones.

Actualmente existen tres tipos de empresas que todo pequeño empresario debe considerar:

- 1.- **Empresas de transformación.** Son aquellas que se dedicaba producción de bienes. Por ejemplo, una fábrica de calzado, una maquiladora de ropa, etc.

- 2.- **Empresas de servicio.** Se dedican a prestar servicios a la comunidad. Por ejemplo, un bufete de abogados, un hospital, un despacho de contadores, entre otros.

- 3.- **Empresas de comercialización.-** Este tipo de empresas compra los bienes que una empresa de transformación produce para luego venderlos a sus propios clientes, con lo cual presta un servicio a la comunidad y obtiene una ganancia. Es decir, comercializa los bienes y servicios. Ejemplos de ellos son una boutique, un restaurante y una mueblería, etc.

2.2.6 COMO AFECTA EL MEDIO AMBIENTE A LA ADMINISTRACIÓN

Lo que se encuentra fuera de una empresa se conoce como ambiente: por ejemplo, la economía, las actitudes cambiantes de la clientela, los costos de la inflación, de la energía, los materiales y la mano de obra. Todos estos factores afectan y son afectados por la empresa y su administración.

Otro ejemplo sería el de un pequeño empresario que emprende un negocio en una ciudad diferente a la que radica. Ello afecta a la administración de su empresa, porque el ambiente en el cual opera no es el mismo

Los factores externos son:

- ◆ **Factor económico.-** Incluye al sistema económico básico en donde la empresa privada o pública se desarrolla. Por ejemplo, la empresa debe realizar un estudio de la inflación de manera anticipada.
- ◆ **Factor político y legal.-** El impuesto general, su grado de obligatoriedad, la estabilidad política, la efectividad de los grupos de presión, la protección policíaca, la existencia de restricciones al comercio, la flexibilidad de la ley y los cambios legales están entre los aspectos que incluye este factor.
- ◆ **Factor social.-** Abarca el estado social general otorgado a las personas de la empresa, lo que es aceptable respecto a los logros personales en la cultura, la opinión común con respecto a la riqueza, y el grado de riesgos que se corren y que reciben aprobación.
- ◆ **Factor tecnológico.-** Éste se refiere a las formas para transformar los recursos en un producto o servicio. Incluye el descubrimiento y uso de nuevos materiales, nuevos métodos y nuevas máquinas. Por ejemplo, el continuo avance tecnológico trajo consigo el surgimiento de las computadoras.
- ◆ **Factor educativo.-** Está compuesto por la actitud general hacia la educación, el nivel de alfabetización y lo práctico de la educación que se ofrezca.

Toda empresa requiere de ciertas ideas y del suficiente dinero para iniciarse; a todas aquellas personas que aportan sus ideas y su dinero para emprender una microempresas se les llama empresarios.

Muchas veces, el éxito de una empresa depende del medio ambiente externo. El conjunto de las variables económicas, sociales, geográficas y de todo tipo influyen en su evolución.

Por ejemplo, con la variable geográfica, se ha comprobado que las tiendas De Llano no funcionan también si se encuentran en avenidas, por lo que se optó por ubicarles dentro de centros comerciales, lo cual benefició a la empresa, ya que produjo mayores utilidades.

Por otra parte, se ha comprobado que una de las causas del fracaso de las empresas puede ser la falta de preparación y experiencia de los pequeños empresarios, ya que algunos de éstos, sin la suficiente preparación para hacer frente a las responsabilidades de una empresa, deciden crear una.

También dejar los asuntos de la empresa en manos de otros provoca una grave deficiencia de tipo administrativo Asimismo. No adoptar a tiempo las medidas de seguridad adecuadas contra el fraude o no tomar medidas preventivas, como pólizas de seguro o instalación (: le extintores de incendio, provoca el fracaso de la empresa

2.3 Glosario de Términos

ADMINISTRAR: Es una ciencia social que estudia la organización de las empresas y la manera como se gestionan los recursos, procesos y resultados de sus actividades.

ANÁLISIS FINANCIERO: Conjunto de técnicas encaminadas al estudio de las inversiones con un enfoque científico. El interés que pueda ofrecer una inversión se analiza utilizando conjuntamente las técnicas que ofrecen el análisis de balances, matemática financiera, los métodos estadísticos y los modelos econométricos. Otros aspectos que se deben de tener en cuenta, son la coyuntura sectorial o nacional y cualquier otro tipo de información política, social o económica cuya incidencia pueda estimarse importante.

COMERCIO: Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o su transformación.

COMERCIALIZACIÓN: Proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor.

CONTABILIDAD: La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y estadísticos.

ESTADÍSTICA: rama de las matemáticas que se ocupa de reunir, organizar y analizar datos numéricos y que ayuda a resolver problemas como el diseño de experimentos y la toma de decisiones.

EMPRESA: Se considerará empresa a toda unidad que ejerza una actividad económica en forma regular, independientemente de su forma jurídica, pudiendo ser de producción, comercio y servicios

FINANCIAMIENTO: Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

INVERSIÓN: es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social

INFORMACIÓN: Es un conjunto organizado de datos que constituye un mensaje sobre un cierto fenómeno o ente.

JURÍDICO: Es una regla u ordenación del comportamiento humano dictado por la autoridad competente del caso, con un criterio de valor y cuyo incumplimiento trae aparejado una sanción. Generalmente, impone deberes y confiere derechos.

LUCRO: Ganancia o provecho que se saca de algo

MERCADO: El mercado es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, el mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

NEGOCIO: Operación compleja relativa a todas las funciones relacionadas con la producción, distribución y venta de bienes y servicios para satisfacer las necesidades del comprador y dar beneficios al vendedor.

ORGANIZACIÓN: Organización es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social.

OPERACIÓN: Una operación describe una etapa de trabajo de un plan. Los puestos de trabajo, instrumentos de inspección y características de inspección se pueden asignar a una operación de inspección. Dentro de un plan, la operación se identifica con un número. Los incrementos de este número se definen en el perfil.

PATRIMONIO: El patrimonio es uno de los conceptos básicos del derecho civil y tiene interés tanto desde el punto de vista teórico, como desde el punto de vista práctico, porque se relaciona con muchas instituciones del derecho privado.

RENTABLE: Es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica.

RECURSOS: estrategia empresarial que subraya la importancia de la relación individual frente a las relaciones colectivas entre gestores o directivos y trabajadores.

RESULTADOS: es el resultado económico-patrimonial; es la variación de los fondos propios de una entidad, producida en determinado período como consecuencia de sus operaciones de naturaleza presupuestaria.

LA DIRECCIÓN EN LAS MICROEMPRESAS (PYMES)

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía la mayor incidencia de la tecnología en los procesos industriales y el impacto de la electrónica, tanto en los aspectos productivos como en los de gestión y control de las actividades económicas, hacen que cada vez sea más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial.

La incesante aparición de nuevos productos y la evolución de los mercados llevan a una necesidad de conocer el día a día para poder reaccionar de una manera ágil y eficaz, a fin de evitar ser marginados del mercado por la competencia o por la obsolescencia de los productos ofertados.

Todo aquello nos lleva a considerar imprescindible la toma de conciencia de que el pequeño y mediano empresario debe mantener, constantemente, una actitud de permanente actualización y optar siempre por métodos de gestión empresarial cada vez más sofisticados y profesionalizados.

2.3 EL DIRECTIVO COMO ELEMENTO DINÁMICO DE LA EMPRESA

El director es el elemento en el que se basa la vida y la continuidad de la empresa. En un sistema cambiante y de alta competencia, es la calidad y capacidad de los directores lo que determina el éxito de una actividad económica y, más aún, su continuidad.

La dirección de la empresa es el órgano de la sociedad encargado de hacer productivos sus recursos, es decir, es responsable de lograr, de un modo organizado, el progreso de dicha empresa.

Un defecto característico de un directivo mal preparado es no saber integrar y coordinar las partes de la organización que tiene a su cargo un mal directivo no sabe detectar aquello que resulta esencial en las cuestiones que tiene planteadas su empresa y, por consiguiente, no puede concentrarse en las mismas.

2.3.1 Función de la empresa

El director debe ser capaz de ver la empresa como un todo y de integrar su propia función, así como ser capaz de relacionar sus productos e industria dentro del

ambiente total, descubrir qué es significativo en él y tenerlo en cuenta para tomar sus decisiones.

Tendrá, en suma, que aprender a ver cada vez más las novedades económicas, políticas y sociales a nivel mundial e integrar las tendencias en sus propias decisiones.

En el ámbito de la pequeña y mediana empresa esto implica una constante búsqueda de la eficiencia tanto personal como de cada uno de los elementos que la componen. Para ello el director debe, ante todo, consagrarse a la permanente formación personal y mantener un constante conocimiento de su empresa, su mercado y, como hemos dicho, del devenir económico político y social internacional.

- Todo ello le permitirá desarrollar las funciones básicas e inherentes a su cargo, como son las siguientes:
- Establecer objetivos
- Planificar el trabajo de sus colaboradores (para conseguir dichos objetivos).
- Organizar el trabajo planificado, de tal modo que se realice de la manera más efectiva y eficiente.
- Motivar a sus colaboradores a fin de que lleven a cabo la labor planificada tal como se había organizado.
- Controlar la ejecución del trabajo

Este proceso se verifica en todos los niveles y en todos los demás departamentos de la empresa, de tal modo que en definitiva se constituye en un sistema en si mismo

2.3.2 TRIUNFO / FRACASO, SUS CAUSAS

En la problemática de la pequeña y mediana empresa, la primera observación importante es que muy pocos tropiezos se deben únicamente a un desconocimiento técnico por parte del empresario; raro es el constructor que tiene problemas sólo porque no conoce a fondo el negocio de la construcción, el minorista de alimentación que no sale adelante exclusivamente porque carece de una visión global y un conocimiento detallado del sector alimentario, o el pequeño fabricante que no puede competir por el mínimo motivo de desconocer algún secreto de los métodos de fabricación que le atañen.

¿Dónde se esconde la razón de las tribulaciones que atraviesan algunas empresas? Sin duda, el problema que se plantea al pequeño empresario es el de adquirir una verdadera capacidad de dirección.

2.3.2.1 La personalidad del empresario y el desarrollo de la gestión

Si bien hemos señalado que adoptaremos, en general, el término dirección frente al de gestión, hay que tener en cuenta que la materialización de algunos aspectos de la dirección es, en el día a día, el desarrollo (gestión) de la actividad de la empresa en sus diferentes niveles.

La personalidad del empresario es la que da un carácter especial a su propia creación, que es su negocio.

2.3.2.2 Falta de experiencia directiva

El 18% de los fracasos en la pequeña y mediana empresa se deben, a la falta de experiencia en la dirección del negocio. Esta experiencia se logra adquiriendo primero un bagaje técnico en todos los aspectos de la dirección, y preocupándose luego de asegurar la puesta al día de los conocimientos directivos. También hay que tener prevista la continuidad de la dirección para el caso de que falte el

responsable. Dos medidas apuntan hacia la solución de este problema:

- Adquirir una formación directiva completa y actualizada.
- Capacitar al posible sucesor en la dirección

2.3.2.3 Desconocimiento del sector

Muchos hombres de empresa confunden la capacidad y experiencia adquirida en un sector de la economía con una disposición innata que les asegura el triunfo en cualquier actividad empresarial que deseen acometer. Por ello, recomendamos sinceramente a todo aquel que desee emprender un negocio que contraste sus conocimientos del sector.

Para evitar el fracaso de su gestión, el empresario debe conocer bien el sector económico en el que se desenvuelve.

2.3.2.4 Negligencia

La negligencia es peor que la dirección deficiente; es la ausencia de toda dirección, es dejar los asuntos propios en manos de otros sin la supervisión ni el control suficiente. Tiene su origen en la falta de salud, en la pérdida de interés por el negocio, en las dificultades familiares, en la adquisición de malos hábitos o en la pereza.

2.3.3 DINÁMICA DE LAS FUNCIONES DE DIRECCIÓN

Las actividades básicas que hemos enumerado con anterioridad tienen en su ejecución la función de regular la evolución de la empresa. De la correcta aplicación de las mismas depende el éxito.

Esto debe hacernos reflexionar sobre las claves que conducen a ese crecimiento

dinámico y al aumento constante de las ventas y los beneficios. Si la pequeña y mediana empresa aspiran a su consolidación y prosperidad, no está por demás analizar qué aspectos pueden asimilar de las grandes sin perder sus características peculiares. Entre las más importantes, trataremos las siguientes:

- La planificación.
- La coordinación (u organización). El control.
- La evaluación.
- La retroalimentación.

2.3.3.1 Planificación

Esta técnica consiste en estudiar cuál va a ser, presumiblemente, la actividad de una empresa en los próximos años. La gran empresa planifica siempre, llegando a veces a cubrir un horizonte temporal de cinco a diez años, y esos planes los tiene constantemente presentes. Además elabora presupuestos para los años venideros, tanto más detallados cuanto más cercano está el ejercicio en cuestión. El pequeño empresario, por el contrario, suele estar demasiado ocupado con sus tareas diarias para emplear su tiempo en planificar el futuro de su empresa. Debería ser consciente, sin embargo, de que la planificación le permite tomar medidas hoy para hacer frente a los problemas que se producirán mañana.

2.3.3.2 Coordinación / Organización

Se refiere, a la coordinación del potencial humano de la empresa de un modo eficiente y fácilmente evaluable, es decir, la organización. Resulta muy importante dotar a un negocio de una organización y estructura óptimas que permitan la división del trabajo y la correlativa asignación de responsabilidades.

En la pequeña y mediana empresa, los recursos humanos son escasos, y un solo

hombre o un grupo reducido de mandos tienen que ocuparse de todas las tareas directivas, el mismo hombre es, a la vez:

- Dueño
- Director general
- Director administrativo
- Analista financiero
- Director de ventas

Esta diversificación funcional del pequeño y el mediano empresario es bastante difícil de lograr. El fenómeno tiene dos causas principales: la primera es la dificultad de adquirir un conocimiento profundo en todas las ramas de la dirección empresarial; la segunda es la falta de tiempo para cumplir con todas las obligaciones a la vez.

2.3.3.3 Control

Para el logro de sus objetivos, el director necesita mantener un adecuado conocimiento de la evolución de la empresa. A este fin es imprescindible que la información que le llegue sea suficiente, ágil y fiable. Así podrá mantener un adecuado nivel de control, tanto en lo referente al cumplimiento de sus objetivos como al grado de eficiencia de cada uno de los sectores de la empresa.

Podríamos decir que el control es el que regula el comportamiento de la organización empresarial. Para poder hacer efectivo el control sobre toda la empresa, el director debe poner en marcha sistemas que le aseguren obtener una información que cumpla con los siguientes requisitos

- **Claridad:** La información debe ser clara y precisa, de modo que pueda ser leída e interpretada con un esfuerzo mínimo.
- **Amplitud:** Debe cumplir toda la empresa y tratar de los hechos esenciales.

- **Homogeneidad:** Debe ser coherente y más sintética cuanto mayor sea el nivel jerárquico que la recibe.
- **Adaptabilidad:** La información debe ser revisada para adecuarse a las cambiantes condiciones de la empresa.
- **Económica:** Su utilidad debe ser mayor que su costo.
- **Periodicidad:** La información debe presentarse en plazos previamente determinados.
- **Fiabilidad:** Debe ser comprobable y exacta.

2.3.3.4 Evaluación - Retroalimentación - Proyección

El análisis de la información por parte del director, le permite mantener un adecuado nivel de control en el cumplimiento de los objetivos establecidos, y así mismo, por la vía de la evaluación de los resultados, un método para adecuar las políticas en función de la incidencia de los cambios en el entorno

Obtiene una información que le permite retroalimentar el sistema, la información recibida le brinda posibilidades de reformular aspectos determinados de los objetivos políticos y estrategias. Es aquí donde la retroalimentación permite una proyección en el futuro para adecuar la empresa a nuevos horizontes, con objetivos más claros y métodos más eficientes y fácilmente controlables

2.4. LA DIRECCIÓN Y EL MARCO DE REFERENCIA LEGAL

En el momento en que nace la idea de emprender una actividad económica determinada, existen una serie de decisiones que pueden afectar el buen fin de dicho negocio. Es de vital importancia que, se analice el tipo de actividad que se piensa desarrollar, los medios con que se cuenta y la localización de la sede social, y que se defina la forma jurídica que enmarcará la vida de la sociedad.

Toda empresa nace de la unión entre una o varias personas que pretenden llevar a cabo una actividad económica en común, y cuentan con una idea que procuran poner en práctica y con un capital para hacerlo factible.

La forma jurídica que se decida adoptar deberá estar en función de los intereses de los fundadores y la legislación vigente.

2.4.1.1 FORMA JURÍDICA

Trataremos las principales modalidades existentes, a fin de presentar modelo básico que sólo esté sujeto a las naturales variaciones existentes en el marco del derecho

Entre las formas de organización empresarial más generalizadas podemos citar las siguientes:

- * Empresa individual (un solo propietario).
- * Sociedad solidaria o regular colectiva (constituida por dos o más socios).

- * Sociedad anónima.
- * Sociedad en comandita.
- * Sociedad de responsabilidad limitada

2.4.1.2 Empresa individual

El empresario es el único propietario del negocio y por tanto es el que lleva la dirección global, aunque, por supuesto, esto no es impedimento para que contrate a otras personas que colaboren en la gestión social.

La responsabilidad patrimonial del empresario individual es ilimitada, es decir, que responde con todos sus bienes presentes y futuros de los resultados de la gestión y de los actos u omisiones cometidos por sus empleados en el cumplimiento de sus funciones y que perjudiquen a terceros.

La propiedad individual es típica de la microempresas que comienza, que tiene una idea propia y que la ofrece al mercado casi sin ayuda que su esfuerzo.

2.4.1.3 Sociedad regular colectiva

En su caso, la gestión corresponde a dos o más personas, que han aportado el capital y responden de los riesgos con todo su patrimonio

Se puede definir como "la asociación de dos o más personas, en forma solidaria o colectiva, para dirigir, en calidad de propietarios, una empresa con fines lucrativos".

Los socios solidarios aportan a la empresa su trabajo, además de su capital, siendo esta nota y la responsabilidad ilimitada de los socios las que caracterizan esta modalidad.

Su constitución se hace mediante el denominado contrato de sociedad, que otorgan los futuros participes y en el cual se hacen constar los derechos y obligaciones recíprocos de éstos.

La sociedad suele tener personalidad jurídica propia, es decir, que constituye una entidad diferente de las personas físicas que la componen.

Algunas legislaciones, sin embargo, no le reconocen esta personalidad jurídica, sino que estiman que la sociedad es una mera unión de personas físicas.

2.4.1.4 Sociedad anónima

Es una asociación de personas que tiene capacidad jurídica propia, es decir, que la personalidad de la sociedad es diferente de la privativa de cada uno de los socios. La sociedad anónima actúa, como una entidad única en el concierto económico.

Los socios aportan capital en metálico u otros bienes patrimoniales y adquieren así, tanto el derecho a participar en los beneficios, como la obligación de sufragar las pérdidas de la sociedad hasta el límite de su aportación.

Este capital está representado por acciones, esto le da a su propietario la cualidad de socio accionista, y el derecho de participación alícuota en las decisiones y utilidades de la compañía.

Una característica básica de la sociedad anónima es la responsabilidad limitada de los socios; esto quiere decir que cada socio, solo responde de los resultados de la actividad empresarial con los bienes que aportó al capital social.

La Junta General de Accionistas (o Asamblea) es el órgano máximo de la sociedad anónima. Para su convocación, y según las diferentes legislaciones, debe cumplirse una serie de requisitos. Las decisiones tomadas por este órgano también están sujetas al cumplimiento de normas en cuanto a las mayorías necesarias para cada tipo de decisión

Los "estatutos" son requisitos en donde ha de figurar el nombre o razón social bajo el cual funcionará la sociedad. Estos estatutos se han de elevar a escritura e inscribirse en el registro público correspondiente.

Las relaciones internas, o sea, la gestión de la sociedad anónima, no tienen por qué realizada los mismos accionistas, sino que se pueden encargar de ella terceras personas que integran el órgano directivo de la empresa.

2.4.1.5 Sociedad en comandita

Se trata de una modalidad intermedia entre la sociedad anónima y la regular colectiva. Como ya hemos dicho, esta última adolece de un inconveniente fundamental, consistente en la relativa dificultad para conseguir aportaciones de capital, dada la responsabilidad ilimitada de los socios.

La sociedad en comandita está sujeta también al requisito legal de regirse por unos estatutos otorgados en escritura pública e inscrita en el registro público correspondiente.

Este tipo de compañía, al limitarse la responsabilidad de los socios comanditarios, se restringe en mayor o menor medida la posibilidad de éstos de participar en la gestión de la empresa, la cual queda únicamente para los socios colectivos. Esto es del todo lógico, dado que dichos socios son responsables ilimitadamente y, por tanto, si los comanditarios pretendieran tomar parte en la gestión, se les exigiría, como contrapartida, que pasasen a responder de forma ilimitada como los demás miembros.

2.4.1.6 Sociedad de responsabilidad limitada

Este tipo de sociedad era mucho más frecuente antes del desarrollo de la sociedad anónima.

Se trata de una sociedad semejante a la anónima, pero con una serie de limitaciones en cuanto al número mínimo y máximo de socios, así como en el montante del capital social.

Los socios de una sociedad limitada responden limitadamente de los resultados de la actividad empresarial: esto es, sólo con los fondos que aportaron o prometieron aportar.

La sociedad de responsabilidad limitada tiene personalidad jurídica propia, por cuyo motivo su constitución exige el otorgamiento de una escritura pública y la redacción de unos estatutos que contengan el nombre o razón social -al cual se ha de añadir el calificativo de "sociedad de responsabilidad limitada-, el número de socios, sus respectivas aportaciones, el valor que se confiere a las aportaciones no monetarias y el capital social con que cuenta la empresa.

2.4.2 LA RESPONSABILIDAD, COBERTURAS POSIBLES

Con el objeto de salvaguardar al máximo el patrimonio individual y evitar que el mismo responda de modo ilimitado por los actos sociales, vamos a analizar las medidas que en el campo del seguro pueden cubrir estas eventualidades.

2.4.2.1 El seguro: concepto de riesgo

Existe una probabilidad en todo riesgo; su estudio es el campo de la teoría de las probabilidades, una de las bases en que se asienta la ciencia de los seguros y que está destinada a precaver estas eventualidades. Por consiguiente, el seguro es el medio más "seguro" de que dispone el empresario para resguardarse de los riesgos que entraña el futuro

El seguro guarda cierta similitud con las típicas garantías comerciales sobre equipos, automóviles, mercaderías, servicios, avales de pago, etc. El empresario actúa como un asegurador cuando garantiza que sus mercaderías no defraudarán a sus clientes. Sin embargo, como no hay una definición escrita de la

indemnización que se ha de percibir, esas garantías comerciales quizá no constituyen contratos obligatorios de seguros.

Si se quiere asegurar su continuidad y evitar que se produzcan situaciones lamentables en el seno de una familia, originadas por intereses contrapuestos, es preciso realizar previamente una cuidadosa planificación de la sucesión directiva.

Hay que asegurar siempre?

No siempre es posible o resulta práctico concertar un seguro, pues hay ocasiones en que, dada la naturaleza del riesgo, las compañías especializadas rehúsan asegurar el mismo y, en otras el propio empresario no debería recurrir al seguro comercial, aunque le fuera ofrecido, cuando el quebranto potencial del riesgo que se ha de cubrir no justifique el costo que representada la prima.

No resulta imprescindible ampliar la cobertura del seguro a todos los aspectos o factores vulnerables de la empresa. Si conviene analizar el programa más adecuado de prevención

2.4.2.2 Alternativas a los seguros

Existen otras alternativas para enfocar los riesgos latentes en cualquier tipo de negocio que pueden ayudar al empresario a reducir el costo de protección, mediante métodos que algunas veces son ajenos al seguro comercial y otras se pueden combinar con éste para obtener una disminución del costo de las primas

De estas alternativas, las que se utilizan con más frecuencia son las siguientes:

- Aceptación de riesgos.
- Programa de prevención de siniestros.
- Eludir el riesgo.
- Auto seguro.

2.4.2.3 Es preciso saber elegir

Una vez que se ha llegado a una lógica conclusión de que el seguro es la mejor forma de protegerse contra las posibles pérdidas por los riesgos a que se halla expuesto un empresario, no basta con contratar algún tipo de seguro. Antes es necesario hacer una serie de consideraciones acerca de a qué agentes y compañías aseguradoras es más conveniente acudir, y realizar una evaluación cuidadosa de cuáles son las ventajas e inconvenientes que cada uno reporta antes de efectuar la selección.

No debemos olvidar un hecho muy importante al encontrar un seguro, y es que, en realidad, estamos comprando una garantía. Por consiguiente, al igual que en situaciones similares en cualquier empresa, la pericia del comprador es fundamental para realizar la compra en las condiciones más ventajosas que se puedan encontrar en el mercado.

Cuando se ha decidido que el seguro es la mejor forma de protegerse, es necesario evaluar cuidadosamente cuál será la compañía más idónea a la que se confiará este aspecto de previsión.

2.4.3 SISTEMAS DE PENSIONES

Los sistemas sociales han evolucionado en los últimos decenios, así también, podría decirse que han evolucionado los conceptos relativos a la protección que deben recibir las personas cuando cesan de trabajar por razones de edad, enfermedad u otras causas justificadas.

Son muy diversos los sistemas de pensiones que existen actualmente y van desde los que están enteramente a cargo del Estado hasta los de carácter privado.

Los pequeños empresarios demuestran un interés creciente por los planes de pensiones, y esto se debe principalmente a las siguientes razones:

- Porque la población del país tiene ahora una expectativa de vida más larga.
- Por causa de la competencia comercial.
- Por las ventajas que se derivan de la adopción de esos planes.

El establecimiento y mantenimiento de un plan de pensiones abarca muchos factores, uno de los cuales es su costo. Las características del plan, los beneficios que se desea conseguir mediante su contratación y los medios de financiamiento son otros tantos elementos decisivos a la hora de determinar el costo presente y futuro de un plan de pensiones

Las últimas décadas han significado un desarrollo sustancial de la mejora de los aspectos sociales, en especial la previsión que garantiza una vida digna y confortable a cualquier persona cuando deja de formar parte de la población activa.

2.4.3.1 Ventajas de carácter general

La adopción de un plan de pensiones apoda una serie de ventajas, tanto en el orden laboral como en el tributario, entre las cuales se pueden citar las siguientes:

Beneficios laborables

- Derecho a una pensión mensual al llegar a la edad de jubilación.
- Beneficios por terminación del empleo. Éstos dependen del tipo de plan que

la empresa ha adoptado y deben estar previstos en un plan de participación en las ganancias o en un plan de pensiones. Son optativos, y si los empleados contribuyen al plan, siempre tendrán el derecho a recibir la devolución de sus contribuciones en el caso de que se retire del mismo.

- Beneficios por incapacidad. Éstos se conceden al empleado si queda incapacitado antes de llegar a la edad del retiro. El empleado recibe, por lo general, menos que cuando se jubila normalmente, y la cantidad exacta que ha de percibir está en función de sus años de servicio y de su edad.
- Beneficios a los herederos. Éstos garantizan a la familia empleado fallecido casi toda su pensión si el fallecimiento ocurre antes de su jubilación normal

Beneficios tributarios

- Dentro de ciertos márgenes, son deducibles como gastos empresariales.
- Las contribuciones de los empleados son deducibles de sus propios impuestos.
- Los fondos de pensiones en fideicomiso y sus ganancias están exentos del impuesto.
- Los empleados no tienen que incluir en su declaración de renta los fondos que la empresa coloca a su nombre en el plan de pensiones.
- A la edad de la jubilación, los empleados pueden obtener un tratamiento preferencial en materia de impuestos.

Para conseguir las anteriores ventajas, la empresa tiene que acogerse a un plan de pensiones autorizado por la correspondiente autoridad tributaria.

2.4.4 LA FISCALIDAD

El impuesto es la cuota parte de la riqueza que los ciudadanos (o empresas) dan obligatoriamente al Estado y a los entes administrativos locales de derecho administrativo, para ponerlos en condiciones de proveer a la satisfacción de las necesidades colectivas Su carácter es coactivo y su producido se destina a la prestación de servicios de utilidad general y de naturaleza indivisible.

A esta definición cabría la posibilidad de subdividirla entre el concepto de impuesto y el de tasa Así, impuesto corresponde a una función del Estado, de interés general y de carácter indivisible, mientras que tasa es el precio pagado por un servicio cuyo beneficio puede discriminarse concretamente.

El impuesto se utiliza, así mismo, con fines económicos, es decir, como un medio de corregir tendencias y situaciones naturales del comercio y de la producción, constituyendo un medio eficaz, en manos del Estado, de fomentar o desalentar el desarrollo de la industria, el comercio exterior (importaciones y exportaciones), el consumo y la circulación de mercaderías.

2.4.5 TIPOS DE IMPUESTOS

Los tipos de impuestos vigentes en los diferentes sistemas tributarios, podemos citar partiendo de vario criterios:

2.4.5.1 Por su naturaleza

- **Directos.** Son aquellos que gravan directamente al contribuyente, sin que exista por parte de éste la posibilidad de trasladarlo a otras personas.
- **Indirectos.** Son aquellos repercutibles en terceros, ya que, en realidad quien paga el impuesto es el consumidor final del bien o servicio gravado. El empresario actúa como agente de retención/recaudación del impuesto y está obligado a ingresarlo en la hacienda pública en unos modos y plazos fijados por la legislación fiscal.

2.4.5.2 Por su incidencia visible

- **Al consumo.** Generalmente indirectos
- **A la renta.** Directos; se aplican a todo tipo de ingresos o rentas de personas físicas y jurídicas.
- **Al capital.** Directo, se aplica por la sola tenencia de bienes.

2.4.5.3 Por su gravitación

- Proporcionales.

- Progresivos

2.4.6 GESTIÓN FISCAL

Por lo general, los diferentes sistemas impositivos evolucionan mediante legislaciones fiscales cada vez más complejas. Ello comporta inexorablemente la necesidad de contar con una sólida formación en la materia y una constante actualización.

Si a esto añadimos que la empresa es utilizada como agente de recaudación y de retención para varios tipos de impuestos (impuesto sobre el valor agregado, impuesto sobre las rentas del trabajo personal, ya sea en relación de dependencia o de profesionales independientes, etc.), vemos que se constituye un enorme complejo y de alto riesgo para la empresa.

La permanente actualización en esta materia por medio de algunas de las fuentes indicadas permite a la empresa evitar cualquier tipo de sanciones a la vez que explotar al máximo las diferentes posibilidades de desgravaciones, bonificaciones, deducciones o devoluciones (de impuestos).

Los modernos equipos de proceso electrónico permiten a las autoridades tributarias un control casi inmediato de la gestión.

2.4.7 LEY PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, PYMES

El Honorable Congreso Nacional, en ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales, expide la siguiente: LEY PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, PYMES.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

Art. 1.- ÁMBITO DE LA LEY.- La presente ley regula la definición de políticas, órganos de aplicación, organización gremial, facilidades de financiamiento y otros mecanismos e incentivos para el desarrollo de la PYME en el Ecuador.

Art. 2.- DEFINICIÓN DE EMPRESA.- Se considerará empresa a toda unidad que ejerza una actividad económica en forma regular, independientemente de su forma jurídica, pudiendo ser de producción, comercio y servicios.

Art. 3.- CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.- Las empresas se clasificarán considerando las siguientes variables: el número de empleados efectivos, el valor bruto de las ventas anuales y el valor de los activos totales

Atendiendo a estas variables, las empresas se clasificarán de la siguiente manera:

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Empresa Grande
Número de empleados efectivos	1 – 9	10 - 49	50 – 199	> 200
Valor bruto de las ventas	<100.000	100.001 – 1.000.000	1.000.001 – 5.000.000	>5.000.001
Valor de activos totales (US \$)	< 100.000	100.001 - 750.000	750.001 - 4.000.000	>4.000.000

Se consideran empleados efectivos a aquellas personas que trabajan en la empresa en forma directa, dependiente de la misma y a tiempo completo según las modalidades del sector.

Se entenderá por valor bruto de las ventas anuales a los ingresos totales percibidos por la empresa antes de las deducciones de impuestos y aportes.

Se entenderá por activos totales a todos los bienes y valores de los que dispone una empresa.

Art. 4.- APLICACIÓN EXTENSIVA.- Los beneficios vigentes para las, PYMES serán extensivos a las formas asociativas conformadas exclusivamente por ellas, tales como cadenas productivas, conglomerados empresariales, consorcios, alianzas estratégicas cooperativas y cualquier otra modalidad de asociación lícita.

No serán consideradas PYMES, a efectos de la aplicación del presente régimen legal, las empresas que, aun reuniendo los requisitos cuantitativos, estén controladas por empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros o vinculadas a las mismas.

CAPITULO II

ÓRGANOS PARA LA ADMINISTRACION DE LA LEY

Art. 5.- CONSEJO SUPERIOR DE DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA.-

Créase el Consejo Superior de Desarrollo de la PYME, (CONDEPYME) adscrito al Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, como órgano colegiado consultivo en todas aquellas materias que afecten a las PYMES, y con el objeto de favorecer y facilitar la creación desarrollo y posibilidades competitivas de las mismas.

El Consejo Superior de Desarrollo de la PYME, estará integrado por los siguientes miembros con derecho a voz y a voto:

- 1) El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, quien lo presidirá.
- 2) El Presidente de la FENAPYME, quien será el Vicepresidente nato del Consejo.
- 3) El Ministro de Economía y Finanzas o el Subsecretario de Presupuesto.
- 4) El residente de la Corporación Financiera Nacional o el Gerente de la misma.
- 5) El Presidente de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, CORPEI.

Art. 6.- ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL CONSEJO SUPERIOR DE DESARROLLO DE LA PYME.-

El Consejo Superior de Desarrollo de la PYME, tendrá las siguientes funciones:

- a) Establecer las políticas públicas generales, transversales, sectoriales y regionales de promoción de las PYMES.

- b) Establecer las directrices para la formulación, ejecución, y evaluación de los programas de desarrollo de las PYMES, con énfasis en los referidos al acceso a los mercados de bienes y servicios, formación de capital humano, modernización, desarrollo tecnológico y mayor acceso a los mercados financieros institucionales.

- c) Adoptar políticas de formalización de las empresas que se encuentran en situación de informalidad, facilitando su incorporación a través de medidas que incentiven su regularización.

- d) Determinar el Presupuesto anual y fuentes de financiamiento para los programas de Desarrollo de las PYMES.

- e) Gestionar líneas de crédito de organismos nacionales o internacionales públicos o privados.

- f) Aprobar los programas de desarrollo del sector, con cargo al Fondo (Je Desarrollo de las PYMES.

- g) Reglamentar la organización y mantenimiento del Fondo de Desarrollo de las PYMES y determinar su administración.

- h) Fomentar la participación de los gobiernos Seccionales en la promoción y desarrollo de las PYMES.

- i) Las demás compatibles con su naturaleza, establecidas por la ley o mediante decreto expedido por el Gobierno Nacional.

- j) Conocer el diagnóstico anual sobre el grado de eficacia y eficiencia de los programas de apoyo financiero dirigidos al as PYMES.

k) Conocer y aprobar la evaluación presentada por la Secretaría técnica, sobre las estrategias que hayan sido aplicadas.

l) Con base a informes de la Secretaria Técnica y de los Miembros del Consejo, analizar el entorno económico, político y social, y su impacto sobre las PYMES y sobre la necesidad de tomar medidas para que estas puedan dinamizar los mercados de bienes y servicios.

m) Contribuir con el MICIP en el desarrollo de las políticas de apoyo con los sectores públicos y privados para apoyar a las PYMES

n) En función de la productividad laboral, promoverá la mejora de las condiciones de trabajo de los empleados de la PYME. Exigiendo el cumplimiento de las condiciones mínimas de seguridad e higiene y la provisión de seguro básico para los empleados Con el propósito de asegurar el cumplimiento de estas disposiciones, propondrá regímenes laborales especiales para las PYMES.

o) Promover la adopción por parte de las PYMES de prácticas socialmente responsable e implementarán regulaciones para los casos en que las PYMES no hayan adoptado las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial de forma voluntaria. Asimismo, promoverá la articulación de las PYMES a la gran empresa, como estimulación de la responsabilidad social empresarial de esta última.

p) Difundir a nivel de las PYMES las normas técnicas nacionales e internacionales vigentes, promoviendo la participación de estas asociaciones en los comités técnicos conformados para la elaboración de las normas técnicas, fomentando la implementación de sistemas de aseguramiento de la calidad y creando el marco adecuado para facilitar los procesos de certificación colectiva y el registro de patentes, marcas y otros derechos de propiedad intelectual.

ART, 7,-ORGANIZACIÓN Y OPERATIVIDAD DEL CONSEJO

- a) El Consejo sesionará de manera ordinaria por lo menos dos veces al año y extraordinariamente cuando lo convoque su presidente o el subrogante.
- b) Para que el Consejo se instale, sesione y tome resoluciones, será necesaria la presencia de la mayoría de sus integrantes.
- c) Las resoluciones que adoptare el Consejo se tomarán por mayoría simple de votos. El Ministro de Comercio Exterior, Comercialización, Pesca, y Competitividad tendrán voto dirimente. Los Miembros del Consejo están obligados a emitir su voto efectivo, lo que indica que no podrán abstenerse, votar en blanco, ni anular su voto, salvo en los casos de excepción previstos en esta Ley o su Reglamento.
- d) Cuando lo estime conveniente, podrá invitar a participar en las sesiones del Consejo Superior a los Ministros de otras carteras y a los representantes de Organismos Públicos o Privados, a fin de coordinar las políticas y solucionar aspectos que permitan un mejor desarrollo de las PYME

Art. 8.-POLÍTICAS.- El Consejo Superior de Desarrollo de la PYME establecerá, las políticas de fomento y promoción del micro, PYME en coordinación con las entidades públicas y privadas, relacionadas al sector.

Art. 9.-APLICACIÓN Y EJECUCIÓN DE LA LEY.- La aplicación y ejecución de la presente Ley le compete al MICIP, a través de la Subsecretaria de PYME y Artesanías.

CAPITULO III

ORGANIZACIÓN GREMIAL

Art. 10.- FENAPYME.- Reconócese a la Federación Nacional de Cámaras de la Pequeña y Mediana Empresa, FENAPYME como el máximo organismo del gremio facultado para el ejercicio de las representaciones previstas en la presente y en otras leyes. Tendrá su domicilio en la capital de la República.

Ad. 11.- INTEGRACIÓN DE LA FENAPYME.-La FENAPYME estará integrada por las Cámaras Provinciales de la Pequeña y Mediana Empresa. Sus estatutos Serán aprobados por el MICIP.

Art. 12.- CALIFICACIÓN DE LAS PYMES.- Para el acceso a los estímulos previstos en la presente Ley, la calificación de una empresa como PYME corresponderá a las Cámaras Provinciales de la Pequeña y Mediana Empresa, dentro de su respectiva provincia

Art. 13.- VENTANILLA ÚNICA.- Para el acceso a los estímulos previstos en la presente Ley, las Cámaras Provinciales de la PYME coordinarán con las instituciones involucradas la creación de una ventanilla técnica donde se atiendan y despachen todos los trámites requeridos.

Las instituciones cuya participación sea necesaria están obligadas a formar parte de dichas ventanillas.

CAPITULO IV

DEL FINANCIAMIENTO

SECCIÓN I

DEL FONDO DE DESARROLLO DE LAS PYMES

Art. 14.- FONDO NACIONAL DE DESARROLLO DE LAS PYMES.- Créase el FONDO NACIONAL DE DESARROLLO DE LAS PYMES, FONDEPYME, con el objeto de brindar financiamiento a mediano y largo plazo a las empresas, para inversiones productivas para el desarrollo de las formas asociativas, comprendidas en la presente Ley, bajo las modalidades que establezca la reglamentación que expedirá al respecto el Presidente de la República.

Art. 15 RECURSOS DEL FONDEPYME.- EL FONDEPYME dispondrá de los siguientes recursos:

- a) Los ingresos que, por concepto de tasas por servicios, sean recaudados por el CONDEPYME, de conformidad con el Reglamento que éste dictará al respecto.
- b) Los recursos obtenidos por concepto de cooperación internacional, para ejecución de diversos proyectos. Las donaciones de personas, entidades públicas o privadas, nacionales o internacionales, que podrá recibir el Fondo.
- c) Todos los recursos del Presupuesto del Estado que se gestionaren para el desarrollo de las PYME.
Donación del 25% del impuesto a la Renta aportado por las PYME del país, para el fortalecimiento tecnológico.
- e) Los recursos que el Estado asigne al CONDEPYME a través del Presupuesto, para el desarrollo de las PYME.
- f) Todos los recursos que se gestionaren para el desarrollo de las PYMES.

Art. 16.- DESTINO DE LOS RECURSOS DEL FONDEPYME.- Se destinarán exclusivamente para apoyar financieramente la planificación, ejecución de proyectos y actividades de las PYMES que tengan por objeto:

a) El desarrollo tecnológico para el mejoramiento de la productividad y competitividad de las PYMES;

b) Coordinación con diversas instituciones tanto públicas como privadas, para la elaboración y ejecución de programas concretos de fomento de exportaciones:

c) La incorporación de mecanismos de producción limpia por parte de las PYMES, financiando la asistencia técnica, consultaría, capacitación y difusión de dichos mecanismos:

d) La promoción del emprendimiento empresarial, incubadoras de empresas, parques tecnológicos u otras formas que propicien la generación de pequeñas empresas;

e) La capacitación de los recursos humanos del sector, mediante la coordinación con el Consejo Nacional de Capacitación, con las universidades y Escuelas Politécnicas y otras instituciones de capacitación, públicas o privadas; y,

f) El impulso y apoyo a programas de asociatividad.

Art. 17.- OTROS ORGANISMOS Y MECANISMOS

DE FINANCIAMIENTO.- La Corporación Financiera Nacional, el Banco Nacional de Fomento y otros organismos financieros públicos o privados, desarrollarán productos específicos para impulsar el desarrollo de las PYME, tales como fondos de capital de riesgo, fondos de reconversión y otras formas de financiamiento.

La Superintendencia de Compañías asesorará e informará a las PYMES sobre mecanismos de financiamiento alternativos con instrumentos del mercado de valores que podrían ser utilizados por este sector.

Art. 18.- SISTEMA NACIONAL DE GARANTÍAS CREDITICIAS.-Corresponde al Estado Ecuatoriano, reactivar y desarrollar el Sistema Nacional de Garantías Crediticias, con el objeto de mejorar las condiciones de acceso al crédito, mediante el otorgamiento de garantías directas a entidades financieras acreedoras de las PYME y de sus formas asociativas.

Podrá asimismo otorgar garantías en respaldo de las que emitan los fondos constituidos por Gobiernos Seccionales, cualquiera sea la forma jurídica que adopten, siempre que cumplan con los requisitos técnicos iguales o equivalentes a los establecidos para el Sistema Nacional de Garantías.

CAPÍTULO V

ESTIMULOS PARA EL FOMENTO DE LAS PYMES

SECCIÓN I

DE LA PROMOCIÓN PRODUCTIVA

Art. 19.- PARQUES EMPRESARIALES.- El Consejo de Desarrollo de la PYME. En coordinación con la Federación Nacional de Cámaras de la PYME, definirá las políticas, programas y acciones tendientes a la recuperación, promoción, desarrollo y administración de los Parques Industriales existentes y para la instalación de nuevos destinados a las PYMES, como mecanismos para la conformación de una plataforma de infraestructura y servicios básicos para el logro de su desarrollo integral.

Art. 21.- ESQUEMAS ASOCIATIVOS.- El Consejo de Desarrollo de la PYME, en coordinación con la Federación Nacional de Cámaras de la PYME, promoverá la adopción de esquemas asociativos, que permitan la conformación de empresas aptas para la ejecución de programas conjuntos de desarrollo integral que favorezcan su presencia en los mercados, mediante:

a) Programas de asistencia técnica en mecanismos de asociatividad empresarial que faciliten la adopción de nuevos esquemas de organización productiva y comercial

b) Programas de mejoramiento competitivo de los niveles de calidad y productividad.

c) Medidas para el fomento de la especialización de las PYMES en las diferentes etapas de sus procesos productivos.

d) Medidas para la consolidación de los mecanismos de organización comercial para la comercialización conjunta de los productos de las PYMES.

e) Realización de estudios de Investigación y Desarrollo conjuntos en áreas de diseño, producción, mercadeo, comercialización y post venta.

f) Cualquier otra actividad que se considere pertinente.

La Superintendencia de Compañías, el MICIP, la CORPEI y el Ministerio de Agricultura y Ganadería, a solicitud de las respectivas Cámaras asesorarán en la utilización de los diferentes instrumentos de asociatividad.

SECCIÓN II

DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL

Art. 22.- COMPRAS DEL SECTOR PÚBLICO.- El Gobierno Nacional a través del Consejo Superior de Desarrollo de la PYME, y de conformidad con que disponga la Ley de Contratación Pública, establecerá programas de acceso preferencial o reservados exclusivamente para la participación de las PYMES nacionales en la contratación pública

Se incentivará la participación de la PYME en las compras del Estado, mediante la difusión oportuna de los planes anuales y de las oportunidades de adquisiciones y contrataciones de todas las entidades públicas, utilizando la tecnología de información, la reducción de obstáculos que dificultan el acceso de la PYME en estos procesos y el establecimiento de compromisos para la compra preferente, en igualdad de condiciones de calidad y precio.

A los fines de garantizar la participación de la PYME, se establece un mínimo obligatorio de 30% de participación de la PYME en las compras del Estado. Asimismo, las Cámaras de Comercio e Industrias vigilarán la transparencia de estos procesos.

Art. 23.- ORIENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN - La Subsecretaria de PYMES, con el apoyo de las redes de subcontratación, orientará, hará seguimiento y evaluará el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo precedente, formulará recomendaciones sobre la materia y dará traslado a las autoridades competentes cuando se evidencie el incumplimiento de lo previsto en dicho artículo.

Art. 24.- ACCESO A MERCADOS.- La Subsecretaria de PYME, en coordinación con el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI. la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI y la Federación Nacional de

Cámaras de la PYME. Establecerá las medidas necesarias para promover el acceso de las PYMES a nuevas oportunidades de negocios en mercados nacionales e internacionales, desarrollando programas específicos para el fomento y promoción de las exportaciones de las PYMES, cuyas acciones deberán estar establecidas en Reglamento.

SECCIÓN III

DE LA PROMOCIÓN DE INVERSIONES

Art. 25.- BENEFICIOS Y EXONERACIONES.- Las personas naturales o jurídicas, calificadas como pequeñas o medianas empresas productivas que se acojan al régimen de la presente Ley, podrán beneficiarse de las siguientes compensaciones por sus inversiones de riesgo, inversión en sostenibilidad de medio ambiente, generación de empleo y capacitación.

a) Exoneración total de los impuestos que graven a los actos constitutivos y reforma de estatutos de compañías y orlas formas empresariales, incluyéndose los derechos de registro e inscripción:

b) Exoneración del impuesto sobre la base de sus activos, debiendo establecerse instituciones públicas centralizadas o descentralizadas y los gobiernos seccionales, adecuarán sus reglamentos, resoluciones y más legislación secundaria a la presente disposición.

c) Devolución total de los derechos arancelarios e impuestos que graven la importación de materia prima que no se produzca en el país y que fuere efectivamente empleada en la elaboración de productos que se exportaren.

d) Rebaja de la base imponible de hasta el 50% de lo invertido en capacitación dirigida a mejorar la productividad de las empresas. e) Las PYMES que se instalen en el país gozarán, durante 10 años a partir de la vigencia de la Ley, de la exoneración del ciento por ciento de los derechos arancelarios en la importación de maquinaria, equipos y herramientas.

Art. 26.- CALIFICACIÓN DE PYMES.- Toda persona natural o jurídica, para acogerse a los estímulos o beneficios previstos en la presente Ley se someterá a calificación de la correspondiente Cámara Provincial de Fa Pequeña y Mediana Empresa, previa presentación de la solicitud correspondiente acompañada de las certificaciones pertinentes del Servicio de Rentas Internas y de la Superintendencia de compañías

SECCIÓN IV

DE LA PROMOCIÓN EMPRESARIAL

Art. 27.- CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL.- El Consejo Superior promoverá el establecimiento de parques tecnológicos, centros de transferencia tecnológica, centros de investigación, incubadoras de empresas, centros de desarrollo productivo, bancos de maquinaria, bolsas de empleo, bolsas de producción y otros, para el fomento de las PYMES.

Art. 28.- PROGRAMAS DE NUEVOS EMPRENDEDORES.- El Consejo Superior, en coordinación con la Federación Nacional de Cámaras de la PYME, formulará programas específicos para fomentar la creación de empresas gestionadas por profesionales, técnicos, tecnológicos y emprendedores, a través del concurso de las universidades, institutos técnicos y tecnológicos e instituciones de formación empresarial, que brinden diplomados, programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales que generen y estimulen la actitud emprendedora y la iniciativa empresarial.

Art. 29.- PREMIO ANUAL.- EL CONDEPYME establecerá y concederá un premio anual para quienes desarrollen actividades educativas que. De manera idónea, despierten y estimulen la mentalidad emprendedora y desarrollen la capacidad empresarial.

Art. 30.- ACTIVIDADES DE APOYO.- EL CONDEPYME promoverá, a través de entidades públicas y privadas, las siguientes actividades de apoyo:

- a) Formación básica emprendedora
- b) Capacitación genérica.
- c) Cursos y materiales gratuitos para ayudar a mejorar área determinadas de pequeños negocios.
- d) Portal del emprendedor. El Consejo Superior, expedirá las disposiciones reglamentarias pertinentes para el cumplimiento de lo previsto en este capítulo.

Art. 31.- PROGRAMAS EDUCATIVOS PARA PYMES Y PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS.- Las universidades, Institutos Técnicos Y Tecnológicos e Institutos de Formación Empresarial, sin perjuicio de su régimen de autonomía, tendrán en cuenta o dispuesto en la presente ley a efecto de establecer programas de educación no formal, programas de extensión y cátedras especiales sobre PYMES.

Art. 32.- CONSEJOS CONSULTIVOS PARA LA VINCULACIÓN DEL SECTOR EDUCATIVO CON EL SECTOR EMPRESARIAL.- Los establecimientos de educación en todas las modalidades, deberán crear órganos específicos de vinculación con el sector empresarial, integrados con delegados de las entidades gremiales de las PYMES y/o con empresarios de la región, municipios o comunidades donde se localice el establecimiento educativo.

CAPITULO VI DISPOSICIONES GENERALES

Art. 33.- ATRIBUCIONES DEL MICIP.- El MICIP, previo informe del CONSEJO DE DESARROLLO DE LA PYME, resolverá los casos especiales y los no previstos que se susciten en la aplicación de la presente Ley, de acuerdo a las necesidades reales de cada empresa y a la mejor conveniencia para el desarrollo económico del país.

Art. 34.- GOBIERNOS SECCIONALES.- Los gobiernos seccionales, sin perjuicio de su autonomía, generarán políticas y acciones para crear estímulos, atraer las inversiones y facilitar la instalación y funcionamiento de pequeñas y medianas empresas, dando especial atención a la zonificación y uso de suelo y concediendo rebajas en el pago del impuesto de patentes municipales.

Arto 35.-COMEXI.- En el Art. 10 de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones COMEXi, agréguese el siguiente literal: "...l) El Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de la PYME o su representante”

Art. 36.- CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL DE LAS CÁMARAS PROVINCIALES DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA.- Dentro del plazo de noventa días contados a partir de la vigencia de la presente Ley, todas las Cámaras Provinciales constituidas como Cámaras de la Pequeña Industria, deberán cambiar su antigua denominación social por la de "Cámaras de la Pequeña y Mediana Empresa"

Art. 37.- CAMBIO DE DENOMINACIÓN SOCIAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CÁMARAS DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA.

Dentro del plazo de noventa días contados a partir de la vigencia de la presente ley, la Federación Nacional de Cámaras de la Pequeña Industria, cambiará su antigua denominación social por la de "Federación Nacional de cámaras de la Pequeña y Mediana Empresa", FENAPYME.

Art. 38.- REPRESENTACIÓN DE LAS CÁMARAS DE LA MICROEMPRESAS Y DE LA FEDERACIÓN DE CÁMARAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA.

En todas las entidades y organismos en donde las organizaciones gremiales de la pequeña industria tengan alguna representación, esa representación la tendrán las correspondientes organizaciones gremiales de la pequeña y mediana empresa.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- En los noventa días posteriores a la vigencia de la presente Ley, el Presidente de la República aprobará mediante Decreto Ejecutivo, el Reglamento de la presente ley.

SEGUNDA-Se concede un plazo de 90 días contados a partir de la promulgación de la presente ley para dar cumplimiento a lo establecido en los artículos 4 y 22 de la presente Ley.

TERCERA.- Derogase todas las disposiciones legales y reglamentarias que se opongan a la presente Ley.

CUARTA.- Derogase la Ley de Fomento De la Pequeña Industria aprobada mediante Decreto Supremo No.921; publicada en el RO/372 de 20 de Agosto de 1973 y sus reformas.

2.4.8 LOS RECURSOS HUMANOS

Desde finales de la década de los ochenta, los países de América Latina iniciaron un proceso de apertura económica. En otras palabras, abrieron sus fronteras, con el fin de facilitar el intercambio de bienes y servicios. En este marco de economía globalizada las pequeñas y medianas empresas, más conocidas como PYMES tuvieron que replantear la orientación gerencial que habían practicado en términos de la transformación de los recursos físicos y económicos. Por esta razón, es necesario que los directivos de las microempresas de América Latina conozcan los componentes propios de la gerencia del recurso humano, con el fin de desarrollar una ventaja competitiva sostenible, basada en la educación y el conocimiento que son la base de desarrollo de las personas o de los talentos humanos que hacen parte de la organización. El área del recurso humano dentro de la organización deber servir de apoyo para el diseño, la formulación y la implementación de las estrategias organizacionales.

2.4.9 EL RECURSO HUNANO EN LAS PYMES LATINOAMERICANAS

Las PYMES Latinoamericanas requieren de la profesionalización de los procesos gerenciales tales como la planeación, organización, dirección y control.

- **Planeación.-** es la identificación y selección de los objetivos de las PYMES
- **Organización.-** es la definición de las tareas, actividades y procesos dentro de la estructura organizacional de las PYMES
- **Dirección.-** es la coordinación de las actividades relacionadas con la gerencia del recurso humano en las PYMES
- **Control.-** es el sistema de monitorear y hacer seguimiento a los objetivos de las PYMES.

La profesionalización del área del recurso humano en las PYMES se debe hacer a través de la capacitación de los ejecutivos que son responsables del área y de la puesta en marcha de los procesos y procedimientos propios del área. Según (Huselid, Jackson y Schuler, 1997 y Cuthill, 2000)

2.4.10 LA GERENCIA DEL RECURSO HUMANO

Está relacionada con las actividades que ayudan a identificar las necesidades de la organización, con respecto a los recursos humanos.

El Directivo del recurso humano en las PYMES debe saber que para crear una fuerza laboral más competitiva en el ámbito internacional y para contar con una mano de obra más flexible se requiere desarrollar la competencia laboral. La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución del trabajo, es una capacidad real y demostrada según (Hanson, 1995).

La gerencia de recursos humanos ha hecho énfasis en el conocimiento, las habilidades y las capacidades del trabajador, lo importante es que éstas sean completadas con la competencia laboral según (Sánchez, 2000).

Las competencias se asocian con la estrategia para generar ventajas competitivas, la productividad y la gestión del recurso humano son los pilares fundamentales para alcanzar estas ventajas según (Martens, 1997).

2.4.11 EL RECLUTAMIENTO Y LA SELECCIÓN DEL RECURSO HUMANO

La planeación es la actividad para identificar las necesidades actuales y futuras de recursos humanos que tienen las PYMES. El reclutamiento es definido como las actividades para atraer candidatos calificados. La selección es el proceso para identificar las cualidades del candidato a un puesto de trabajo.

La PYMES necesita hacer el análisis de los puestos de trabajo, es la base para determinar las responsabilidades propias del puesto y las características de las personas que lo van a desempeñar.

Debe identificar a los candidatos potenciales para jubilarse, esta proyección se hace con base en los requisitos legales que tienen las leyes legales del país. La planeación, también es importante identificar la permanencia futura de los empleados de la empresa que no están dentro de los que se van a jubilar, para esto es necesario hacer una encuesta de satisfacción del empleado, con el fin de realizar programas para atacar la insatisfacción o proyectar hacia el futuro el número de nuevos empleados que la urbanización va a requerir

2.4.12 EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos son fundamentales para el buen funcionamiento de una empresa, ya que una buena o mala gestión en esta área repercutirá en los otros dos pilares de la organización: los recursos técnicos y materiales.

2.4.12.1 El factor humano como recurso

Evitar la rutina y buscar nuevas metas y objetivos, tanto personales como de la empresa, es la clave para mantener la motivación de los trabajadores.

La colaboración del personal es un elemento clave de los recursos humanos; su ausencia puede impedir la realización de tareas necesarias para el funcionamiento de la empresa.

El espíritu de empresa es un factor fundamental respecto de la vivencia que el empleado de la misma.

A partir de la década de 1970 cuando las turbulencias e imprevisibilidad de los mercados, los avances tecnológicos por un lado, y por otro el valor que alcanza el factor humano (sus capacidades, motivaciones, valores, la dinámica de los grupos, etc.) como clave del buen funcionamiento empresarial, abren una nueva visión dentro de las tesis organizativas.

El manejo de los recursos humanos consiste en recibir, analizar y dar respuesta a las demandas y problemas que puedan surgir respecto de las personas que componen la organización: selección, formación, políticas salariales, evaluación del desempeño y el análisis de las necesidades forman parte de esta área.

2.4.12.2 La motivación

El ser humano tiene ciertas necesidades espirituales, como es el reconocimiento y el aprecio por haber realizado bien su tarea

La motivación del personal dependerá de la filosofía que la directiva transmita por medio de sus acciones en materia de selección, capacitación, disciplina, relaciones, jerárquicas, promoción, retribución, etcétera.

2.4.13 CARACTERISTICAS DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS PYMES

a) Si las grandes empresas disponen de departamentos de recursos humanos, con una buena dotación de recursos materiales y un prestigio dentro de la organización. Esto no basta para evitar la dificultad de conocer de cerca de los empleados y el ambiente en el que desempeñan su trabajo. b) Las relaciones humanas hace que en aquellas empresas pequeñas o medianas, el contacto es más directo y cotidiano.

b) La competitividad, la rivalidad, los enfrentamientos directos o velados así como la necesidad de motivaciones e incentivos, posibilidades de crecimiento de personal, etc., son elementos que están presentes en todo grupo humano.

c) La conducción de personas implica una dimensión ética que se manifiesta en el ejercicio responsable del cargo.

2.4.14 LOS OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

a) Los objetivos fundamentales en todo plan de desarrollo de recursos humanos es el logro de mejoras sectoriales e integrales de la gestión empresarial.

b) La elaboración e implementación de los programas que el departamento gestiona.

c) Un elemento clave en el manejo de las relaciones humanas es tomar en cuenta la opinión de los empleados. Contar con ellos para la solución de los problemas, además de ser necesario. Despertará el espíritu de colaboración.

2.4.15 LA GESTIÓN DEL PERSONAL

2.4.15.1 Estimación de las necesidades personales

Una tarea primordial del empresario cuando va a iniciada actividad de centra en la estimación del número de empleados y después, cuando la empresa está en funcionamiento, hay que efectuar análisis periódicos del personal, necesario para aumentado si la compañía está en expansión, o si se tiene prevista una ampliación, o para amortizar algunos puestos de trabajo si la actividad disminuye o los nuevos métodos mecanizados de producción liberan personal de determinadas funciones.

El enriquecimiento de las tareas, la participación y la corresponsabilidad en las decisiones garantizan la satisfacción y la autoestima del trabajo.

La estimación realizada debe responder a las necesidades reales de la empresa, porque un exceso de mano de obra significa mayores costos, personal utilizado por debajo de sus posibilidades y desmoralización, o malos hábitos de ese mismo personal; pero una falta de mano de obra puede entrañar el incumplimiento de la producción planificada y la existencia de personal sometido a una tensión excesiva.

Para ello, el primer paso consiste en definir la tarea y el número de horas como también es preciso conocer el perfil de la persona que se ha de buscar.

2.4.15.2 Agrupación de tareas en los puestos de trabajo

Un puesto de trabajo queda determinado por el conjunto de tareas que deba realizar una sola persona.

2.4.15.3 Contratación

La contratación de personal es otro de los asuntos que no se pueden dejar al azar cuando la necesidad presiona. Ante todo debe responder a un plan elaborado con tiempo suficiente y en el que se especifiquen los requisitos necesarios.

Además, hay que si dejamos la contratación del personal en manos de las necesidades inmediatas, puede ocurrir que no estemos.

Contratando a la persona adecuada sino únicamente a la que estaba disponible en ese momento.

2.4.15.4 Tareas del gestor de personal

La trayectoria personal y profesional efectuada por los empleados de una empresa, es un elemento fundamental de su buen funcionamiento. Se trata de un área de trabajo, hace que la planificación y la organización estén presentes a lo largo de todo el proceso como son:

- * Hacer un análisis a fin de identificar las necesidades (tanto de selección de personal nuevo como de rotaciones, de formación, etc.).
- * Planificar y realizar los procesos de selección de personal.
- * Supervisar y asesorar en la contratación y retribución de los empleados.
- * Coordinar los planes de formación pertinentes
- * Colaborar en la implementación de sistemas de evaluación del desempeño.

2.4.15.5 Selección de personal

El perfil del puesto de trabajo y el perfil del candidato son herramientas fundamentales que nos permitirán orientar el programa de selección.

2.4.15.6 Estructura

La necesidad de incorporar personal nos enfrenta a cambios estructurales que tendrán influencia directa en el día de la organización, así como en sus resultados a medio y largo plazo. La correcta definición del puesto de trabajo y la selección de la persona que se acerque al perfil idóneo, son elementos claves en el rendimiento de los recursos humanos de la empresa.

2.4.16 EVALUACIÓN DEL PERSONAL

Es analizar el desempeño del trabajador en su puesto y las contribuciones que él hace para mejorar los procesos productivos o de servicios de las PYMES según (La Penta, y Jacobs, 1996). Lo más importante en el proceso de la evaluación es la retroalimentación que el colaborador recibe por parte de su orientador, ya que de esta manera el proceso se convierte en algo motivador y enriquecedor para el empleado.

La evaluación debe hacerse formalmente dos veces al año. Los aspectos que se deben tener en cuenta la evaluación del desempeño según son la calidad, la productividad, el conocimiento del trabajo en equipo y la autonomía personal.

2.4.16.1 Política salarial

Política Salarial puede aportar el equilibrio necesario entre calidad de vida de los empleados y la rentabilización exigida por economía de la empresa.

Un buen programa de política salarial debe propiciar el equilibrio necesario entre la calidad de vida de los empleados y la rentabilización exigida por la economía de la organización.

El salario, la forma más simple de retribución, se halla en relación directa con el trabajo ocupado, la responsabilidad que comporta y el grado de esfuerzo realizado.

2.4.17 FORMAS DE RETRIBUCIÓN

2.4.17.1 Remuneración directa

Está asociada con los parámetros que miden la producción del empleado.

- Se trata del sueldo o salario por tiempo de trabajo, que depende del tiempo dedicado a la empresa. Puede fijarse en salario por hora, por jornada de trabajo, por semanas o por meses.
- Otro método es el pago por unidad producida o vendida.
- Un método intermedio entre el salario fijo y el pago por unidad es el de primar la producción que exceda de un cierto límite
- Se aplica por lo general a los empleados de confianza y los directivos de acuerdo con los beneficios obtenidos con la empresa
- En las empresas cuyo tamaño los justifique, el servicio de comedor a un precio muy asequible para los trabajadores constituyen una forma de retribución indirecta.

2.4.17.2 Retribución indirecta

Tiene un componente legal, que varía según el país de que se trate, y otro voluntario.

Pago de los días festivos Vacaciones anuales pagadas. Pago o complemento de sueldo por las ausencias debidas a enfermedad

- Pago a los organismos oficiales o privados para cubrir enfermedad, jubilación o ambas

Asistencia médica y hospitalaria

Ayuda económica por enfermedad

Dotaciones para el disfrute del tiempo libre

2.4.18 REVISIONES SALARIALES

Los sueldos y salarios no acostumbran ser estáticos, sino que se acomodan a la evolución de las circunstancias socioeconómicas del país y deben ser una fuente permanente de motivación para los empleados.

Un empleado que se considera bien pagado es un empleado motivado, pero es un salario es adecuado sólo si está en relación de paridad con el mercado y con el resto de los trabajadores de la empresa.

2.4.18.1 Control del sistema de incrementos salariales

Los incrementos salariales se fijan según criterios automáticos, aplicados al colectivo de trabajadores.

Una forma de remuneración aplicada a cierto tipo de empleos - por lo general, servicios directos al público- consiste en el pago de una cantidad fija, relativamente baja, y la participación en otros beneficios complementarios que dependerán de la buena realización del trabajo.

2.4.19 RECLUTAMIENTO, COMPENSACIÓN, Y CAPACITACIÓN

La administración de los recursos humanos en la nueva economía global requiere de cambios trascendentales en las prioridades de los directivos de empresas. Sin embargo, el proceso de globalización que estamos viviendo requiere de un cambio de estilo administrativo pues las prioridades actuales de las empresas demandan estructuras productivas y tareas flexibles, capacitación integral y sistemas participativos

La compensación, capacitación y reclutamiento de los recursos humanos son partes esenciales para la supervivencia, competitividad y funcionamiento efectivo de las PYMES.

La meta es poder integrar los procesos utilizados en el manejo efectivo de los recursos humanos dentro del marco de la administración de las PYMES.

2.4.19.1 Reclutamiento en las PYMES

El reclutamiento de personal es más importante para el funcionamiento óptimo de las PYMES.

A diferencia de las grandes empresas, la ventaja para la PYMES es que este tipo de empresa puede responder con mayor rapidez a la globalización porque son organizaciones relativamente pequeñas y con facilidad de adaptación.

Unas de las ventajas que tienen las PYMES al momento de reclutar el personal necesario es que muchas personas prefieren trabajar en este tipo de empresas porque tienen la oportunidad de tomar decisiones importantes para la empresa. En las PYMES la contribución de cada individuo a la efectividad de la organización es más fácil de observar pues es la burocracia es menor que en las grandes empresas

2.4.20 LA CAPACITACIÓN EFECTIVA

La capacitación efectiva del personal ocupado es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las PYMES, pues existe la necesidad continua de que este tipo de empresas se adapte al cambio. Por esto, cualquier política de capacitación y adiestramiento debe estar basada en el aprendizaje continuo. Por otro lado, se requiere convencer a los altos directivos de las empresas que la capacitación y el cambio son elementos necesarios para la supervivencia de las PYMES. Estas ideas de capacitación provienen de la teoría económica del capital humano.

2.4.20.1 Un nuevo concepto de formación

La formación, entendida como acción permanente se ha consolidado en todas las actividades y sectores socioeconómicos; desde las industrias, los servicios, las profesiones liberales, las ofertas recreativas y los espacios culturales hasta el mundo de la vida doméstica.

El aumento de la complejidad tecnológica en el puesto de trabajo hace de la formación un elemento indispensable para mantener el grado de competitividad de los empleados de toda organización.

La formación administrada de manera planificada y organizada, e impartida por entidades especializadas, hace de aquella una verdadera inversión para el desarrollo de la empresa.

2.4.20.2 Área de Gestión

Identificación de las necesidades formativas de la empresa. La gran cantidad de datos que genera la evaluación, la formación y el control de los trabajadores de una empresa, de poco sirven si no se procesan y analizan adecuadamente

2.4.21 FORMACIÓN

La formación en el puesto de trabajo permite que cada empleado conozca perfectamente su labor y tenga el máximo de recursos a su alcance para su correcta realización.

Evaluación de la formación.- La evaluación está relacionada con su operatividad. Se trata de un momento en el que se valoran los hechos a la luz de los objetivos prefijados y de los hallazgos acaecidos durante el proceso.

La formación en el puesto de trabajo.- Requiere la presencia de jefes o personal de mando con una cierta capacidad como formadores.

2.4.21.1 Métodos de formación

Realización de nuevas tareas con ayuda de la supervisión. Este método de formación se aplica, sobre todo, en las microempresas. El empleado recibe una explicación sumaria de cómo se ha de efectuar una tarea y, de inmediato, se le imparte el encargo de repetirla. El supervisor ejecutaría la misma tarea, de modo que el empleado puede aprender por vía de comparación directa.

Intercambio de puestos de trabajo. Una de las principales necesidades de la empresa moderna es que sus empleados, incluidos los directivos, sean capaces de comprender y ejecutar un número elevado de tareas.

La técnica del intercambio de funciones o de rotación en los puestos de trabajo permite cumplir el objetivo de conseguir una especialización múltiple que, en muchos casos, está en función de la capacidad y de la formación anterior de las personas.

El método se ha demostrado efectivo, sobre todo para los puestos de dirección, como forma de adquirir una visión global de la empresa.

Sesiones individual de formación. Se trata de cuestiones en las que están implicadas pocas personas

El objetivo es en primer lugar, enseñar al empleado cómo debe realizar la tarea; en segundo obtener del empleado información sobre los problemas que le impiden hacer las cosas bien y cómo piensa que se podrían hacer mejor; por último, conseguir de él colaboración para el futuro

La valoración del desempeño efectuada de forma planificada, permite proyectar acciones futuras en pos de mayor desarrollo del individuo y de la empresa, convirtiendo la evaluación en un proceso de mejora continua.

La entrevista individual con un empleado. Permite obtener de primera mano y sin coacciones, interesantes observaciones sobre su trabajo y sobre la perspectiva que aquél tiene de la empresa

Reuniones de formación. Desempeñan un papel muy importante en la marcha de la empresa, el procedimiento más conveniente es el estudio de los problemas en grupo.

2.4.22 EVALUACIÓN

La evaluación del desempeño es una herramienta fundamental de los recursos humanos de una empresa

La evaluación del desempeño debe realizarse en función de criterios claramente definidos y fundamentados.

2.4.22.1 Entrega

El grado de entrega y rendimiento de los empleados de una empresa guardan una estrecha relación con el reconocimiento y valoración de su trabajo.

2.4.22.2 Métodos de evaluación

Para poder valorar el desempeño de un individuo en su tarea, deberemos asignar un valor a las formas de efectuada y a los resultados obtenidos

La mejora en el rendimiento y la calidad del trabajo sólo es exigible cuando están claramente planteados los objetivos, responsabilidades y funciones de cada trabajador, y su valoración debe tener esto en cuenta.

2.4.22.3 Incidencias de la evaluación en las demás áreas de recursos humanos

La coordinación entre las diferentes áreas o departamentos evita las actuaciones fragmentarias y la cultura funcional en la que cada uno actúa por separado.

2.4.23 DIRECTIVOS

¿Cuál debe ser la procedencia de estos directivos?, la propia empresa. Nada motiva más a los niveles de la organización que la seguridad de que la que pueden acceder a puestos más altos por medio del conocimiento, la entrega y fidelidad a la empresa y la mejora de su trabajo, es decir que tienen un cierto margen de desarrollo y progreso dentro de la empresa.

Las microempresas no quedan excluidas de esta necesidad general de rejuvenecimiento. Si muchas de ellas no progresan o **fracasan, es porque no han sabido planificar a tiempo una renovación** de los directivos, desde los inferiores hasta los superiores.

Los directivos constituyen el soporte de la empresa y su gestión vehiculiza la política de la organización en el resto de los empleados, **de ahí la importancia de una correcta selección y formación de los mismos.**

2.4.23.1 Rejuvenecimiento de los directivos

No se puede desatar la necesidad de preparar a los jóvenes para asumir los puestos directivos en el momento oportuno.

La planificación de las necesidades de personal directivo a corto, medio y largo plazo, es el medio más eficaz de contar con un equipo a la medida de la empresa.

2.4.23.2 Función coordinadora de la gerencia

En las relaciones laborales, la dimensión más importante de esta función coordinadora del empresario, la calidad del trabajo de sus empleados, que consiste en formar, orientar, estimular y dirigir a sus hombres

La gerencia es responsable del buen funcionamiento del conjunto: toma las decisiones y fija los objetivos. Los efectos de la falta de planificación y organización repercuten en el plano económico y humano de toda empresa.

Planificar consiste en estudiar las necesidades, definir los objetivos y establecer los medios adecuados para conseguirlos a través de una acción eficaz, y ello constituye una de las tareas de los directivos.

2.4.23.3 Selección y permanencia de los directivos

Uno de los retos con que ha de enfrentarse el pequeño y mediano empresario en los tiempos actuales es el de la adecuada selección de personal.

El sistema de valores de un directivo es un factor fundamental para una buena integración con la cultura de la empresa.

Toda persona que presta sus servicios a una empresa a cambio de una compensación económica tiene un grado de responsabilidad, variable según el cargo que ocupe.

2.4.23.4 Responsabilidades en distintos niveles

Toda persona que presta sus servicios en una empresa a cambio de una remuneración tiene un grado de responsabilidad, que varía según la posición que ocupe. El empleado tendrá que hacer lo mejor posible su trabajo, pero no tendrá que ocuparse de lo que hagan sus compañeros.

El responsable de una sección está obligado a su perfecto ensamblaje con las demás secciones dentro de todo que es la empresa en su conjunto.

2.4.23.5 Necesidad de directivos en las PYMES

El empresario lleva a la absoluta necesidad de encontrar colaboradores eficaces que le permitan ocuparse únicamente de las realmente fundamentales.

También para las microempresas es fundamental la planificación de la renovación de los directivos.

El empresario tiene que planificar adecuadamente sus necesidades en este terreno a corto, medio y largo plazo.

* **Dirección de la oficina central.**

* **Ejecutivo.-** *Resumen* toma las oraciones más relevantes de cada sección de plan de negocio para proveerle al lector información básica y concisa de la empresa.

* **Historia de la empresa.-** deben describir el producto o servicio, a quien le va a vender, que establece las bases empezó la empresa, sus logros y fracaso.

* **Productos o servicios.-** Para que la empresa tenga éxito, deben conocer bien el producto o servicio que provee. Se debe describir la necesidad

del producto o servicio en el mercado. Debe explicarse el tipo de conocimiento o entrenamiento que se necesita para vender el producto o servicio y las regulaciones que afecta su venta o uso.

- * **Descripción y análisis del mercado.** contiene en tres áreas importantes: el perfil del cliente, el perfil de la industria y el perfil de la competencia.
- * **Investigación y desarrollo.-** el objetivo aquí es explicar todos los esfuerzos y realizaciones de investigación y desarrollo del pasado, presente y futuro
- * **Administración.-** debe hacer énfasis en las capacidades y profesionalismo de los administradores. Debe describir cómo trabajará conjuntamente el equipo administrativo
- * **Finanzas.-** Proveer la estructura presente y futura de salarios para los que actualmente trabajan en la empresa y para los que se contratarán en el futuro.

2.4.24 ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Las empresas, grandes o pequeñas, necesitan definir alguna forma de ordenamiento. Es necesario distribuir las tareas y responsabilidades entre los propietarios y empleados de la empresa.

Los micro o pequeños empresarios es común que el propietario esté a cargo de todas las empresas desempeñando todas las funciones Se encarga de producir, vender, cobrar, realizar la administración y manejar las finanzas. Una de las mayores dificultades que tienen los microempresarios en cuanto a su organización interna es la implementación de un sistema de gestión. Como tienen que encargarse de todas o la mayoría de las tareas, deben conocer cada aspecto y hacer las cosas con la mayor eficiencia posible. Pero tropiezan muchas veces con

la falta de capacitación y entrenamiento, que son factores claves para su negocio. Cuando se va a incorporar personal a la empresa, es necesario realizar una selección adecuada, para permitir el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Incorporar gente a la organización implica un esfuerzo y una inversión que se justifica en la medida que se traduzca en un crecimiento y prosperidad del negocio. Para ello es necesario contar con personal idóneo porque de lo contrario se traduce en un perjuicio económico. En este aspecto "no hay que improvisar". Es contraproducente tomar como empleados a parientes o amigos porque están desocupados, sin tener en cuenta las aptitudes específicas y los antecedentes laborales. En la mayoría de los casos esto termina costándole muy caro al empresario.

La capacitación y el entrenamiento juegan un rol fundamental para lograr el rendimiento óptimo en el desarrollo del trabajo. El adiestramiento debe ser algo permanente, tanto para los empleados como para los propietarios del negocio. Cuando se redacta el plan de negocios, es necesario prestar mucha atención al área de personal, porque el éxito de un emprendimiento depende en gran medida de la gente que participa en la organización.

2.4.24.1 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

La forma de organización que la empresa elige pasivos (deudas), sucesión (dentro del organigrama de la empresa) y en otras posibilidades financieras, de esta manera la selección de la forma organizacional de una empresa es de vital importancia para el funcionamiento efectivo las PYMES.

Las empresas pequeñas regularmente se dividen en dos categorías: los negocios familiares y las empresas promotoras. Los negocios familiares.

Los negocios familiares se interesan en las ganancias, pero solo en la medida que

exige los objetivos personales del dueño Es el crecimiento las ganancias lo que principalmente motiva a las empresas promotoras, este tipo de dueños busca que su empresa sea atractiva para los inversionistas y/o llegar a ser una gran empresa, las diferencias entre los negocios familiares y las promotoras se deben principalmente a que cada tipo de organización tiene objetivos distintos.

La selección de la forma de organización de una empresa se realiza de acuerdo con la necesidad de protegerse de las deudas, los requisitos de operación, necesidades financieras, las leyes y el impacto de los impuestos, las leyes y regulaciones tienen sobre las empresas se vuelve más complicado debido a la actual tendencia hacia la globalización con la cual las empresas se han visto obligadas a participar activamente en los mercados internacionales como compradores y suplidores de materias primas y de productos. Es por este motivo que el tipo de estructura organizacional facilita la entrada de la microempresas al mercado global, al mismo tiempo que la protege de las regulaciones internacionales.

La propiedad es la forma más antigua de organización de las PYMES. Muchas de las empresas pequeñas y medianas se inician como propiedad y sus estructuras organizacionales se vuelven más que complejas a medida que el negocio evoluciona. La propiedad es la forma organizacional con el método más sencillo y barato para iniciar, operar y terminar un negocio, es que está sujeta a pocas regulaciones, gubernamentales. La flexibilidad de la propiedad la vuelve la forma más apropiada para la formación de una nueva empresa con un solo dueño.

En la propiedad, una sola persona es quien opera la empresa y quien la posee El dueño es quien tiene derecho a todos los beneficios que la empresa provee. El propietario es quien recibe las ganancias de la empresa y quien asume las pérdidas riesgos y el pago de las deudas Una de las ventajas de esta clase de organización de empresas es que el propietario tiene autoridad total sobre las operaciones y actividades del negocio, no existen socios o dueños externos que intervengan en el proceso de toma de decisiones.

Desventajas una de ellas es la responsabilidad ilimitada que recae sobre el dueño, significa que los activos del propietario pueden ser tomados en pago por las deudas que el negocio adquiera. Otra desventaja es que el tener el dueño total autonomía en la toma de decisiones, no existe la diversidad de habilidades resultado del trabajo en equipo y que contribuyen al crecimiento de la empresa. El fallecimiento del dueño provoca la extinción legal de la empresa y los pasivos son repartidos de acuerdo con las leyes del Estado. La sociedad es una empresa que forman voluntariamente dos o más personas, ésta es reconocida legalmente, aunque no como una entidad legal. Las sociedades se forman rápida y fácilmente representando una de las formas de organizaciones más populares.

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none"> * Se crea a bajo costo, es fácil de iniciar, operar y terminar. * El trabajo en equipo permite combinar especialidades y habilidades de los socios. * Se comparte el poder financiero. 	<ul style="list-style-type: none"> * Responsabilidad ilimitada. * El control reside en más de una persona. * Tendencia a presentar conflictos por diferencia de intereses de socios. * Patrimonio compartido.

Cada socio tiene derecho al goce de los beneficios, es responsable por las deudas y/o pérdidas de la empresa y su participación en la toma de decisiones es muy importante De especial importancia es la responsabilidad que cada socio tiene sobre las actividades del resto de los miembros que forman la empresa.

Una de las ventajas que ofrece la sociedad es el capital común y la diversidad de habilidades a nivel gerencial. Más de una persona provee capital y bienes para solventar las deudas de la empresa. La responsabilidad conjunta ilimitada y el trabajo en equipo para el negocio son dos factores que facilitan a los socios contribuir de acuerdo con sus conocimientos y habilidades

El mayor riesgo relacionado con la sociedad se debe a que no existe protección para los socios en relación con las deudas y obligaciones que adquiera el negocio. Esta responsabilidad ilimitada significa que en este tipo de organizaciones se necesita hacer una cuidadosa elección de los socios por medio de un acuerdo que establezca la obligación que tiene cada socio de procurar y mantener la unión de la sociedad. La distribución de las ganancias entre los socios también llegar a ser un problema si el acuerdo no establece su reparto equitativo. Dentro de las sociedades existe una tendencia a que se presenten conflictos, esto se debe a que cada socio tiene una personalidad y objetivos diferentes.

Es muy importante que en las sociedades exista un acuerdo formal y pro escrito. En el acuerdo se especifican los derechos a los beneficios, responsabilidad por las pérdidas de la empresa por parte de los miembros de la sociedad y el procedimiento a seguir para la transferencia de intereses, en caso de que uno de los socios decida retirarse de la sociedad. Un acuerdo formal y por escrito reduce la posibilidad de que se presenten malos entendidos, facilita la comunicación dentro de la empresa y establece los pasos a seguir para lograr una disolución dentro de la empresa y establece los pasos a seguir para lograr una disolución ordenada en caso de ser necesaria.

2.4.24.2 SOCIEDAD LIMITADA

Tiene dos clases de sociedades: es la que está formada por lo menos de un socio mayoritario y otra es en la que participan uno o más socios minoritarios. El socio mayoritario dirige la empresa y es personalmente responsable por las obligaciones de la sociedad y a los socios minoritarios no se les permite intervenir en el manejo de la empresa y no tienen responsabilidad alguna por las deudas y obligaciones de la empresa.

La corporación está reconocida como una entidad legal, lo que significa que puede

ser demandada o embargada La corporación puede ser demandada por los accionistas quienes son los dueños de la corporación al momento que invierten en la empresa a cambio de acciones Aún así, esta es la forma de organización hacia la que tienden las PYMES a medida que crecen.

La corporación se forma por una o más personas quienes hacen solicitud ante la autoridad competente para obtener un permiso La principal ventaja de las corporaciones es la separación que existe entre las obligaciones de la empresa y las obligaciones de los dueños. Las acciones de una corporación pueden pasar de un dueño a otro sin que esto afecte las actividades de la empresa. Las corporaciones tienen buenos antecedentes, lo que se vuelve una obligación ya que están constantemente vigiladas por diferentes agencias gubernamentales. Sin embargo, las instituciones de financiamiento, como son los bancos, conscientes de la responsabilidad limitada por parte de los accionistas exigen a los dueños de las empresas pequeñas garantías a nivel personal.

Estos beneficios son deducibles de impuestos para la empresa y libres de impuestos para el empleado que los recibe. Esto presenta una gran ventaja en las relaciones obrero patronal para las empresas pequeñas que consideran incorporarse.

La posibilidad de que los impuestos se cobren dos veces es la mayor desventaja que representan la corporación es considerada como una entidad legal independiente de los dueños, es decir, que las ganancias que genere están sujetas a impuestos Otra desventaja de las corporaciones es que a medida que aumenta el número de accionistas, el fundador de la empresa va perdiendo el control de esta.

2.4.24.3 COMPAÑÍAS LIMITADAS

Las corporaciones S y las compañías con responsabilidad limitada son dos tipos de corporaciones. Las corporaciones S operan bajo el marco legal

correspondiente a los corporativos, aunque son tratados como socios sobre todo por el tipo de impuestos a que las sociedades se encuentran expuestas. Esto permite a los dueños de las empresas reducir las obligaciones de la empresa al no tener que pagar doble impuesto como lo hacen las corporaciones. Las corporaciones S no pueden tener más de 35 accionistas y no puede haber capital extranjero, las compañías con responsabilidad limitada representan una mejor alternativa para corporaciones y sociedades para las empresas pequeñas, están organizadas de manera similar a las corporaciones S para protegerse de los impuestos y diferentes obligaciones que pueda adquirir el negocio, las compañías con responsabilidad limitada se permite la inversión extranjera y no hay límite en el número de accionistas permitidos.

2.4.24.4 SELECCIÓN DE LA FORMA DE ORGANIZACIÓN

Para las empresas pequeñas se elige la forma de organización que depende de varios factores. Son imposibles todos los requisitos de las empresas pequeñas, es importante que el dueño tome la decisión después de comprender las diferentes ventajas y limitaciones de cada una de las categorías.

2.4.24.5 REQUISITOS Y COSTOS PARA LA ORGANIZACIÓN

Los costos iniciales aumentan conforme la empresa crece. La propiedad es menos costosa que una sociedad y ésta a su vez es menos costosa que la corporación.

2.4.24.6 RESPONSABILIDAD DE LOS DUEÑOS

Dentro de la propiedad y la sociedad no hay distinción entre la empresa y sus dueños. Esto significa que los dueños son personalmente responsables por todas las obligaciones que adquiera la empresa. En contraste en la sociedades limitadas y los tipos de corporación la responsabilidad de los accionistas es equivalente a la

cantidad invertida en el negocio, sin embargo, a muchos de los dueños de empresas pequeñas con estas formas de organización se les piden garantías personales para avalar obligaciones financieras.

La propiedad es recomendable para los negocios familiares, especialmente es su inicio (por ejemplo, para detallistas, tiendas de abarrotes y otros pequeños establecimientos comerciales) Para las empresas promotoras que planean crecer rápidamente o para aquellas que participan en el mercado mundial, este tipo de forma de organización puede traer severas desventajas.

La sociedad no es recomendada para los negocios con altas posibilidades se ve truncando porque el capital para el financiamiento se obtiene por medio de préstamos a nombre del negocio y de los socios. Debido a la falta de protección personal contra las diferentes obligaciones de la empresa, la sociedad no es apropiada para negocios que operan en ambientes legales de alto riesgo. Sin embargo muchos negocios están organizados en sociedades en las que cada socio aporta los conocimientos y habilidades necesarias para dirigir y operar la empresa.

En resumen dos de los puntos más importantes que deben considerarse al momento de elegir la forma de organización de una empresa pequeña son:

- La necesidad de capital a largo plazo
- La protección de los dueños sobre obligaciones que pueda adquirir el negocio.

La mayoría de las PYMES en el mundo adopta estas formas de organización ya sea dentro del sector formal o del informal. Resulta difícil para los dueños de pequeñas empresas obtener préstamos ya que las instituciones requieren de garantías personales por parte del dueño antes de autorizar el préstamo. Para las

empresas en crecimiento y que buscan proteger a sus accionistas de las obligaciones de la empresa existen varios tipos de organización que incluyen la responsabilidad limitada dentro de cada uno de los países que se analizaron.

2.4.25 EL PROCESO DE ORGANIZACIÓN

El proceso de organización, ya sea de la empresa como un todo de cada una de las partes consiste en:

- Dividir el trabajo que se ha de realizar en tareas individuales
- Definir las relaciones que se establecen entre las personas que deben cumplir con dichas tareas.

Las cuestiones más importantes que se presentan en este momento son las siguientes:

- ¿Cómo clasificar en grupos las actividades?
- ¿Qué gulas deben emplearse para asignar trabajos a los departamentos?
- ¿Qué secciones deben crearse?
- ¿Qué relaciones se deben establecer entre individuos?

2.4.26 DIFERENTES SIGNIFICADOS DE AUTORIDAD

2.4.26.1 Autoridad Legal

La autoridad está tomada en el sentido legal En el caso de empresas, se trata de cuestiones tales como quien está autorizado para representar a la compañía en sus relaciones externas, y quien basta que grado puede comprometer a la empresa. Por ejemplo, Los representantes legales de la sociedad pueden firmar contratos, cheques o cualquier otro medio de pago El órgano administrativo de

una sociedad puede adoptar una resolución para autorizar a uno o varios subordinados, a que tengan autoridad legal de firmar cheques sobre las cuentas bancarias de la compañía y luego proceder a la implantación.

El establecimiento de un sistema de comunicación abierto - tanto sea para impartir órdenes como para facilitar información, que asuma con inteligencia la importancia del valor de una interrelación dinámica y constructiva en todos los estamentos de la empresa, sólo redundará en la eficacia de ésta y en el buen entendimiento de todos sus componentes.

2.4.26.2 Autoridad técnica

La autoridad técnica está estrechamente ligada a la dirección, por lo que la gente se siente inclinada a aceptar y a actuar según el consejo de un experto reconocido en la materia. Es importante tener presente que la autoridad técnica tiene un carácter eminentemente individual, y no es algo que un directivo pueda asignar o conceder. Con respecto en materia determinada, es por ejemplo muy posible que un antiguo empleado tenga más autoridad técnica que el directivo que dirige la actividad.

Por todo lo expuesto, concluimos que se pueden facilitar los medios para que determinadas personas obtengan la formación o adiestramiento para ayudarles a desarrollar su autoridad técnica pero, como ya hemos visto, ésta no es delegable.

2.4.27

UN CICLO DE LOS SISTEMAS DE EMPRESA

Un negocio es un conjunto de problemas que se deben resolver.



La persona más cualificada es aquella que necesita el menos servicio posible de información para adoptar las mejores decisiones



La información es la medida del valor de un mensaje para una persona que ha de tomar decisiones



Un sistema de empresa es una lógica configuración de los elementos de importancia en un área seleccionada de problemas

Cuando en una organización se cree un entorno que permita que todos los directivos se transformen en líderes, tendremos una empresa auto dirigida y autor renovada.

Como vemos, existe una retroalimentación dentro de la empresa. Siempre observaremos que, en el momento en que llegamos a resultados, estos vuelven a integrarse en los problemas que debemos resolver.

2.4.27.1 LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

La palabra comunicación deriva del latín communis, común. Cuando nosotros comunicamos, estamos tratandode establecer algo en común con alguien, es decir, intentamos compartir una información, una idea, una actitud. El lenguaje que es el medio principal de comunicación, en sentido más amplio, comunicación es la interrelación a través de las palabras, cartas o medios similares de expresión de pensamientos y opiniones, concluimos que también es información.

El problema es de muy diferente solución según se trate de una gran empresa o de un pequeño negocio. Para el pequeño empresario la situación cambia ya que, dado su contacto directo con los subordinados, es el principal encargado de mantener esos canales en un adecuado funcionamiento.

2.4.27.1.1 Relaciones de mando y subordinación

La gerencia tiene la responsabilidad suprema del buen funcionamiento del conjunto: dirige, coordina y armoniza la actividad de todos los departamentos de la empresa, toma las decisiones y fija los objetivos.

Según el tamaño de la empresa - nos referimos al número de empleados. En las más pequeñas empresas, las formadas por un solo empleado o por un número

muy reducido de ellos, el propietario asume todas las responsabilidades, y la función de mando es más sencilla, al ejercerse directamente y sobre muy pocas personas. En cambio, cuando el número es mayor, mandar y obedecer no son tareas fáciles, sino que exigen un extraordinario equilibrio para que no surjan conflictos que perjudiquen la buena marcha de la organización y en la productividad.

La actitud y el rendimiento del subordinado se perfeccionarán en la medida en que halle comprensión y diligencia en los mandos.

2.4.27.1.2 Significado de la Comunicación

La comunicación significa intercambio de información de parecerse, de opiniones, de directrices, de sugerencias entre el director y los distintos medios del grupo que constituyen la empresa, incluso entre esta y otras empresas, personas y entidades ajenas a la misma, con las cuales se relaciona

Comunicar no sólo supone transmitir una orden sino también adquirir la seguridad de que aquella ha sido comprendida en su auténtico significado y motivación.

La comunicación implica comprensión, ya que nadie puede comunicarse con otra persona sin ser entendido.

Una buena comunicación evita suspicacias y facilita la toma de decisiones de la dirección.

2.4.27.1.3 Ventajas de la comunicación

La comunicación incrementa el rendimiento de los empleados, Las circunstancias de nuestra época hacen cada vez más necesario el trabajo en

equipo y que todas las personas que forman parte de la empresa estén perfectamente compenetradas e informadas. El Director es el representante de la empresa, pero, a la vez, también es un miembro del grupo de personas que la integran.

Deben tener siempre presente que sus funciones incluyen et trato con las demás personas, las cuales tienen sentimientos y emociones y que, al ser comprendidas, interpretadas y bien dirigidas, mejorarán su actitud y rendimiento en el trabajo.

La comunicación ayuda al director a conocer los distintos condicionamientos de la empresa. El jefe debe conocer las distintas condiciones que puedan influir en el mayor o menor rendimiento de la empresa en todos los niveles, lo cual resultaría imposible sin una adecuada comunicación.

El directivo de la microempresas tiene la ventaja de que su contacto con el personal es directo e inmediato.

2.4.28 BASES PARA CREAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN

El empresario debe crear los canales de comunicación de su negocio, teniendo en cuenta determinados criterios, para la pequeña empresa, pueden generalizarse en algunas reglas como son:

Saber Escuchar. La atención prestada por el empresario le permite conocer datos y hechos fundamentales, para lograr una mejor comprensión del problema, da al empleado la sensación de que participa en la solución del asunto, lo cual incrementa su interés por la tarea que ha de realizar.- deben escucharse no sólo las quejas, sino también las ideas y sugerencias.

Informar permanentemente al personal. El personal debe estar enterado de cuantos asuntos le afecten. Es importante dar a conocer el motivo de las citadas reformas.

El director estimulará la comunicación ascendente de toda la empresa para que los empleados deban sentirse libres para tratar los problemas con los supervisores, las tareas depende, en gran parte, de una continua comunicación ascendente, descendente y horizontal.

Cuando ha de adoptarse una decisión que afecta a la persona, debe facilitarse a los interesados la oportunidad de participar en las discusiones previas, para que expongan sus criterios y opiniones, se conseguirá que los empleados apoyen voluntariamente la opinión de la mayoría con más firmeza.

Crear un clima de confianza y buena voluntad. La comunicación eficaz surge cuando se consigue un clima de confianza. Al informar verazmente y cumplir con sus promesas, el empresario consigue una reputación de seriedad capaz de inspirar confianza a su personal.

Es importante el respeto del orden jerárquico en todos los estamentos para preservar la disciplina interna y el adecuado funcionamiento de la comunicación.

Las comunicaciones impersonales. Pueden ser escritas visuales o verbales.- la comunicaciones escritas incluyen los anuncios sobre cambios de procedimientos. Las visuales comprenden películas cinematográficas, carteles, cuadros estadísticos. Las verbales, por último, pueden consistir en la transmisión de discursos o mensajes mediante grabaciones, altavoces.

Otros métodos de comunicación. En algunas empresas se realizan de modo regular reuniones en las que los altos ejecutivos transmiten información a todo el personal.

Comunicación con el exterior. La comunicación con los terceros interesados es tan importante como la interna, ya que, para mantenerse en un mercado competitivo, la empresa ha de sostener una comunicación efectiva con clientes, comunidades, proveedores y otros grupos externos a la misma.

Comunicación con los clientes. La finalidad de la comunicación con los clientes consiste en enterarse de sus necesidades por ellos mismos y, después, explicarles como pueden satisfacer esas necesidades con los productos y servicios de la empresa. Esta comunicación puede ser muy rentable para el pequeño empresario.

Comunicación con el entorno social. No debe olvidarse que todos los miembros de la comunidad en que se desenvuelve la empresa son otros tantos clientes potenciales, la comunicación reciproca es imprescindible en cualquier programa de relaciones comunitarias

No debe confundirse la publicidad con la comunicación, la primera consiste en informar al público sobre la empresa, pero centrandó esa información en la promoción de ventas, la comunicación pretende ganar amigos.

Para conocer la opinión de la comunidad los directivos de la empresa pueden servirse de diversos medios, como pueden ser la asistencia de sus representantes a reuniones y conferencias de interés general, la escucha de las emisoras de radio locales, la lectura habitual de diarios

La empresa ha de darse a conocer en el seno de la comunidad, lo que se puede conseguir facilitando informes a los diarios, emisoras de radio Otras posibilidades son asistir a las reuniones y conferencias, o colaborar con las campañas a favor de objetivos de interés público En general, la empresa debe aprovechar cualquier medio que fomente las relaciones públicas con el entorno social.

Comunicación con los proveedores y otros grupos externos. La comunicación reciproca tiene su fundamento en los intereses comunes, la comunidad con la empresa también es conveniente para ellos, ya que, en la práctica, ésta comunicación sólo puede ser eficaz cuando todo el mundo se beneficia de ella.

El comerciante o empresario debe manifestar sus objetivos en relación con los intereses de la persona o el grupo sobre el cual pretende ejercer influencia.

En todo proceso de reestructuración, los ganadores son aquellos que saben a la vez reducir sus costos y fidelidad a sus clientes.

Los informes y las reuniones potencian el mensaje y anulan las interferencias.

2.4.29 CÓMO SERVIRSE DE LAS BUENAS IDEAS

Todo el mundo tiene ciertas ideas sobre sus propias tareas y responsabilidades. En una fábrica, a las ideas pueden referirse a métodos de producción, a la utilización de herramientas, a la programación de trabajo, a la preparación de los equipos y de las maquinarias, al control de calidad, a las compras o al mantenimiento. Prácticamente, en cualquier tipo de empresa, las ideas personales se refieren a las ventas y a la promoción, a la atención al cliente, a la simplificación de sistemas y procedimientos o al control de costos.

No todas estas ideas son buenas, ni siquiera viables, pero, incluso si son positivas, necesitan ser elaboradas y adaptadas antes de que puedan ser aprovechadas, los empresarios que logran mayor éxito son aquellos que saben utilizar mejor a las personas, estimular el desarrollo de sus procesos mentales y explotar sus experiencias y su imaginación Este tema se divide en dos partes:

- * La primera, dirigida al empresario, está destinada a enseñarle cómo puede aprovechar mejor las ideas que llevan al progreso y producen utilidades.
- * La segunda destinada a los empleados, obedece al propósito de indicarles cómo pueden hacer llegar sus ideas a las instancias superiores.

2.4.30 SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN

Según Blanco de Tella:

"El control es una función complementaria de la programación que permite conocer los resultados obtenidos, valorados en atención a las previsiones contenidas en el programa y adoptar las medidas necesarias de rectificación y ajuste".

El control sirve para facilitar el ejercicio de las restantes funciones de la dirección, hasta tal punto que puede afirmarse que toda empresa constituye, básicamente, un sistema de control. En las empresas con un personal reducido, el control de la actividad cotidiana es ejercicio directamente por el empresario, cuando el número de empleados aumenta, debe realizarse esta función a través de los mandos o supervisores, los cuales, a su vez, serán controlados por el ejecutivo.

La recompensa y el buen uso de las relaciones humanas

La comunicación interna orientada a la supervisión, al ejercerse entre personas, es, fundamentalmente, un problema de entendimiento mutuo, de relación. La comunicación interna debe ser permanente, ya que produce en el personal una sensación de participación en la empresa y, al mismo tiempo, incrementa su sentido de dignidad personal.

Es responsabilidad del jefe del departamento buscar una vía de comunicación con el empleado problemático, con vistas a determinar las causas reales de ese comportamiento, falta de adecuación al puesto de trabajo dificultades personales, etc. Una conversación franca y abierta es suficiente en la mayoría de las cosas, para resolver estos conflictos.

Aprender a dialogar con los demás implica para el ejecutivo atraer afectos y actitudes positivas, así como recabar apoyo fundamental para la consecución de los objetivos propuestos.

2.4.31 ORGANIZACIÓN FORMAL

Esta misma puede haberse producido de forma espontánea por la existencia de algunas necesidades específicas, o puede ser el resultado de la aplicación consciente de principios reconocidos para una situación dada.

En las empresas de pequeñas dimensiones, con pocos directivos, puede no ser necesario formalizar la estructura de la organización.

Según DENIS GABOR FÍSICO, lo que entorpece el entendimiento de la coyuntura económica es la contradicción que se ha desarrollado entre economía privada y economía estatal. El individuo, o la empresa individual, no pueden malgastar su dinero; pero el Estado si puede hacerlo.

2.4.32 ORGANIGRAMAS

Los organigramas es el de presentar áreas de responsabilidad claras y, eventualmente, niveles jerárquicos, los manuales tienen por objeto indicar por escrito a cada jefe lo que se espera de él en materia de funciones, tareas, autoridad, comunicaciones e interrelaciones dentro y fuera de la empresa.

2.4.34 CIRCUITOS ADMINISTRATIVOS

Es el manual de organización que indica puntualmente qué actividades desarrolla cada uno de los componentes de la misma. Circuitos no son más que aquellos canales de comunicación por donde fluye la información.

El objetivo final es la elaboración de un gráfico que refleje el flujo de la información y un manual que describa cómo deben cumplirse cada una de las etapas que componen la tarea analizada.

El producto acabado toma el nombre de diagrama de proceso o curso grama, que, en definitiva, es la representación gráfica de un circuito mediante la utilización de símbolos convencionales.

2.4.35 EL ASESORAMIENTO EXTERNO

¿Para qué se necesita el asesoramiento externo? Para tomar las decisiones pertinentes.

Una de las tareas fundamentales del empresario eficaz es organizar adecuadamente los recursos materiales y humanos de que dispone, haciendo que cada persona cumpla una función determinada.

El pequeño empresario deberá instrumentar los cauces precisos que le asesoren sobre lo que realmente necesita saber. ¿Cómo se organizará ese proceso de asesoramiento externo? ¿Qué tratamiento hay que dar a la información recibida?

La adopción de uno u otro sistema de asesoramiento dependerá fundamentalmente del tipo y dimensión de la empresa.

Las publicaciones técnicas y económicas proporcionan una información que un empresario no puede pasar por alto. Los ratos libres son un momento adecuado para hojear revistas y periódicos que puedan aportar noticias interesantes y actuales.

El servicio de información interno se complementa con el asesoramiento externo, que suele tener una visión más global y más orientada a la competencia, en respuesta a la necesidad de conservar los clientes.

Un adecuado asesoramiento es indispensable, por ejemplo, para una eficaz planificación sucesoria.

Son las empresas de auditoría, los consultores de las corporaciones profesionales, asesores contables, fiscales, jurídicos, etcétera. Pero, para la pequeña empresa,

en sus laboriosos procesos de consolidación y expansión, la problemática del asesoramiento puede consumir un serio reto no previsto en el momento de su constitución.

Para la toma de decisiones es necesario mantener un constante y fluido sistema de comunicaciones con el entorno de la sociedad y las fuentes específicas de información empresarial.

Una información elaborada de modo deficiente en el seno de la gran empresa puede quedar diluida entre el resto de los datos recogidos, ya que el análisis realizado por una persona o un departamento puede poner de relieve el error cometido. En cambio, la pequeña y mediana empresa, que tiene menos soportes técnicos, no puede tolerar un tratamiento erróneo de la información que recibe. Sus consecuencias pueden ser muy serias, hasta el punto de que el fracaso de muchas empresas se origina, en parte, por un uso inadecuado del asesoramiento recibido o por la inexistencia total de información.

2.4.35.1 Entre el éxito y el fracaso

Las causas que conducen al desenvolvimiento perfecto o al fracaso de una empresa. No se puede montar un negocio sin una base apropiada

Un enfoque objetivo de los problemas de una empresa puede obtenerse mediante la intervención de un agente asesor externo. Analizando los motivos que generan el éxito de las pequeñas empresas, vemos que sus rectores han demostrado tener en el momento oportuno un conocimiento adecuado de la situación, entereza ante las dificultades, imaginación y eficacia.

Estas posibles causas del fracaso empresarial dejan de existir si el empresario dispone del asesoramiento adecuado. Las fuentes de asesoramiento externo sólo

pueden inducirnos a error una evidente falacia; como también lo es negarse a aceptar que la empresa es una parte de la sociedad y que su desarrollo afecta a toda la comunidad.

El asesoramiento externo no debe considerarse como una intromisión en los asuntos de la empresa, sino como una fuente de conocimiento.

Los conocimientos internos deben ampliarse con un asesoramiento en el exterior.

2.4.36 NECESIDADES DE INFORMACION

Es fundamental que el empresario esté correctamente informado de todo cuanto sucede a su alrededor. Cada empresa necesitará contar con una información concreta e individualizar. Es cierto que se producirán una serie de hechos que pueden afectar, en mayor o menor medida, a toda la comunidad empresarial.

El pequeño empresario debe tratar de conseguir toda la información necesaria, en la forma más sencilla posible. Todo el asesoramiento adicional que no sea adecuado supondrá un costo innecesario de tiempo y dinero.

La evolución de los mercados de valores puede ser un elemento imprescindible para la empresa. Ellos nos indican las tendencias, no sólo del mercado, sino de la economía en general

2.4.36.1 Evaluación de la información

En esta fase la evaluación, el pequeño empresario necesita siempre un asesoramiento eficaz.

- El empresario no consigue toda la información precisa y gran parte de la

que obtiene no es lo suficientemente fiable. El rumor, la opinión de un amigo o el consejo interesado de un fabricante no se verifican suficientemente y sobre su base se tomarán decisiones equivocadas

- La evaluación de la información obtenida es deficiente por no habersele concedido todo el tiempo necesario, pues el empresario se ha dejado guiar por una primera impresión subjetiva. Es aquí donde la atención del profesional se hace imprescindible.

2.4.36.2 Toma de decisiones

Cuáles deben ser y en qué momento serán adoptadas es la cúspide del proceso de toma de datos. Sin una base eficaz, las decisiones serán erróneas. La práctica en el caso de la pequeña empresa, la decisión debe tomarla una sola persona su propietario o director. Cuanto mejor sea el asesoramiento de que disponga esa única persona, las posibilidades de error serán menores. Y no podemos olvidar que estamos en una fase decisiva para la futura marcha de la empresa: de la decisión que se tome dependerá su estabilidad.

El riesgo es factor definitorio de la empresa, y todo dispuesto a asumir sus riesgos Pero esto no quiere decir que su carrera esté llena de sobresaltos y tu caminar bordee continuamente al precipicio del fracaso. Seguramente tomará las medidas precisas para evitar el mayor número posible de dificultades. La toma de decisiones se convierte en un mecanismo habitual, casi automático y que actúa día en el empresario. La experiencia del empresario en su propio negocio, unida a la del sector sobre cuestiones similares, propiciará la decisión más adecuada.

El requerimiento de los servicios de un asesor conlleva la disposición a aceptar y llevar a la práctica sus recomendaciones; de lo contrario, es inútil gastar tiempo y

dinero. Sin embargo, existen ocasiones en las que no es necesaria su contratación, por ejemplo, cuando el conflicto surgido revela nítidamente las causas que lo han provocado.

2.4.36.3 Optimización de Soluciones

Adoptar la solución idónea para cada problema no es un acto de inspiración, sino el fruto de un proceso bien pensado. Para la solución de los problemas, el primer paso consiste en acercarse a él, comprender porque y cuando se produce. A menudo quien está más cerca de un problema, es quien está más capacitado para apuntar con una solución, pero no para aplicarla.

2.4.37 NECESIDAD DE ASESORAMIENTO

El pequeño empresario debe buscar esa ayuda eficaz que únicamente puede proporcionar un equipo de personas perfectamente preparadas en ciertos temas específicos.

Asesores. La actuación del asesor suele ser decisiva aún cuando el empresario se reserve la última palabra. Desde las grandes multinacionales hasta los bufetes de un solo profesional, existe un amplio abanico de asesores potenciales a los que acudir. La consulta al asesor fiscal en beneficio del contribuyente y del Estado.

Por pequeño que sea el negocio, la asesoría jurídica externa permite soslayar determinados problemas y optimizar recursos. Es muy difícil que el empresario tenga un conocimiento preciso de las leyes vigentes, lo que es necesario para la gestión correcta de una sociedad.

2.4.38 LA PRODUCCIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

La constante del mundo moderno, es realizar las cosas de la mejor manera que nos permitan ser eficientes y competitivos, buscando mejorar sus condiciones de vida, bajo el principio de mercado productivo justo, para sus clientes, proveedores, empleados y accionistas.

Dentro de este esquema de globalización y de mercados justos entre países desarrollados y los mas llamados subdesarrollados, debe primar para un "beneficio mutuo" entre las partes.

Jamás un solo productor, por más eficiente y competitivo que sea. Podrá mejorar sus condiciones de vida, sino todos los gestores, tanto públicos y privados. La pregunta de reflexión que hacemos nosotros, los que estamos vinculados al sector productivo de manera directa, podemos decir, qué persona o qué empresa puede ser competitivo cuando tenemos una enorme carga de impuestos para sostener a un estado improductivo y el obtener dinero para mover el aparato productivo a través de una banca ineficiente que cobra interés de usura, bajo la venia del poder público.

De lo descrito, si nosotros como entes y gestores del aparato productivo de nuestro país, no empezamos a tomar las riendas de nuestro destino, jamás podremos ser eficientes y competitivos, cuando tenemos leyes impuestas y políticos de turno que lo único que buscan es destruir y obstaculizar la generación de empleo, riqueza y bienestar para todos.

Objetivos

- Coordinar acciones conjuntas en procura de lograr desarrollar e implementar proyectos específicos en beneficio del sector PYMES
- Implementar técnicas y mecanismos que permitan al sector industrial para mejorar la eficiencia de sus servicios con orientación a captar mejores mercados.

2.4.39 REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA

Con los objetivos propuestos, se ha desarrollado un nuevo esquema administrativo y operativo, bajo el principio de "beneficio mutuo" y bajo la premisa

de "a cada quien según su esfuerzo", por ello motiva a todos los involucrados directa o indirectamente a ser gestores de nuestro propio destino, cada quien somos responsables de todo cuanto hagamos o dejemos de hacer en beneficio de la colectividad en la cual vivimos

Nunca se puede esperar que el Estado, a través de su poder, integrado por políticos de turno piensen y actúen como nosotros, los que estamos en el sector productivo, los que sabemos el sufrimiento diario que debemos pasar para que nuestras empresas tengan el sustento financiero para poder sobrevivir, progresar y mejorar las condiciones de vida, nuestras y de todos quienes viven alrededor de cada una de las actividades productivas, por más pequeña o grandes que sean.

A través de la nueva estructura administrativa y operativa, impulsa a nuevos líderes, que orienten y administren el poder del Estado, no en beneficio de la clase político que mucho daño le ha hecho a nuestro país y por ende a nosotros como productores primarios.

Si queremos que el ALCA y la globalización, no afecte nuestras actividades productivas de otros países, hemos tomado como reto potenciar al gremio al cual representamos, para unir esfuerzos conjuntos y preparar un camino que abra nuevas y mejores oportunidades, que nos permita generar riqueza y bienestar para todos

Frente al Tratado de Libre Comercio, que se nos viene encima, a muy poco tiempo y debemos esperar que hagan algo, *debemos ser nosotros quienes forjamos nuestro futuro*, sobre bases conjuntas con objetivos simples, claros y realizables.

Soñar no cuesta nada, pero debemos ser visionarios, no contemplar nuestros inmediatos alrededores, por el mercado de EEUU no es el mejor debemos proyectamos como una región que le dice al mundo, mire, ésta es nuestra capacidad instalada por sector y si podemos hacer el producto que ustedes

necesitan; por esta razón se invita a todos a pensar en grande y a mirar bien lejos, empecemos a realizar algunos acercamientos con nuestros similares de Nariño (Colombia), Manaus, (Brasil), Sydney (Australia) y con Tailandia (Asia) en busca de socios estratégicos, para ello debemos cuadrar ideales y objetivos en una sola propuesta de trabajo conjunto, como región.

Por el progreso, riqueza y bienestar de todos.

2.4.40 LA TECNOLOGÍA EN LAS PYMES

La tecnología es parte vital de cualquier empresa, sea ésta pequeña, mediana o grande. ¿Qué es la tecnología? , se divide en dos partes:

1. Estudio de los medios, de las técnicas y de los procesos empleados en las diferentes ramas de la industria.
- 2 Conjunto de estos procesos.

Esta definición, no encontramos en ella referencia alguna a las computadoras, fax o telefonía celular, generalmente estos objetos están asociados con la tecnología.

La tecnología estudia también las técnicas y procesos empleados por estos medios.

Cada día que pasa, la tecnología va poniendo más y más énfasis en la parte humana Las técnicas y procesos tienen lógicamente intervención humana. Quién desarrolla los programas que son el cerebro de la computadora? El humano

¿Quién genera información y conocimiento de los (datos arrojados por la computadora)?. El humano, esto es parte de la tecnología.

La tecnología incluye el conocimiento apropiado para manejar dicha computadora y mejor aún, saber cómo interpretar los resultados, información y conocimiento que dicho equipo de cómputo va a arrojar. La tecnología es como una herramienta que nos ayudará a transformar datos en productos o, productos que nos ayudarán a alcanzar un propósito o una meta.

2.4.40.1 LA TECNOLOGÍA

Es como una herramienta que nos ayudará a transformar datos en productos que nos auxiliarán a alcanzar un propósito o una meta.

El solo hecho de poseer tecnología, no asegura el éxito de una empresa, y el no tenerla implicaría un seguro fracaso. ¿.Qué empresa podría sobrevivir hoy en día sin una computadora?

La tecnología puede dividirse en varias áreas, consideraremos principalmente la tecnología de información.

2.4.40.2 LA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN

La tecnología de información cubre cualquier tipo de tecnología como son:

2.4.40.2.1 Hardware.

El equipo que hace el trabajo físico de capturar, procesar, guardar y desplegar la información por ejemplo las computadoras, disco duro, disco compacto, monitores, impresores, etc.

2.4.40.2.2 Software.

Son instrucciones o algoritmos específicos que controlan la operación del hardware, por ejemplo los sistemas operativos como el Windows, y paquetes productivos como el Word y Excel, que ejecutan acciones predefinidas.

Intervención humana. Hace que este sistema de cómputo rinda y brinde los más altos beneficios posibles la misma que se divide en dos partes:

- La parte humana encargada de la programación y mantenimiento del sistema.
- La parte humana encargada de leer, analizar y tomar decisiones acerca de la información generada por dicho sistema

Con el avance de la tecnología ha ido evolucionando día a día las computadoras como son:

1. Computadoras personales
2. Mini computadoras.
3. Mainframes
4. Supercomputadoras.

Estas categorías están basadas principalmente en la capacidad de almacenamiento de las computadoras así como en su capacidad de procesamiento Las dos últimas categorías de mainframes supercomputadoras son utilizadas principalmente por compañías grandes.

Las microcomputadoras y minicomputadoras son utilizadas ampliamente en las PYMES.

Las microcomputadoras llamadas también computadoras personales, son las computadoras más económicas y con menor capacidad

Las microcomputadoras son el tipo de computadoras más utilizadas en las PYMES, debido a su alto rendimiento y rentabilidad

Las minicomputadoras son computadoras con más capacidad y, lógicamente de precio más elevado, que las microcomputadoras. La diferencia principal se encuentra en el tamaño o capacidad de almacenamiento y de procesamiento de las máquinas.

Las minicomputadoras son utilizadas principalmente como servidoras de datos la cual es acezada por terminales sin capacidad de procesamiento, que cuentan únicamente con un monitor y un teclado. En los últimos años este esquema ha ido desapareciendo, puesto que estas terminales sin capacidad de procesamiento están siendo reemplazadas por las microcomputadoras

2.4.40.3 LA TECNOLOGÍA EN LA OFICINA

Para que una empresa pueda ser productiva, necesita contar con personal productivo, a su vez la productividad puede ser aumentada con el uso de algunas herramientas que la tecnología nos ha proveído, como son las computadoras, fax, copiadoras, teléfonos celulares, etc.

La computadora es como una de las herramientas primordiales para el aumento de la productividad.

2.4.41 DATOS, INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO

2.4.41.1 Datos.

Es utilizado para determinar los caracteres "letras y números en general" que son introducidos en la computadora por un capturista o usuario final.

2.4.41.2 Información.

Una vez que los datos son arreglados y sorteados en un formato y puede ser leído y entendido por el humano, los datos pasan a ser considerados información.

2.4.41.3 Conocimiento.

El conocimiento sería el aprender, o poder generar predicciones a partir de la información generada por un sistema.

En la actualidad, existen muchas empresas que están implementados sistemas que se utilizan para la generación de conocimiento a partir de datos que están almacenados en bases de datos masivas

Lo impresionante de estos sistemas no es su capacidad de almacenar tantos datos, sino su capacidad para generar información y conocimiento. La mayoría de las microempresas no posee el capital para hacer una inversión para la explotación de datos, sin embargo, existen ya compañías que se dedican a la recopilación y explotación de datos para la venta

2.4.42 LA TECNOLOGÍA EN LOS RECURSOS HUMANOS

En nuestros días, las PYMES no pueden mantenerse al margen de la adopción de la tecnología y sobrevivir la competencia en este entorno globalizado Como la pequeña y mediana empresa recluta, selecciona, orienta, entrena y evalúa a su personal, y en particular al personal encargado de la tecnología, debe reflejar el papel que la tecnología está jugando en moldear nuestra cultura administrativa hacia una adopción creciente de la misma, sin embargo, el nuevo y moderno estilo latinoamericano se está centrando alrededor de un equipo de liderazgo

que posee visiones, toma decisiones, delega apropiadamente y entrena a sus empleados para desarrollarlos ampliamente.

Los procesos de reclutamiento, selección, orientación, entrenamiento y evaluación de los empleados, deben considerar las metas de la empresa y del empleado para así poder encontrar una relación entre ambos, por lo que la empresa moderna busca prospectos con el conocimiento tecnológico adecuado y selecciona a aquellos cuyas aspiraciones personales coinciden con las metas de la empresa. Una vez en la empresa los nuevos empleados deben ser capacitados para realizar sus labores propias como empleados y además ser intensamente capacitados en el uso adecuado de la tecnología como una herramienta indispensable que le ayudará a ser más eficiente en su trabajo.

2.4.43 COSTO / BENEFICIO EN LA TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN

Existen cuatro opciones que las PYMES pueden utilizar para la adopción de la tecnología de información.

La primera opción, sería simplemente ignorar la tecnología, sería dejar a la empresa fuera completamente de un esquema de competencia global, nacional y quizá hasta regional, dependiendo de la competencia.

La segunda sería el uso de consultores externos, debido al poco conocimiento interno sobre tecnología, para la implementación, e incluso la evaluación puede ser eficiente a nivel costo si las decisiones tecnológicas son pocas, pero la empresa no dejará de depender de externos, sobre todo para las decisiones de adquisición e implementación de tecnologías adecuadas para el tamaño y necesidades de la empresa.

La tercera opción es contratar un especialista en tecnología que se encargue de la implementación, capacitación y evaluación de la misma, permite a la empresa evaluar, internamente, sus necesidades específicas para implementar la tecnología adecuada.

La cuarta sería la de capacitar a la mayoría de los empleados en el uso de la tecnología. Esta capacitación debe incluir también a los administradores para que ellos mismos puedan liderar y tomar decisiones acerca de la misma, sería riesgoso al tener que depender de la decisión de un solo individuo que podría determinar el camino de la empresa hacia un éxito total o, a un fracaso rotundo.

La tecnología no llene forzosamente que ser un componente grande dentro de la empresa A final de cuentas cada empresa es la encargada de decidir, basada en sus análisis de costo, beneficio, la implementación de la tecnología en su organización

2.4.44 GLOBALIZACIÓN

La globalización es un término que comienza a ponerse de moda en la década de los ochenta cuando se rempazan los conceptos de transnacionalización o internacionalización., ya que aquél describía mejor el proceso de la interacción humana más allá de las fronteras de los países.

Según, Giddens afirma que:

Globalización puede ser entonces definida como la intensificación de las relaciones sociales mundiales, las cuales ligan localidades distantes, de tal manera que los sucesos locales están condicionados por eventos que ocurren a muchas millas de distancia y viceversa. (pág. 215)

La teoría del comercio internacional nos dice que, el libre comercio beneficia a los países que lo practican ya que aumenta el bienestar de éstos, y a largo plazo tienden a igualarse los precios de los factores de producción, en consecuencia los precios esto provocará mercados transparentes que aumentaran al beneficio social

Hoy en día existen tres grandes mercados integrados o tres bloques de integración comercial: como son América, Europa y Asia.

Pocas compañías tienen la capacidad económica para hacerle, por lo que está observándose una serie de alianzas de las grandes compañías multinacionales con grandes compañías locales para aprovechar las ventajas competitivas dentro de los bloques comerciales.

Las relaciones económicas globales están conformando un mercado global oligopolista, la tendencia de las grandes compañías al consolidar sus mercados es enfocarse en actividades de servicio.

La estrategia fundamental generalmente utilizada, consiste en que la empresa matriz provee la tecnología a sus afiliados y consigue los recursos de producción donde se encuentren más baratos,

2.4.44.1 La empresa ante la globalización

El proceso de globalización parece irreversible, siempre y cuando los interesados en mantener este esquema lo decidan y los mercados financieros no se colapsen

La empresa se desenvuelve en dos áreas básicas:

Su ambiente interno

El contexto externo.

En relación con su ambiente interno, la organización de sus recursos y su capacidad empresarial condiciona su desempeño generando ciertas fuerzas y debilidades que determinan su proceso de planeación a largo plazo.

Las variables internas son manejables y pueden adaptarse a las condiciones de mercado, por el contrario las variables externas condicionan también su actuación, pero no son controladas por las empresas.

Lo anterior significa que cambia la relación de fuerzas, y por tanto, cambia el concepto de equilibrio entre dos ambientes,

2.4.45 FUNDAMENTOS

2.4.45.1 FUNDAMENTOS PSICOLÓGICOS

La psicología en la actualidad es considerada como el estudio científico de los fenómenos mentales y psíquicos del individuo.

Es necesario considerar en la presente investigación el estudio de los fundamentos psicológicos, ya que tienen validez científica, debido a que cada vez se van realizando estudios que cambien la perspectiva de la educación.

Para VILLARROEL, Jorge (1995) .La ciencia psicológica es uno de los pilares de la didáctica, sobre todo, porque muchos de sus descubrimientos han influido, de manera concluyente, en los cambios educativos. En efecto, bien podríamos afirmar que las investigaciones psicológicas han tenido un mayor desarrollo que los estudios pedagógicos y sociológicos. Tanto en la comprensión de la psiquis infantil y juvenil, con el trascendental campo del aprendizaje, la comunidad científica ha aportado, en los últimos 20 años, más descubrimientos que lo que cualquier otra ciencia educativa haya logrado durante el último siglo. (pág. 114)

2.4.45.2 Teoría Cognoscitiva

El modelo cognoscitivo o cognitivo explica el aprendizaje en función de las experiencias, información, impresiones, actitudes e ideas de una persona y de la

forma como ésta las integra, organiza y reorganiza. Es decir, el aprendizaje es un cambio permanente de los conocimientos o de la comprensión debido tanto a la reorganización de experiencias pasadas cuanto a la información nueva que se va adquiriendo. Cuando una persona aprende, sus esquemas mentales, sus reacciones emotivas y motoras entran en juego para captar un conocimiento, procesado y asimilarlo. El conocimiento no es una mera copia figurativa de lo real, es una elaboración subjetiva que desemboca en la adquisición de representaciones mentales.

Pérez Gómez dice: El aprendizaje provoca la modificación y transformación de las estructuras que al mismo tiempo, una vez modificadas, permiten la realización de nuevos aprendizajes de mayor riqueza y complejidad. La génesis mental puede representarse como movimiento dialéctico de evolución en espiral. En el centro de este proceso se encuentra la actividad.

El estudiante en la teoría cognoscitiva es considerado como un agente activo de su propio aprendizaje, es quien construye nuevos aprendizajes, no es el profesor quien proporciona aprendizajes.

Construir aprendizajes significa, en palabras de Coll: "Modificar, diversificar y coordinar esquemas de conocimiento, estableciendo, de este modo, redes de significado que enriquecen el conocimiento del mundo físico y social y potencian el crecimiento personal".

El proceso enseñanza-aprendizaje está centrado, sobre todo, en el aprendizaje de los estudiantes. Para estas teorías, diferentes factores juegan un papel esencial en el proceso enseñanza-aprendizaje: los conocimientos previos que trae el estudiante, la actividad mental, procedimental y actitudinal del aprendiz, la aplicación práctica de los nuevos conocimientos a la vida real y la verificación de los logros alcanzados. El objetivo básico es conseguir que los estudiantes logren aprendizajes significativos de los diferentes contenidos y experiencias, con el fin

de que alcancen un mayor desarrollo de sus capacidades intelectivas, afectivas y motoras y así puedan integrarse madura, crítica y creativamente a la sociedad. En concordancia con estas concepciones, la evaluación no estará interesada solamente en la medición de conocimientos, sino más que nada, en la apreciación cualitativa del mejoramiento intelectual, de las actitudes y de las habilidades

2.4.45.3 Teoría Contextual o Ecológica

Esta corriente actualizada comparte con casi todos los descubrimientos de la teoría cognitiva, pero destaca el papel que juega el contexto histórico, geográfico, ecológico, cultural, social, económico, familiar, escolar, de aula... en el proceso educativo y en el aprendizaje en particular. La teoría contextual se preocupa por el escenario natural y social que influye y condiciona la conducta escolar. La psicología cognitiva nos proporciona una descripción y una explicación de los procesos individuales de desarrollo y aprendizajes; mientras que la educación es una actividad esencialmente relacional, que hace posible que los miembros de la especie humana se desarrollen como personas, formando parte del grupo social,

El estudiante aprende por la mediación de padres, educadores. Compañeros y la sociedad en su conjunto, en la que los medios de comunicación desempeñan un rol primordial. El sujeto procesa la información que llega a su cerebro y construye nuevos esquemas de condiciones de orientación e interacción social. Este modelo pone en el centro del aprendizaje al sujeto activo, consciente, orientado hacia un objetivo, pero dentro de un contexto socio-histórico determinado. En el aula, los profesores, sus iguales, el ambiente afectivo y hasta material, influyen decisivamente en el aprendizaje. "Lo que los estudiantes pueden hacer con la ayuda de otros puede ser, en cierto sentido, más importante. En su desarrollo mental, que lo que pueden hacer por si solos".

En el proceso enseñanza-aprendizaje, esta teoría estudia las situaciones de aula y los modos cómo responden a ellas los estudiantes, para así tratar de interpretar las relaciones entre el comportamiento y el entorno. Para este fin, se recurre a la técnica etnográfica que permite comprender, de manera global y real, los diferentes sucesos y las múltiples relaciones que acaecen durante el proceso enseñanza aprendizaje como: las relaciones estudiante-maestro, entre los propios discípulos, el contexto físico y emocional del aula, las características socioeconómicas y culturales que trae cada persona, los conocimientos y experiencias que traen los miembros de la clase.

Según uno de sus teóricos, Hamilton, la corriente ecológica se preocupa sobre todo de:

- Atender a la interacción entre las personas y su entorno, profundizando en la reciprocidad de sus acciones.
- Asumir el proceso de enseñanza-aprendizaje como un proceso Interactivo continuo.
- Analizar el contexto del aula como influido por otros contextos y en permanente interdependencia.
- Tratar procesos no observables, como pensamientos, actitudes, creencias y percepciones de los agentes del aula.

2.4.46 FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS

Para Villarroel, J (1995), en su obra *Didáctica General*, dice:

Estas corrientes pedagógicas responden a particulares lineamientos filosóficos e ideológicos que determinan, a su vez los conceptos de hombre, realidad, conocimiento, fines de la educación y su metodología Asimismo, cada corriente ha

originado otras ramificaciones o modelos pedagógicos que tienen íntima relación con el cuerpo doctrinario común.

Cuatro han sido las corrientes principales que han denominado la pedagogía contemporánea:

- Pedagogía Perennialista
- Pedagogía Pragmatista
- Pedagogía Naturalista
- Pedagogía Histórico Cultural

2.4.46.1 Pedagogía Perennialista

Es una corriente de carácter idealista, pues se fundamenta en una antropología metafísica de inspiración religiosa, el hombre es un ser trascendental, o libre y original. La trascendencia es un llamado que el hombre acata, abriéndose a Dios y a los demás. Como individuo es un ser material, corporal subordinado a las leyes de la naturaleza y a la sociedad, pero lo esencial en él es su alma inmortal. El fin del hombre es desarrollarse plenamente como hombre, es decir, llegar a ser libre y comunicarse con Dios y con los otros hombres.

Su meta pedagógica es el aprendizaje de los conocimientos generales, valores y habilidades más o menos estáticas, heredadas por el pasado clásico y "humanista" de la cultura occidental. Aprendizajes que, a la vez que integran al individuo a la cultura, lo modelan y forman sus facultades: la inteligencia, la memoria y la voluntad.

Esta pedagogía asegura que su educación es eminentemente "humanista", lo cual es una oposición al capitalismo y al socialismo, la transformación social y la salvación del hombre debe buscarse, no en la reestructuración de las relaciones sociales, sino en la espiritualización del hombre. (p. 96 97)

2.4.46.2 Pedagogía Pragmatista

El positivismo tiene como postulados esenciales: la búsqueda de un saber "útil", sea este científico o no; un saber que le sirva en sus afanes de control y dominio de la naturaleza, la sociedad y el hombre. El fin del hombre es lograr la solución de los problemas y necesidades que le plantea la vida.

El conocimiento se inicia con una hipótesis que debe ser debidamente comprobada mediante la cuantificación y medición, solo esto puede garantizar que un conocimiento sea válido.

Esta pedagogía propone el reordenamiento del proceso educativo, para tornarlo objetivo, operacional y eficiente. El producto ideal de la escuela es la adquisición, por parte del educando, de conocimientos, valores y, sobre todo, de destrezas vigentes en la sociedad tecnológica moderna. (p. 97-98)

2.4.46.3 Pedagogía Naturalista

La pedagogía Naturalista se reveló como una reacción contra la vieja pedagogía que distorsionaba la naturaleza de los niños y adolescentes y contra el pragmatismo que pretendía manipular la personalidad de los educandos. El hombre es un ser esencialmente bueno, pero desgraciadamente es corrompido por la sociedad.

La base epistemológica de esta corriente es el sensualismo que otorga un papel decisivo a los sentidos, sensaciones y percepciones, en la producción del conocimiento.

Para los defensores de esta escuela, lo que procede del interior del niño debe ser el aspecto más importante para la educación: consecuentemente, el ambiente pedagógico debe ser lo más flexible posible, para permitir que el niño desarrolle lo "bueno" de su interioridad, sus cualidades y habilidades naturales.

Lo vital es dejar que el niño sea él mismo; liberarle de presiones, manipulaciones y condicionamientos, se debe descartar, lo "malo", lo inhibitorio, lo inauténtico, que puede introducirse desde afuera; pues violaría su espontaneidad y su naturaleza positiva, ya que la libertad del estudiante es lo mejor. (p. 98)

2.4.46.4 Pedagogía Histórico-Cultural

Es una pedagogía derivada de la filosofía socialista que niega la validez de abstraer la naturaleza del hombre que sostiene que es un ser social por excelencia, que se hace en sus relaciones con los otros hombres. Sus habilidades, actitudes y hasta su inteligencia son producto de las relaciones que tiene con sus semejantes; un hombre mantenido separado del contexto social, desde su nacimiento, jamás podrá manifestar los rasgos de un ser humano. El fin del hombre es la realización como hombre, es decir, como un ser social.

El conocimiento es el reflejo adecuado de la realidad, comprobado por la práctica social. Parte del principio de que la realidad existe independientemente de la conciencia del hombre, pero que aquella es susceptible de ser conocida. El conocimiento no solo es teórico, ni únicamente práctico, sino las dos cosas a la vez: es de carácter científico; y es valedero, en la medida que sirva para solucionar los problemas de la sociedad. La educación en esta pedagogía, es el desarrollo pleno de las potencialidades del hombre para alcanzar su libertad e identidad.

El fin de la educación será, liberar al hombre de toda forma de opresión y explotación que atenta contra su naturaleza y dignidad. En este sentido, la educación es vista como una superestructura que coadyuva al proceso de transformación social y personal. La escuela socialista no separa artificialmente la preparación intelectual, la formación de la personalidad, el trabajo productivo y el desarrollo físico. Los cuatro aspectos, dialéctica y armónicamente relacionados,

formarán las personalidades que requiere la nueva sociedad. (p. 99-100)

Para Castro Pimienta, O (2003), en su obra Hacia la Pedagogía de la Cooperación, dice:

"La pedagogía resulta una ciencia general que tiene como peculiaridad, la integración armónica del carácter científico, artístico y tecnológico. Es por ello, una ciencia cuya teoría e instrumentaciones prácticas tienen los rasgos creativos, emocionales y estéticos propios de la actividad artística.

Por lo tanto, en la pedagogía, se dan en unidades dialécticas, la ciencia, el arte y la tecnología; esta última como forma de instrumentación de las aplicaciones en la práctica docente "(p. 14)

2.4.47 POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

Esta teoría contextual es la que influye y condiciona la conducta del educador, ya sea en lo social, cultural, natural, económico del proceso educativo. El proceso de la enseñanza aprendizaje en la actualidad tiene mucho que ver con la trilogía; esto quiere decir, estudiante, profesor, padre de familia, además aprenden con sus compañeros y la sociedad en su conjunto, Con este modelo de aprendizaje, el estudiante se convierte en un ente activo, consciente, reflexivo, creativo, crítico, dinámico y orientado hacia un objetivo. El maestro es el facilitador o mediador entre el estudiante y el contenido de aprendizaje.

Hemos seleccionado la corriente pedagógica histórica cultural porque están encaminadas a orientar el trabajo educativo eficientemente, para la formación científica de las nuevas generaciones.

2.5 Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORÍA	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Herramienta pedagógica que permite orientar un proceso de aprendizaje, en forma autónoma y su auto evaluación, siguiendo un método activo que propicie el desarrollo de las destrezas básicas de un administrador.</p>	<p>Multimedia Interactiva</p>	<p>CONTENIDOS</p>	<p>Qué conocimientos son fundamentales para conocer la Constitución y Administración de Microempresas.</p>
		<p>DESTREZAS</p>	<p>Cuáles destrezas son necesarias para manejar eficientemente los conocimientos de Contabilidad y Administración Cuánta práctica es necesaria para adquirir estas destrezas.</p>
		<p>METODOLOGÍA</p>	<p>Cuál metodología es necesaria seguir para adquirir estas destrezas y conocimientos en Constitución y Administración de Microempresas.</p>
		<p>AUTOEVALUACIÓN</p>	<p>Cuáles preguntas se deberán hacer para determinar el aprendizaje. Cuál es el instrumento más adecuado para realizar la autoevaluación</p>

<p>Se define como microempresa o pequeña empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes o de prestación de servicios.</p>	<p>Microempresas</p>	<p>RESEÑA HISTÓRICA DE PYMES</p>	<p>Como evolucionó las microempresas</p>
		<p>CONCEPTUALIZACIÓN</p>	<p>A qué se considera empresa, pequeña y mediana empresa</p>
		<p>IMPORTANCIA</p>	<p>Para qué sirve y su impacto</p>
		<p>LINEAMIENTOS BÁSICOS DE PYMES</p>	<p>Qué tipo de lineamientos se utilizan comúnmente</p>
		<p>LEGALIZACIÓN DE LA CONSTITUCIÓN</p>	<p>Qué necesita para ser legal una microempresa</p>
		<p>ADMINISTRACIÓN</p>	<p>Formas de administración para conseguir el éxito micro empresarial</p>

CAPITULO III

3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación está diseñado para la utilización en el sexto curso en la especialidad de Comercio y Administración, puesto que es un proyecto factible, ya que se convierte en una herramienta de apoyo para la educación, mismo que ayudará a la correcta elaboración de un multimedia para la constitución y administración de las microempresas , Sus contenidos proporcionarán al educando una educación integral, la cual le servirá de mucha ayuda para emprender cualquier tipo de comercio en su vida profesional.

Se trata de una **investigación documental**, puesto que para llevar a cabo el trabajo será necesario las bases teóricas y conceptuales, como: libros, revistas, folletos, periódicos, internet, enciclopedias, leyes y reglamentos, etc. que servirán de apoyo para las unidades de manera que su contenido tenga validez y confiabilidad para su aplicación.

3.2 Métodos:

Durante el proceso de investigación fue necesario emplear los métodos teórico y práctico que estarán dispuestos a ser comprobados por la verdad, los cuales permitirán alcanzar una amplia visión del problema y de esta manera llegar a la elaboración de la propuesta con bases teóricas apropiadas. Los métodos teóricos que se aplicaron fueron el inductivo-deductivo y el matemático.

3.2.1 Analítico- Sintético

Fue fundamental ya que la investigación Bibliográfica y de campo realizada en el proyecto, necesariamente tendrá que ser resumido previo su análisis en forma de redacción o gráficos, ya que será necesario investigarla detenidamente para interpretar y dar juicios de valor en el informe de la investigación.

3.2.2 Inductivo - Deductivo

Se utilizo en la inducción y deducción de resultados para llegar a determinar conclusiones y recomendaciones, Lo que permitirá ampliar y profundizar el conocimiento, partiendo de generalizaciones, para luego investigar casos particulares de estudio, para que éstos sean interpretados y utilizados en la elaboración de nuevos conocimientos.

3.2.3 Matemático: Estadística

Se aplico en el proceso de análisis e interpretación de resultados y también la representación gráfica de los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los docentes y estudiantes del colegio anteriormente citado.

3.3 TECNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas de la investigación científica forman instrumentos muy importantes para la realización de una Multimedia para los cuales citaremos algunos de ellos como: la encuesta, la entrevista y el cuestionario

3.3.1 La Encuesta

Es una técnica de trabajo de campo permitió obtener datos de varias personas, cuyas opiniones personales son de mucho interés, la encuesta se la realiza por

medio de un listado de preguntas escritas previamente elaboradas y estructuradas en un formulario impreso, llamadas Cuestionario para luego ejecutarlas a Docentes, Estudiantes: a fin de ser contestadas de forma escrita, para recopilar la información necesaria.

3.3.2 La Entrevista

Es un diálogo directo entre dos o más personas llamadas: entrevistador y entrevistado, con el afán de obtener información mediante un sistema de preguntas que serán contestadas en forma verbal para luego profundizar en las diferentes opiniones, intereses y valoraciones.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la ejecución de la presente investigación se tomo como población, a los estudiantes del tercer año de Bachillerato de la Especialidad de Contabilidad del Colegio Técnico 22 de Marzo en donde se aplico la investigación que permitían recolectar datos que fueron analizados minuciosamente para determinar la factibilidad del tema a investigarse.

En vista que el universo de investigación es de 60 estudiantes no fue necesario calcular una muestra.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

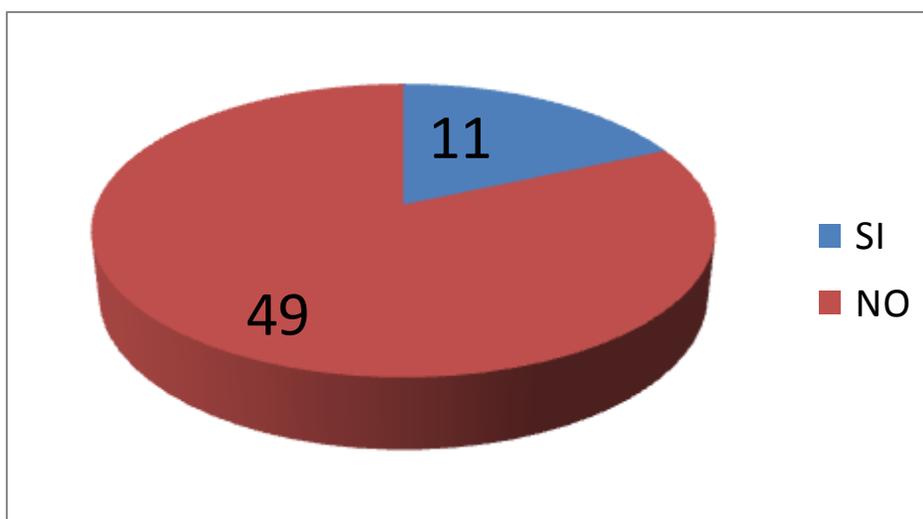
De las encuestas realizadas a los estudiantes en el colegio, Nacional Técnico “22 de Marzo” se obtuvieron los siguientes resultados:

Pregunta nro. 1

¿Tiene conocimiento básico acerca de la constitución y administración de la microempresa?

Cuadro Nro. 1

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
SI	11	18.33
NO	49	81.66
TOTAL	60	100



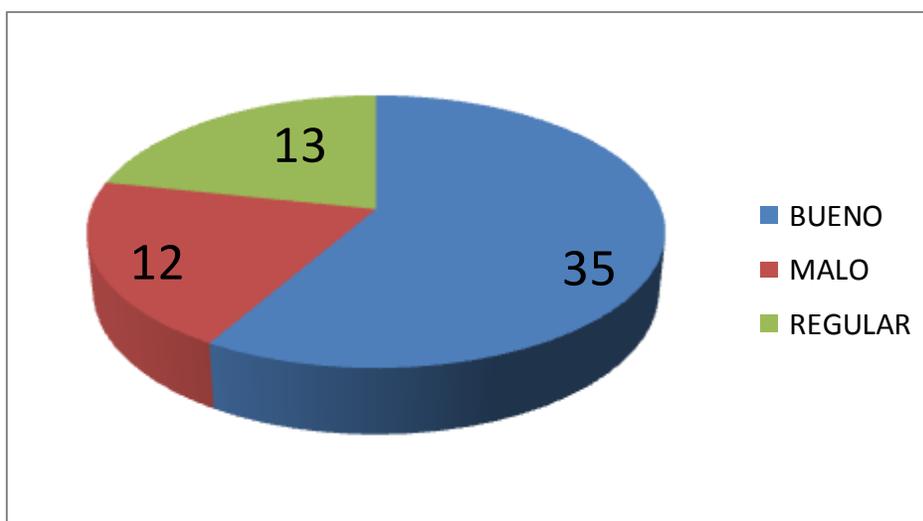
INTERPRETACION: de los 60 estudiantes investigados, únicamente 11 que representan el 18,33 % conocen acerca de la microempresa.

Pregunta nro. 2

¿Cómo considera a los Docentes de Contabilidad de su colegio?

Cuadro Nro. 2

Indicadores	Col.22 Marzo	de	%
BUENO		35	58.33
MALO		12	20.00
REGULAR		13	21.67
TOTAL		60	100.00



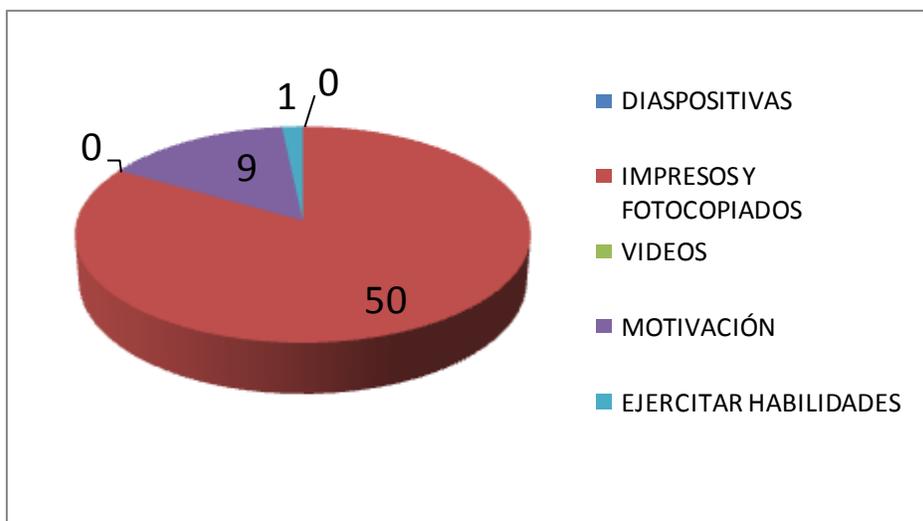
INTERPRETACION: de los 60 estudiantes investigados, el 35% manifiesta su aceptación a los Docentes, el 13% califica de regular y el 12% como malos.

Pregunta nro. 3

¿Cuál de estos medios didácticos utiliza su maestro para la enseñanza – aprendizaje de Contabilidad?

Cuadro Nro. 3

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
DIASPOSITIVAS	0	0
IMPRESOS Y FOTOCOPIADOS	50	83.33
VIDEOS	0	0
MOTIVACIÓN	9	15.33
EJERCITAR HABILIDADES	1	1.67
TOTAL	60	100.00



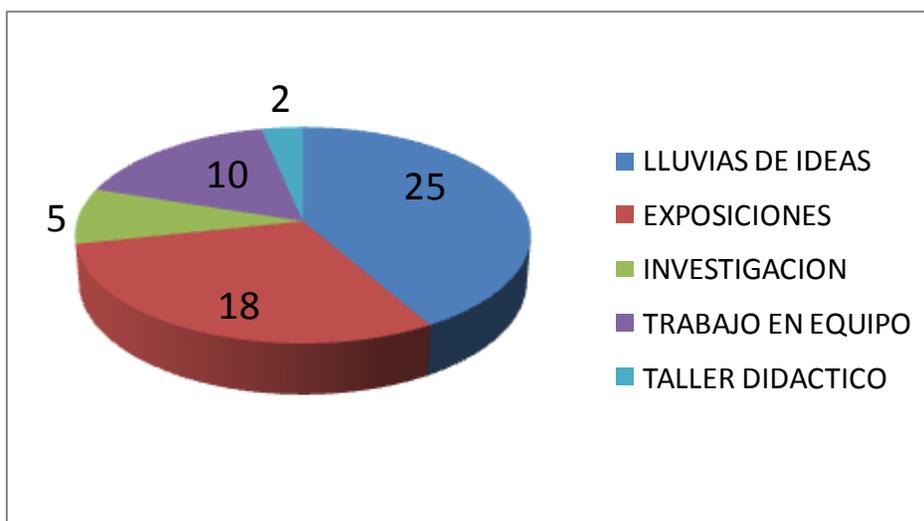
INTERPRETACION: el resultado nos indica que los Docentes no utilizan material didáctico audiovisual, y se limitan a simples.

Pregunta nro. 4

¿De las técnicas que a continuación se mencionan, señale las que utiliza su maestro en el proceso de enseñanza aprendizaje?

Cuadro Nro. 4

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
LLUVIAS DE IDEAS	25	41.67
EXPOSICIONES	18	30.00
INVESTIGACION	5	8.33
TRABAJO EN EQUIPO	10	16.67
TALLER DIDACTICO	2	3.33
TOTAL	60	100



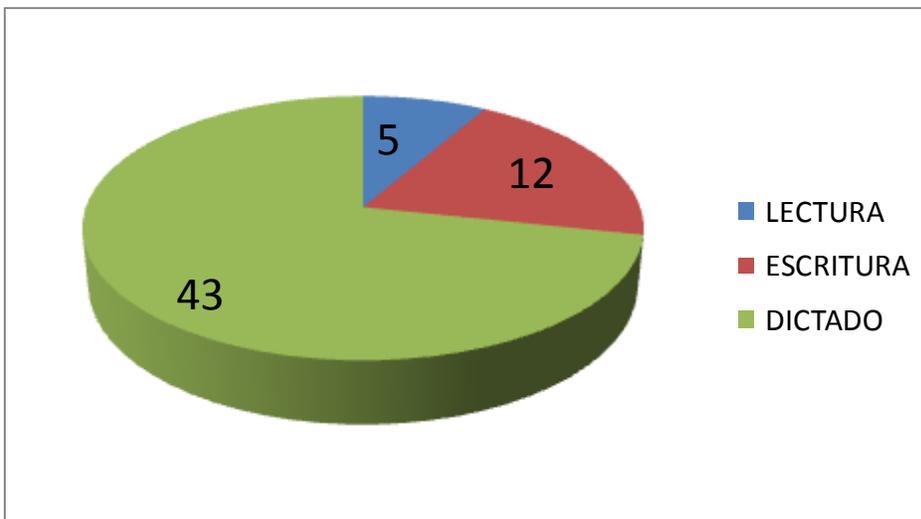
INTERPRETACION: de los resultados obtenidos se deduce que los docentes no llegan al asunto práctico quedándose únicamente en teorías.

Pregunta nro. 5

¿Cuál de las siguientes actividades realiza su maestro para el desarrollo de sus destrezas y habilidades en la enseñanza aprendizaje?

Cuadro Nro. 1

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
LECTURA	5	8.33
ESCRITURA	12	20.00
DICTADO	43	71.67
TOTAL	60	100



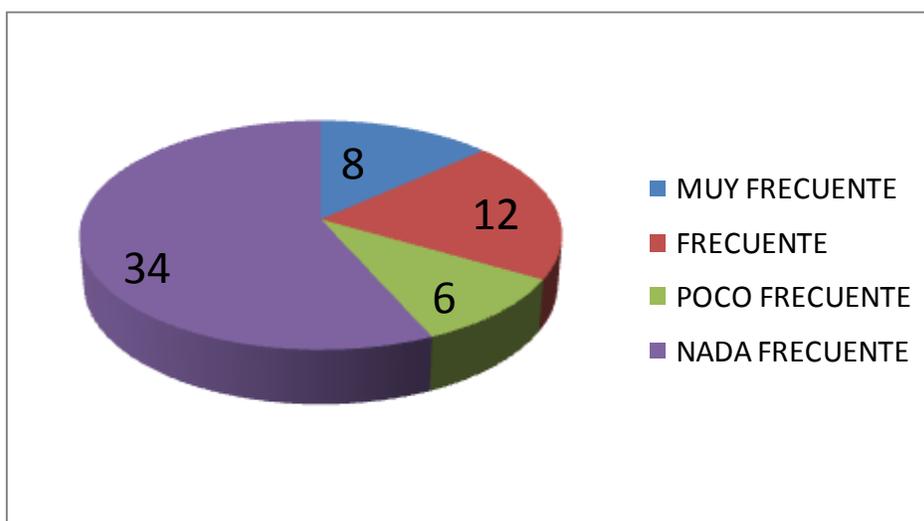
INTERPRETACION: 43 estudiantes de los 60 encuestados, únicamente 5 investigan mediante la lectura y el 43% se limitan a copiar los resúmenes dados por el Docentes.

Pregunta nro. 6

1. ¿su maestro realiza evaluaciones después de cada contenido programático para medir su conocimiento académico?

Cuadro Nro. 6

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
MUY FRECUENTE	8	13.33
FRECUENTE	12	20.00
POCO FRECUENTE	6	10.00
NADA FRECUENTE	34	56.67
TOTAL	60	100



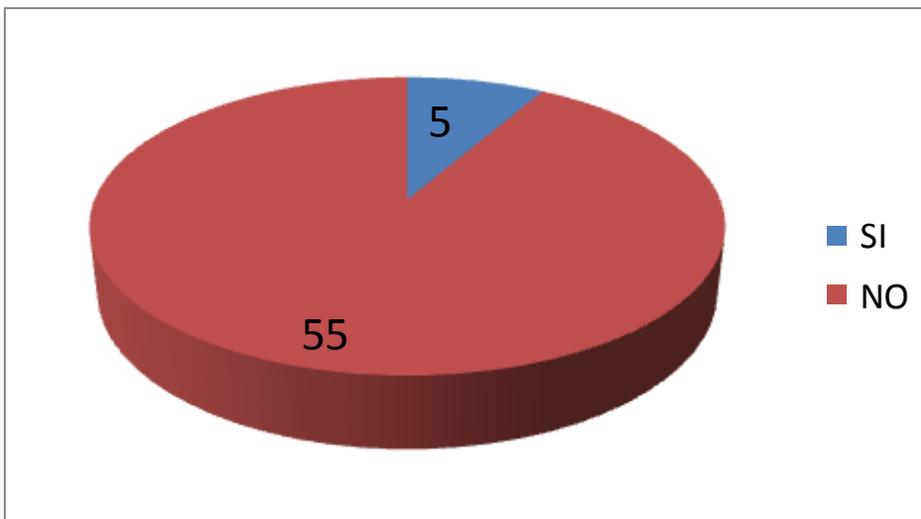
INTERPRETACION: los docentes no evalúan constantemente a sus estudiantes.

Pregunta nro. 7

¿Las clases de contabilidad son activas?

Cuadro Nro. 7

Indicadores	Col.22 Marzo	de	%
SI		5	8.33
NO		55	91.67
TOTAL		60	100



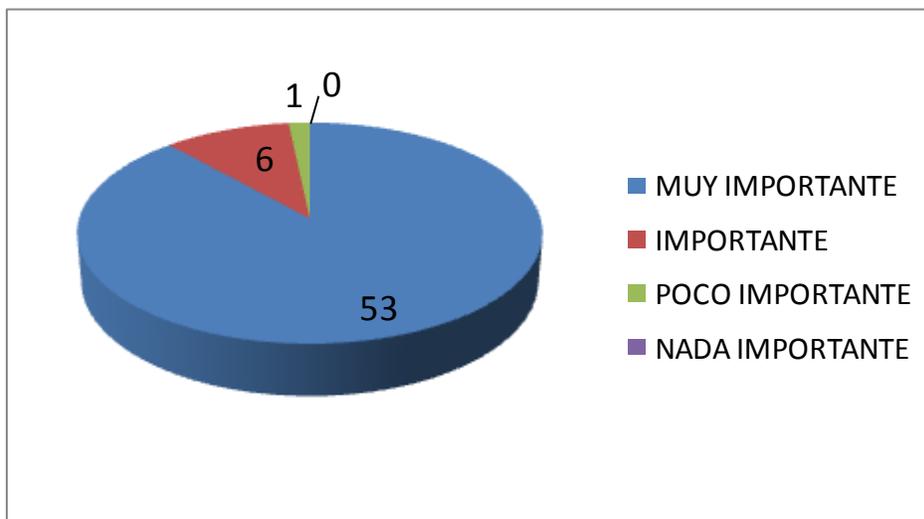
INTERPRETACION: siendo las clases totalmente teóricas, los estudiantes se vuelven exclusivamente receptivos.

Pregunta nro. 8

¿Considera importante contar con una Multimedia Interactiva?

Cuadro Nro. 8

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
MUY IMPORTANTE	53	88.33
IMPORTANTE	6	10.00
POCO IMPORTANTE	1	1.67
NADA IMPORTANTE	0	
TOTAL	60	100



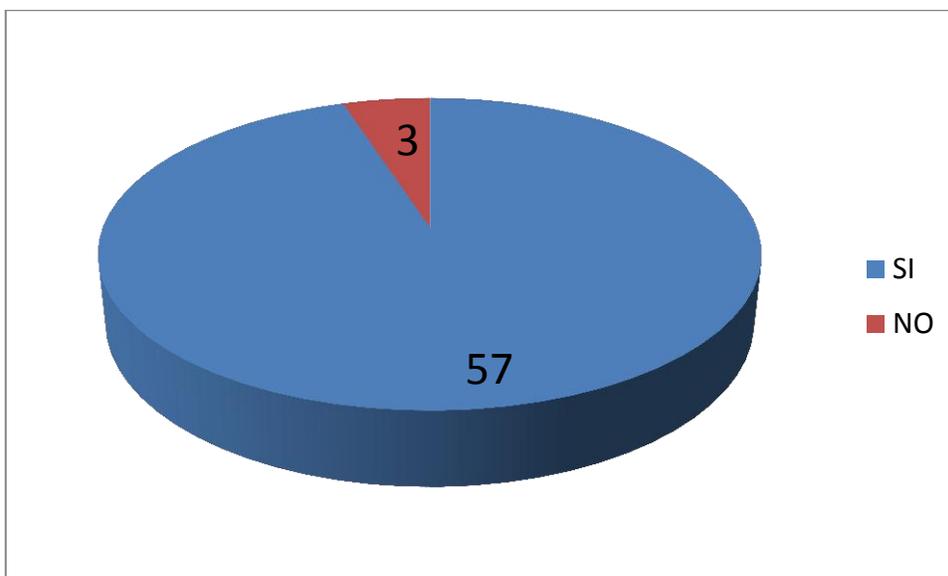
INTERPRETACION: de acuerdo a los resultados, el 88.33% consideran muy importante la elaboración de un material didáctico interactiva.

Pregunta nro. 9

¿Cómo le gustaría que sea este material didáctico?

Cuadro Nro. 9

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
VISUAL	4	6.67
INTERACTIVO	56	93.33
TOTAL	60	100



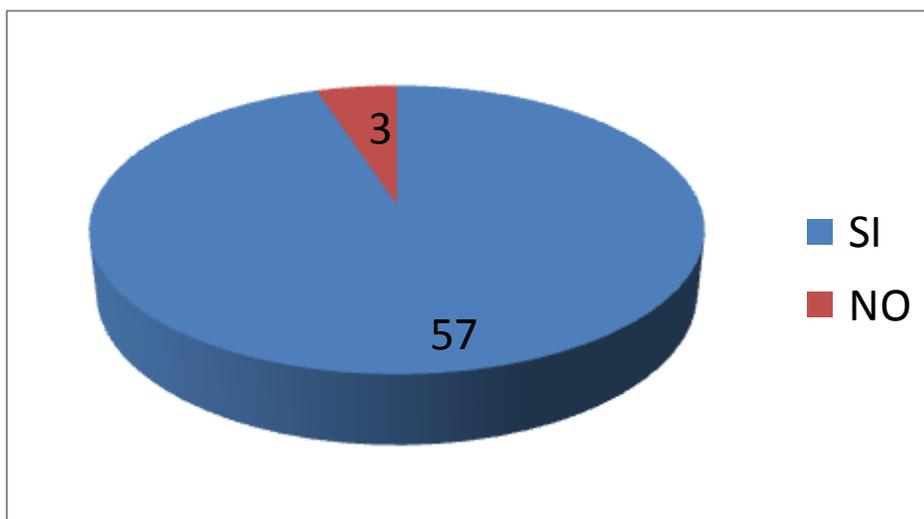
INTERPRETACION:. El 93% manifiesta la necesidad de contar con material que le relacione directamente con la práctica y de una forma netamente activa.

Pregunta nro. 10

1. ¿El estudio de la constitución y administración de las microempresas dentro de la especialidad de contabilidad permitiría complementar sus conocimientos en su especialidad?

Cuadro Nro. 1

Indicadores	Col.22 de Marzo	%
SI	57	95.00
NO	3	5.00
TOTAL	60	100



INTERPRETACION: el 95% de estudiantes encuestados manifiestan la necesidad de este aprendizaje.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ♦ Los estudiantes del tercer año de bachillerato de la especialidad de Contabilidad desconocen sobre las pequeñas y medianas empresas y su contenido.

- ♦ Actualmente, en la especialización de Contabilidad del Colegio no se habla acerca de las microempresas (PYMES), es decir desconocen.

- ♦ Los estudiantes no están al tanto del apoyo que el gobierno otorga a las pequeñas y medianas empresas.

- ♦ Al desconocer sobre los beneficios que se obtienen al crear las PYMES, se hace necesario dar información acerca de la misma.

5.2 Recomendaciones

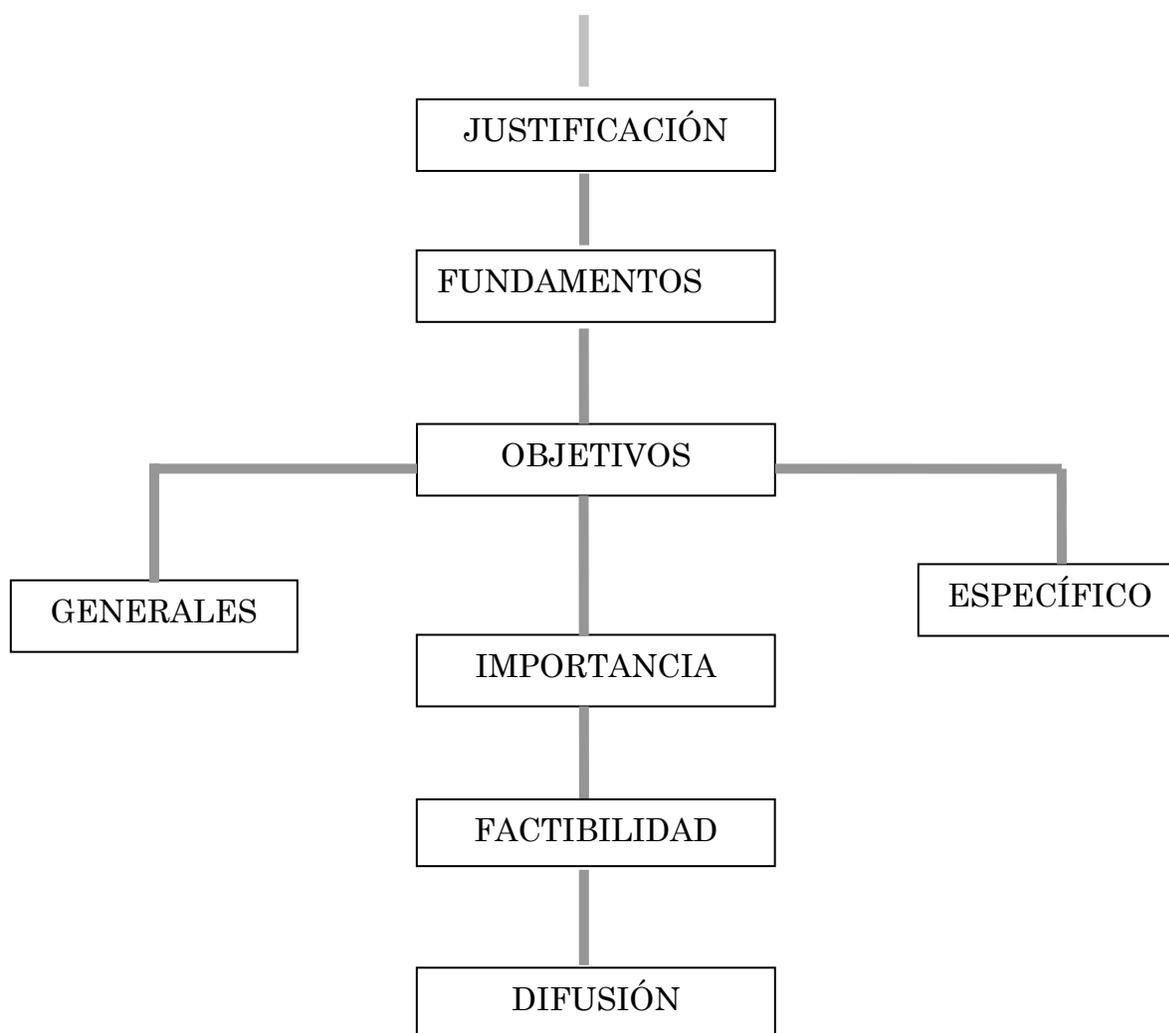
- ♦ Los Profesores deben sustituir métodos y técnicas verbales por ejercicios prácticos y reales.
- ♦ El Colegio debe motivar e incentivar a los estudiantes en el emprendimiento y lograr la formación y creación de microempresas.
- ♦ El Colegio debe formar estudiantes que al graduarse sean quienes provean de empleo a sus semejantes a través de la creación de la microempresa y no engrosen las filas de los desocupados.
- ♦ Los Profesores y Estudiantes deben utilizar la Guía Multimedia Interactiva de forma adecuada.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1 Título de la Propuesta

GUIA MULTIMEDIA SOBRE LA CONFORMACIÓN DE LAS MICRO EMPRESAS Y SU APLICACIÓN EN EL TERCER AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO NACIONAL TECNICO 22 DE MARZO DEL CANTON SAN LORENZO.



6.2 JUSTIFICACIÓN

La investigación realizada nos permitió comprobar el desconocimiento y el deseo de prepararse de los estudiantes y compartir sus conocimientos en la elaboración de una Multimedia didáctica de las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) y su aplicación que se realizará en el tercer año de Bachillerato en la Especialidad de Contabilidad.

Es recomendable que el maestro y los estudiantes deben poner el mayor empeño en que los presentes y futuros bachilleres del nivel medio tengan vastos conocimientos sobre esta materia ya que les permitirá tener mayores oportunidades en el diario convivir de cada una de vuestras vidas.

Formar bachilleres con expectativas en un tiempo no muy lejano o que en los estudios superiores se logre que inyectarles algo sobre las Pequeñas y medianas empresas que están dentro de la Contabilidad que le va hacer de mucha utilidad y que va a involucrar a toda la sociedad.

6.3 FUNDAMENTOS

Al elaborar la Multimedia sobre las PYMES, nos apoyamos en la teoría contextual o ecológica que se considera que el estudiante es ente activo, consciente de su propio aprendizaje, orientado hacia un objetivo.

Enseñar consiste en apuntar al logro de un aprendizaje productivo, aprender implica el desarrollo de las estructuras, esquemas y operaciones mentales internas del sujeto que les permite pensar, resolver y decidir con éxito diversas situaciones académicas y cotidianas.

La presente Multimedia didáctica tiene una fundamentación psicológica que ayuda a la aplicación y a la obtención de resultados reales. Que mediante una evaluación a los estudiantes se consigue las destrezas y habilidades y su comprensión con un sentido crítico, y de esta manera adquieran hábitos positivos.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Elaborar una Multimedia didáctica para la constitución y administración de las microempresas y su aplicación en la enseñanza aprendizaje en el tercer año de bachillerato del colegio nacional técnico 22 de marzo del cantón san Lorenzo.

Objetivos Específicos

- Aplicar todos los pasos sobre la elaboración de la multimedia didáctica.
- Facilitar a docentes y estudiantes la multimedia didáctica de la microempresa.
- Proporcionar al estudiante el material necesario que permita el conocimiento de las microempresas.

IMPORTANCIA

Es de suma importancia que los estudiantes de Contabilidad tengan vastos conocimientos sobre las microempresas, por lo tanto es indispensable dar a conocer los pasos de la multimedia didáctica para que forme su propia microempresa o prestar sus servicios dentro de la misma de forma eficiente.

6.5 FACTIBILIDAD

Este trabajo es factible poner en práctica por cuanto sugerimos en la elaboración de una multimedia sobre las microempresas que el docente debe conocer.

6.6 DIFUSIÓN

El presente trabajo investigado, multimedia didáctica para la constitución y administración de las microempresas difundimos a los Docentes de Nivel medio y por su intermedio al estudiantado.

6.7 DESARROLLO DE LA PROPUESTA

INTRODUCCIÓN:

Ante la situación en nuestro País, es muy difícil desarrollar técnicamente en los diferentes sectores económicos, del sector Productivo, por causa de la dolarización y la competitividad, que ha llegado a constituirse un sistema de explotación intensiva a nivel mundial. Razón por la cual los estudiantes del sexto curso del área de Comercio y Administración en la Especialidad de Contabilidad deben conocer cómo se va a constituir una microempresa para mejorar las condiciones económica y así mejorar la calidad de vida personal y familiar.

PASOS PARA LA CONFORMACION DE LA MICROEMPRESA

1.- JUNTA O GRUPO PROMOTOR: Está constituida por persona o personas, que tiene (en) la idea de formación, a la misma que invitamos a familiares, amigos y conocidos para formar y constituir esta micro empresa.

2.- CONVOCATORIA Y ASAMBLEA DE LA MICROEMPRESA

Una vez constituida el grupo, aparente en este caso, que debe iniciarse por lo mínimo con 9 personas, el promotor realizará una convocatoria por escrito, de carácter personal bajo el siguiente ejemplo:

Se convoca de carácter urgente a cada uno de los socios a una asamblea de personas interesadas, se realizará en la ciudad de San Lorenzo, en el local del colegio 22 de Marzo, ubicado en la calle 9 de Octubre S/N a las 15 H (3 p.m.) para tratar el siguiente orden del día. Saludo de parte del Sr. (promotor) a todos los asistentes.

- 1.- Explicación a los asistentes motivos e inquietudes de la formación de esta microempresa.
- 3- Nombre o razón social que se dará al a microempresa.
- 4- Formación de la Directiva Provisional de la pre-empresa (presidente, secretario, tesorero).
- 5- Delegación y terminación de la cuota inicial de cada socio.
- 6- Delegación para los trámites de Aprobación de la microempresa.
- 7- Elección del Presidente, secretario, tesorero, provisional.

8- Autorización al Presidente y tesorero; para abrir una cuenta bancaria de integración del capital social, para aprobaciones de la microempresa.

9.- Agradecimiento por parte del Sr. Presidente hacia los asistentes

10.- Posesión.

3.- ACTA CONSTITUCIONAL: Se redactará lo resuelto en la primera sesión y se asentará en un libro de actas. En la ciudad de San Lorenzo Ibarra, previa convocatoria se instala la asamblea de constitución de la pre- microempresa el siguiente orden del día, con la asistencia, (aquí se nombrará a todos los socios asistentes), que serán llamados fundadores.

4.- DIRECTIVA PROVISIONAL

Tiene como obligación hacer cumplir las disposiciones legales de la ley de la microempresa.

5.- PRIMERA ASAMBLEA CONSTITUCIONAL DE LA MICROEMPRESA.

Se convoca con 8 días de aplicación firmada por el presidente según el siguiente orden del día:

- Constatación del quórum
- Saludo pro parte del presidente e informe de la actividad.
- Lectura de los estatutos elevados a escritura pública y registrados en el registro Mercantil de la microempresa
- Elección de la directiva de la microempresa: presidente, secretario, tesorero, gerente principal, comisario de la fiscalización, 3 vocales principales y 3 vocales suplentes.
- Posesión de la nueva directiva
- Brindis.

8.- EI GERENTE DE LA MICROEMPRESA DEBE ELABORAR 3 PLANES OPERATIVOS

- El plan administrativo
- El plan económico
- El plan de trabajo o ejecución de la actividad económica de la microempresa.

DESCRIPCIÓN DE PLANES

- Objetivo General

Se fijarán cantidades de explotación y comercialización que deberá cumplir en cada una de las semanas, meses o días, según sea el caso., Objetivo Específico

- Objetivo Técnico

Indicar a los socios, la técnica, su tratamiento y la comercialización.

Objetivo Económico

Está calculado en la actualidad, valores.

- Objetivo Personal Administrativo y Operativo

Está conformado por una secretaria, contador.

- EDUCACIÓN A LOS SOCIOS.

Esta actividad requiere la preparación de una persona que realizará la supervisión de la actividad, así como los asociados se capacitarán por medio de talleres educativos de acuerdo con los objetivos de la microempresa.

- INSTALACIONES Y ADECUACIONES

Ubicar un lugar en donde deben realizarse diferentes actividades.

- CAPITAL DE OPERACIONES

De acuerdo a las necesidades deberá implementarse un presupuesto que funcionará en todas las áreas.

- Forma de Financiamiento

Se determina por el aporte de los socios, a través de cuotas de ingreso, aportaciones mensuales, y aportaciones de capital fijo .

- Control

- Control administrativo

Se debería elaborar su reglamento interno el mismo que será aprobado en misma instancia por el directorio y luego por la asamblea general, en este documento constaría y reglamentaría lo siguiente:

- * De los socios y afiliados.
- * Deberes y atribuciones de los socios
- * De las sanciones de la asamblea general, del directivo y su conforma

- * Sesiones del directorio y del orden del día.
- * Sesiones y votaciones.
- * Clase de asamblea general y extraordinaria del orden del día de las dignidades de la microempresa.
- * Atribuciones del presidente, tesorero, y secretario del directorio
- * Ejecutivo de los sectores de trabajo
- * De los bienes e ingresos del sufragio
- * Disposiciones generales y disposiciones transitorias

- Control de calidad

Por exigencia del mercado y competitividad es necesario sujetarse a un severo control de calidad del producto para la venta, logrando en lo posible adjuntar al producto algún elemento agregado para dar mayor valor al producto.

- Control de recopilación y venta

Por el negocio requerido es necesario llevar un control escrito de la recopilación:

- * Consumo de alimento
- * Consumo de viáticos o gastos de operación

En los que respecta al control de ventas es necesario juntar el control de producciones que va a llevar al control de ventas.

- Control Económico

Se podrá obtener la utilidad líquida, después de sacar los diferentes costos y otros determinados como impuestos.

ORGANIZACIÓN

El cronograma de la misma empresa es el siguiente.

- ORGANIZACIÓN

Es fijar las responsabilidades de cada persona de acuerdo a la función que va a realizar dentro la institución.

- LA ASAMBLEA

Es la máxima autoridad de la institución, sus decisiones son leyes para todo el cuadro administrativo y socios de la Institución.

- GERENTE

Es el representante legal de la microempresa, es el responsable de la ejecución de los proyectos de la administración, del control del resultado económico y de la marcha de la Institución, junto con el presidente son los responsables del éxito o fracaso de la microempresa.

- EI DIRECTOR TÉCNICO

Es la persona encargada del éxito de la profesión, pudiendo ver un técnico en esta actividad el cual es el responsable directo de las instalaciones, manejo y resultados económicos de esta actividad.

- EL SECRETARIO

Es el responsable directo del mantenimiento de correspondencia, archivos, recepción y envío de comunicaciones y todo desarrollando dentro de la Institución.

- DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD

De acuerdo a la ley las empresas deben llevar su contabilidad, siendo responsable de la implementación del sistema contable, su aplicación y control de todo el movimiento económico de la Institución.

- EL COMISARIO

Es el fiscalizador de todo el movimiento de la microempresa, en la administración, producción, en el movimiento de comercialización e inclusive en las decisiones de la asamblea, su visto bueno, su informe es acatado por todas las dependencias.

- DEPARTAMENTO DE VENTAS

Se dedica exclusivamente en la compra de insumos, materiales y la venta de productos terminados de la Institución, que junto con el departamento de contabilidad deben presentar sus reportes diarios, mensuales a la gerencia, con el visto bueno del comisario.

EVALUACIÓN DE LA MICRO EMPRESA

Toda actividad económica del tamaño que sea, está sujeta a su éxito o fracaso por ciertos parámetros que se debe tomar en cuenta que se puede resumir en:

- 1.- Educación
 - 2.- Concientización de los socios
 - 3.- Determinación fija a la actividad que se va a dedicar.
 - 4.- Recurso económico disponible y el estudio de la fuente económica de la que se va a disponer en caso de créditos.
 - 5.- La disposición de infraestructura adecuadas para el desarrollo de la producción
 - 6.- La localización
 - 7.- La disposición de personal técnico y adecuado para la recopilación y almacenamiento.
 - 8.- Establecimiento de control, ágiles para controlar las actividades.
 - 9.- El estudio del mercado sea focal nacional, Internacional para la comercialización.
- Tomando en cuenta estas recomendaciones, el éxito de la microempresa está asegurado caso contrario es un fracaso
- 10.- La microempresa debe por razones de responsabilidad sujetarse a las leyes que APRA el efecto el gobierno ha dictado en beneficios de este tipo de Instituciones, es decir trabajar como Institución formal.

EL DUEÑO Y LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Muchos empresarios, antes de convertirse en dueños de su propia pequeña y mediana empresa, fueron empleados asalariados. Se cree que el deseo de independencia es visto desde un punto individualista y aplicado tradicionalmente a algunas formas de pensar clásicas dentro de la vida de las pequeñas empresas familiares. Esta forma de independencia da al empresario una libertad mayor de pensamiento y ofrece a la comunidad lo que para él es lo mejor y lo que aquélla necesita, tanto como una forma de subsistencia familiar como un deseo de servicio, dándole suficiente confianza para trabajar y servir. Existen varios factores que le ayudan y sirven como control, estos son: poder y logro, realización, seguridad y mayores ingresos.

La principal ventaja de ser empleado es la experiencia, esto le ayudará cuando sea propietario a llevar las riendas de la empresa y a enfrentarse con más certidumbre a las acciones que deberá tomar para asegurar su subsistencia y la de su familia.

La mayor desventaja de convertirse en propietario lo constituye la responsabilidad social que se afronta al dar un bien o servicio, pues de ello se deriva su verdadera satisfacción en el trabajo.

El dueño de la pequeña y mediana empresa piensa que si cumple satisfactoriamente su función social, adaptando su propia personalidad, difícilmente verá mermado su mercado.

Participación de la familia

Casi la totalidad de las pequeñas empresas tienen una estructura familiar, que se involucran directamente en las actividades de la empresa. El papá, el tío, la esposa o cualquier otro miembro de la familia realizan las funciones principales.

Los familiares participan dentro de la pequeña empresa como:

- Socios, aportando dinero y trabajo.
- Acreedores, prestando dinero, propiedades u otros servicios.
- Empleados o trabajadores, realizando trabajos de confianza.

Es importante recalcar que es común encontrar que no se sepa diferenciar el sistema familiar del sistema de la empresa y mantener separados estos dos aspectos, siendo éste el principal causante de muchos de los conflictos que se dan dentro de la pequeña empresa, donde se involucran constantemente los sentimientos personales de la familia con los sentimientos de las actividades de la empresa.

CRECIMIENTO DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

Mercado en el que se desenvuelve

El mercado en el que se desenvuelve la pequeña empresa es típicamente local y/o Regional, y la falta de crecimiento hacia otros mercados es porque no cuentan con los créditos suficientes; esto hace que la ubicación de las empresas no cambie por muchos años y que continúen en donde iniciaron operaciones, sin cambios significativos.

Apoyo financiero

Existen organismos de apoyo financiero para el pequeño empresario, pero los programas no cumplen con las necesidades de financiamiento requeridas para el desarrollo de las empresas.

Los programas pueden suspenderse dejando a las empresa en una situación crítica, razón por la cual los pequeños empresarios han perdido han perdido la confianza en dichos organismos. Básicamente, los bancos consideran que las pequeñas empresas no son sujetos de crédito, y en los raros casos en que se llega a aprobar un crédito, se necesita cumplir muchos requisitos, muchas veces imposible de lograr, como el tener en garantía de dos a tres veces el capital prestado.

Utilidades

La reinversión de utilidades es la principal fuente de financiamiento con la que cuenta la pequeña empresa; es común también recibir aportaciones extras del dueño, el gobierno, los accionistas y préstamos bancarios; estos últimos en muy bajas proporciones, donde el sujeto de crédito es el dueño como persona, no como empresa. El financiamiento es utilizado para cubrir sus necesidades de operación o para crece.

LA IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIO PARA PEQUEÑAS Y MEDIANASEMPRESAS.

El plan de negocios nos permite validar la creación de una nueva empresa o la expansión de una empresa existente.

- El primero tiene un objetivo externo: obtener financiamiento externo para la empresa.

- El segundo tiene un objetivo interno: proveer un plan con componentes estratégicos y tácticos para el desarrollo de la empresa.

Esta empresa para que logre sus metas, mantendrá a la empresa y a sus administradores enfocados en la dirección predeterminada y contendrá información concisa sobre como la empresa opera durante los próximos tres a cinco años, el plan de negocios debe estar bien preparado con un tono profesional y que comunique efectivamente el potencial de la empresa, este documento no tiene que ser demasiado extenso o complicado pero debe ser informativo y relevante. Además, el plan debe tener lógica y ordenamiento que permita demostrar que la empresa es una inversión rentable y con poco riesgo.

Más importante, el plan de negocio debe ser específicamente dirigido a la entidad que proveerá el financiamiento y satisfacer las preocupaciones particulares de la entidad. Para la preparación de un plan de negocio para pequeñas y medianas empresas. No existen reglas precisas o formatos formales establecidos para la preparación de un plan de negocio. Cada plan de negocios es único como una obra de arte, que expresa y personifica a la pequeña o mediana empresa para la cual fue elaborado y escrito.

Todas las pequeñas y medianas empresas deben tener un plan de negocio, la preparación de dicho documento podrá tomar de cuatro a ocho semanas. El no contar con un plan de negocio hará difícil la tarea de conseguir financiamiento para la empresa y esto retardará el crecimiento de la misma. El no tener un plan de negocio difunta la coordinación de los recursos físicos y humanos de la empresa y hará la operación de la empresa mucho más difícil e ineficiente.

Los componentes del plan de negocio ni encajan exactamente con los requerimientos particulares de cada empresa, pero seguramente contienen suficiente información general y sugerencias que proveen una base sólida para las pequeñas y medianas empresas. **Según BARRAGÁN José (2002. Pág. 27,28)**

EL ÉXITO EN LOS NEGOCIOS

Qué es el éxito

Se ha definido varias respuestas: lograr las metas; realización personal; tener lo que uno desea; vivir de acuerdo a nuestros propios valores, triunfar en una determinada actividad; disfrutar con lo que hacemos; ser feliz y amar nuestro trabajo, son sólo algunas de las conclusiones a las que han llegado las personas que se han detenido a reflexionar sobre el concepto del éxito y su significado.

Todas las definiciones del éxito coinciden con un punto común: es necesario fijarse una meta y trabajar arduamente hasta alcanzarla. El trabajo intenso supone desarrollar una actitud especial frente a los desafíos; tener un alto grado de responsabilidad; preservar; ser disciplinados y concentrarnos en ganar lo que deseamos.

El éxito es algo tan personal, que cada individuo podría entregar su propia definición. No obstante, en los negocios, el éxito sólo está vinculado en un único concepto que permite la sustentabilidad de la empresa: la rentabilidad. Es decir, la relación existente entre las utilidades registradas.

Antes de emprender un negocio, debemos examinar prolijamente qué caminos vamos a tomar en la selección de productos a comercializar.

Los hábitos y consejos corresponden a un resumen de las conductas y acciones que practican los empresarios exitosos. Según SOTO Rogelio Mi Empresa (2002. Pág. 7,8)

El proceso del fracaso

Basta mirar las estadísticas para darse cuenta que, de cien pequeñas empresas que nacen, más de ochenta cierran sus puertas antes de haber cumplido dos años

de existencia. Esta situación, que ocurre prácticamente en todos los países, no es más que el resultado de una serie de malas decisiones, falta de planificación comercial; carencia de conocimientos empresariales; acciones impulsivas; inexistencia de estrategias y equivocaciones reiteradas.

Los negocios también pueden tener un lado oscuro, cuando el empresario no sigue ciertos pasos lógicos durante el desarrollo de su iniciativa.

Tener una idea de negocio; ilusionarse con ella y ejecutarla, no es suficiente, antes de formar una empresa, la persona debería analizar si cuenta con los conocimientos necesarios sobre administración, marketing, finanzas, contabilidad, comercialización, manejo de recursos humanos, informática, comercio exterior, producción y servicios. El dominio de estas materias son las que le permitirán elaborar un plan empresarial efectivo, el cual disminuirá las posibilidades de fracasar.

Este plan, que debiera elaborarse por escrito, es una herramienta que sirve como una pauta o guía de acción. Cuando las ideas sólo se encuentran “archivadas” en la mente de las personas, es fácil engañarse y acomodar las situaciones a su propia convivencia. Es decir, culpar a otros por los errores personales.

Además, antes de iniciar una empresa, la persona debiera autoanalizarse, con el objetivo de reconocer si dispone de la habilidad que se requiere para negociar con proveedores y clientes; astucia para establecer estrategias; voluntad para implementar cambios; creatividad; capacidad de visualizar nuevos negocios; facilidad de comunicación; destreza para sortear obstáculos; mentalidad ganadora; fortaleza para resistir a la competencia y, lo más importante, si tiene la fuerza de voluntad para practicar ciertos hábitos, que son los fundamentos del éxito en los negocios. **Según SOTO Rogelio,(pág. 8,9 – 2002)**

CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO

¿Cómo reconocer a un empresario?

- **Polivalente**

Todo ejecutivo debe estar preparado para actuar como líder, comunicador, emprendedor, coordinador, visionario. Debe saber asumir el papel de negociador, otorgar responsabilidades entre sus subordinados y controlar que las tareas se hagan correctamente.

- **Creativo**

Entre sus cualidades deben figurar: convencimiento, flexibilidad, orden y tenacidad. También podrá defenderse si posee creatividad y capacidad para aprender y mejorar las aptitudes de sus subordinados.

- **Psicólogo**

Es necesario que se capacite sobre el área de personal de su empresa.

- **Íntegro y emprendedor**

Es el atributo más importante de una persona. Ser decidido, inteligente y poseer la agudeza y capacidad suficiente para pensar y actuar rápido.

- **Sociable**

Llevarse bien con los demás, extraer de las personas sus mejores cualidades para el trabajo

- **Flexible y Entusiasta**

Poner pasión y energía es fundamental para trabajar bien con las personas.

- **Decido**

No dudar al momento de tomar una decisión.

1.9.1 Los hábitos

Los hábitos juegan un rol de gran importancia en la vida de los seres humanos. De hecho, son los modos de actuar de las personas, los que determinan su propio bienestar y condicionan las posibilidades de alcanzar el éxito en los negocios.

En general, los hábitos tienen consecuencias positivas o negativas para una persona. Levantarse tarde, esto le ocasionará una gran desorganización en su actividad diaria, un empleado generalmente llega atrasado a su trabajo, lo más seguro es que sea mal calificado.

Un mal hábito puede tener distintos orígenes. Puede ser provocado a partir de un mal aprendizaje; por desconocimiento de una técnica o materia; por la comodidad que represente hacer algo de una cierta manera; un mal ejemplo entregado por otra persona; por la falta de iniciativa del individuo o simplemente por conformismo.

Lo importante es hacer un balance de la situación actual considerando los hábitos positivos y negativos que se realizan.

Las costumbres

Cuando los hábitos se extienden hacia un grupo social amplio, se convierten en costumbres. Las costumbres que se traspasan de generación en generación reciben el nombre de tradiciones.

En las empresas también existen costumbres. Sobre todo cuando se trata de empresas pequeñas dirigidas por su dueño, quien, generalmente inicia una cierta acción que rápidamente es imitada por sus empleados.

El cambio

La resistencia a los cambios es una característica frecuente en casi todos los seres humanos. Tenemos miedo a lo desconocido y nos sentimos más cómodos haciendo lo que ya conocemos.

Una empresa es una entidad conformada por personas que son distintas entre sí y que, por lo tanto, practican hábitos diferentes como: por qué algunas personas nos saludan y otras no. Por qué algunos realizan mejor su trabajo en comparación con sus compañeros.

Por qué unos dejan actividades para mañana, si en realidad pueden hacerlo hoy. Por qué son casi siempre los mismos los que llegan tarde. Por qué hay individuos que “sacan la vuelta” para que otros hagan su trabajo. Por qué unas personas hacen cosas de calidad y otras tienen resultados mediocres. Por qué algunos son eficientes y otros apenas entregan su obligación diaria. Por qué algunos empleados son cuidadosos con los recursos de la empresa y otros despilfarran los materiales. Por qué algunos son atentos con los clientes y otros no tienen ninguna consideración con ellos.

Estas realidades, que vemos a diario en la mayoría de las empresas, otorgan una pauta para reconocer los buenos hábitos que debieran practicarse para alcanzar el éxito en toda actividad.

Para concretar estos cambios tan deseados, es muy importante lograr el compromiso con el trabajo y fomentar una actitud mental positiva en los individuos.

La actitud positiva

La actitud es el resultado del proceso de formación de una persona, desde que nace hasta que es adulta, y que la hace actuar de determinadas maneras frente a las múltiples situaciones que enfrenta durante su vida. La actitud tiene factores esenciales.

- El ambiente en el cual se desarrolla la persona.
- El ambiente por las influencias diarias de las personas que rodean al individuo.
- Que condiciona las actitudes de una persona corresponde a los acontecimientos que le suceden a diario y que son los que en definitiva van marcando su vida. Según SOTO Rogelio

CÓMO EMPEZAR UN NEGOCIO

Empezar y administrar un negocio requiere motivación, deseo y talento. También requiere de investigación y planificación, el éxito en un pequeño negocio empieza con pasos iniciales decisivos y correctos. Aunque los errores iniciales no son fatales, se requiere de habilidad, disciplina, y trabajo arduo para recobrar la ventaja.

Para aumentar su posibilidad de éxito, dedíquele tiempo de antemano a explorar y evaluar sus metas de negocio y personales.

El proceso de desarrollar un plan de negocio le ayudará a reflexionar sobre algunas cuestiones importantes que tal vez usted no haya considerado hasta ahora. **Mi Empresa (Pág. 23)**

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

Las empresas, grandes o pequeñas, necesitan definir alguna forma de ordenamiento. Es necesario distribuir las tareas y responsabilidades entre los propietarios y empleados de la empresa.

Los micros o pequeños empresarios es común que el propietario esté a cargo de todas las empresas desempeñando todas las funciones. Se encarga de producir, vender, cobrar, realizar la administración y manejar las finanzas. Una de las mayores dificultades que tienen los microempresarios en cuanto a su organización interna es la implementación de un sistema de gestión. Como tienen que encargarse de todas o la mayoría de las tareas, deben conocer cada aspecto y hacer las cosas con la mayor eficiencia posible. Pero tropiezan muchas veces con la falta de capacitación y entrenamiento, que son factores claves para su negocio. Cuando se va a incorporar personal a la empresa, es necesario realizar una selección adecuada, para permitir el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Incorporar gente a la organización implica un esfuerzo y una inversión que se justifica en la medida que se traduzca en un crecimiento y prosperidad del negocio. Para ello es necesario contar con personal idóneo porque de lo contrario se traduce en un perjuicio económico. En este aspecto “no hay que improvisar”. **Es contraproducente tomar como empleados a parientes o amigos porque**

están desocupados, sin tener en cuenta las aptitudes específicas y los antecedentes laborales. En la mayoría de los casos esto termina costándole muy caro al empresario.

La capacitación y el entrenamiento juegan un rol fundamental para lograr el rendimiento óptimo en el desarrollo del trabajo. El adiestramiento debe ser algo permanente, tanto para los empleados como para los propietarios del negocio.

Cuando se redacta el plan de negocios, es necesario prestar mucha atención al área de personal, porque el éxito de un emprendimiento depende en gran medida de la gente que participa en la organización. **Según SOTO Rogelio (2002. Pág.63)**

TEMA: GESTIÓN ADMINISTRATIVA

CONCEPTO DE ADMINISTRACIÓN

La administración dentro de una empresa consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir, la manera en la cual se tratan de alcanzar las metas u objetivos con la ayuda de las personas y de las cosas, mediante el desempeño de ciertas labores esenciales, como son la planeación, la organización, la dirección y el control.

La administración efectiva de las nuevas PYMES latinoamericanas requiere de un conocimiento profundo de varias áreas en las que estas empresas enfrentan problemas y retos como resultado de la globalización.

Entre las áreas más importantes se encuentran la gerencia y la planeación estratégica, mercadotecnia, recursos humanos, análisis financiero y evaluación de proyectos, comportamiento organizacional, el comercio virtual y la adopción de tecnología. Enciclopedia Práctica PYMES (Pág.87)

ELEMENTOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN

Para que el pequeño empresario pueda entender mejor la administración, es necesario que conozca los puntos principales de la labor de un administrador. Estos puntos son: planeación, organización, dirección y control.

Planeación

Significa que el pequeño empresario debe planear sus objetivos con orden y sentido común. Primero se basa en un plan o método, no en una corazonada. Planear hoy lo que se tiene que hacer mañana. Para realizar la planeación basta con responder estas interrogantes:

- ♣ ¿Qué hacer?
- ♣ ¿Cómo hacerlo?
- ♣ ¿Dónde hacerlo?
- ♣ ¿Quién lo hace?
- ♣ ¿Cuándo lo hace?
- ♣ ¿Por qué lo hace?

Organización

En este punto, el pequeño empresario debe coordinar los recursos materiales y humanos de su empresa en busca de un objetivo común, lo cual implica la asignación organizada de funciones a cada persona y las relaciones entre ellos.

Dirección

Describe cómo el pequeño empresario debe dirigir a sus empleados e influir sobre ellos, de tal manera que éstos contribuyan al logro de los objetivos establecidos.

Control

Controlar quiere decir supervisar el trabajo de otros y los resultados obtenidos, para asegurar que se alcancen las metas tal como fueron planeadas.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir que el pequeño empresario utiliza todos los elementos de la empresa, sus finanzas, su equipo y su información, lo mismo que su personal, para alcanzar los objetivos propuestos, lo cual es básico para cumplir con un objetivo común.

Al establecer el objetivo se está organizando la pequeña empresa, para saber exactamente a qué se quiere llegar. Al tener bien claro el objetivo, el dueño debe tratar de coordinar y motivar a sus empleados para que éstos contribuyan al logro de los objetivos establecidos. Asimismo, debe supervisar el trabajo de los empleados y asegurar que estén cumpliendo sus metas tal como han sido planeadas, con el fin de atraer mayor mercado y obtener mayores utilidades. Como ejemplo, estaría el caso de una persona que va a iniciar una pequeña empresa, quien debe empezar por preguntarse:

¿Qué voy a hacer? Voy a abrir un pequeño negocio dedicado a la fabricación de muebles de madera.

¿Cómo hacerlo? Voy a relacionarme con los proveedores de madera en la ciudad, y a contratar a dos carpinteros para fabricar muebles.

¿Dónde hacerlo? El negocio va a estar ubicado en las afueras de la ciudad.

¿Cuándo lo inicio? Dentro de tres meses empezará a funcionar.

¿Por qué lo hago? Porque quiero obtener mayores ingresos.

Administración de Pequeñas Empresas. Pág. 13 -15)

IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

La administración representa una herramienta vital en todos los cambios de la vida moderna, aunque en muchas ocasiones suele pasarse por alto su importancia.

Desde tiempos prehistóricos aparece la administración de grupos y organizaciones. Hasta los grupos más sencillos de cazadores y recogedores de alimentos reconocen y obedecen a un jefe o a un grupo de líderes que son responsables del bienestar común. A medida que las sociedades crecieron y adquirieron mayor complejidad, se hizo más evidente la necesidad de organizarse y administrarse.

Por ejemplo, un gobierno municipal no puede ser manejado por cualquier persona; se necesitan administradores y empleados adecuados para dirigir las operaciones de una ciudad.

La administración tiene sus raíces en la antigüedad. Sin embargo, el nacimiento de la administración moderna se inicia con la Revolución Industrial, cuando se detectó la necesidad de un nuevo enfoque administrativo, al cual sus precursores denominaron **administración científica. Según ANZOLA Sérvulo. (Pág.16)**

PRINCIPIOS GENERALES DE LA ADMINISTRACIÓN

Según Fayol..... Sostenía que los principios de la administración son flexibles, que no son únicos y que se deben aplicar independientemente de si las condiciones son especiales o cambiantes. Por ello, con base en su experiencia formuló catorce principios que pueden resumirse de la siguiente manera:

División del trabajo.- Las personas deben especializarse según sus habilidades innatas para desempeñar con mayor eficiencia su oficio. La división del trabajo implica dividir las actividades con características similares o parecidas, en grupos efectivos de trabajo.

.Autoridad.- El pequeño empresario tiene que dar órdenes para que se cumplan las tareas. La autoridad es el poder o derecho de mandar.

Disciplina.- El personal de una empresa tiene que respetar las reglas y convenios que gobiernan a la misma.

Unidad de mando.- Los empleados deben recibir órdenes únicamente de un solo superior o jefe.

Unidad de dirección.- Las operaciones que tienen el mismo objetivo que deben ser dirigidas por una sola persona, que trabaja en.

Remuneración.- Es el pago que reciben por su trabajo, tanto los empleados como los patrones.

Orden.- Los materiales y las personas deben estar en el lugar adecuado, en el momento adecuado; es decir, un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.

Equidad.- implica igualdad y justicia con respecto a todas las personas.

Estabilidad.- Cambiar de actividad en forma continua es inconveniente para el eficiente funcionamiento del trabajo, ya que provoca el desconcierto de quienes lo realizan.

Iniciativa.- Debe darse a las personas libertad para concebir y llevar a cabo sus planes.

Espíritu de grupo.- Subraya la necesidad de trabajo en equipo, así como la importancia de la comunicación para obtenerlo. **(Pág. 18)**

LA DIRECCIÓN EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

Definición

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en los procesos industriales y el impacto de la electrónica, tanto en los aspectos productivos como en los de gestión y control de las actividades económicas, hacen que cada vez sea más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial.

La incesante aparición de nuevos productos y la evolución de los mercados llevan a una necesidad de conocer el día a día para poder reaccionar de una manera ágil y eficaz, a fin de evitar ser marginados del mercado por la competencia o por la obsolescencia de los productos ofertados.

Todo aquello nos lleva a considerar imprescindible la toma de conciencia de que el pequeño y mediano empresario debe mantener, constantemente, una actitud de permanente actualización y optar siempre por métodos de gestión empresarial cada vez más sofisticados y profesionalizados. **Según NAVARRO, Joaquín. (Pág. 121)**

EL DIRECTIVO COMO ELEMENTO DINÁMICO DE LA EMPRESA

El director es el elemento en el que se basa la vida y la continuidad de la empresa. En un sistema cambiante y de alta competencia, es la calidad y capacidad de los directores lo que determina el éxito de una actividad económica y, más aún, su continuidad.

La dirección de la empresa es el órgano de la sociedad encargado de hacer productivos sus recursos, es decir, es responsable de lograr, de un modo organizado, el progreso de dicha empresa.

- Un defecto característico de un directivo mal preparado es no saber integrar y coordinar las partes de la organización que tiene a su cargo.
- Un mal directivo no sabe detectar aquello que resulta esencial en las cuestiones que tiene planteadas su empresa y, por consiguiente, no puede concentrarse en las mismas.

Función de la empresa

El director debe ser capaz de ver la empresa como un todo y de integrar su propia función, así como ser capaz de relacionar sus productos e industria dentro del ambiente total, descubrir qué es significativo en él y tenerlo en cuenta para tomar sus decisiones.

Tendrá, en suma, que aprender a ver cada vez más las novedades económicas, políticas y sociales a nivel mundial e integrar las tendencias en sus propias decisiones.

En el ámbito de la pequeña y mediana empresa esto implica una constante búsqueda de la eficiencia tanto personal como de cada uno de los elementos que la componen. Para ello el director debe, ante todo, consagrarse a la permanente formación personal y mantener un constante conocimiento de su empresa, su mercado y, como hemos dicho, del devenir económico político y social internacional.

.TRIUNFO / FRACASO

En la problemática de la pequeña y mediana empresa, la primera observación importante es que muy pocos tropiezos se deben únicamente a un desconocimiento técnico por parte del empresario; raro es el constructor que tiene

problemas sólo porque no conoce a fondo el negocio de la construcción, el minorista de alimentación que no sale adelante exclusivamente porque carece de una visión global y un conocimiento detallado del sector alimentario, o el pequeño fabricante que no puede competir por el mínimo motivo de desconocer algún secreto de los métodos de fabricación que le atañen.

Falta de experiencia directiva

El 18% de los fracasos en la pequeña y mediana empresa se deben, a la falta de experiencia en la dirección del negocio. Esta experiencia se logra adquiriendo primero un bagaje técnico en todos los aspectos de la dirección, y preocupándose luego de asegurar la puesta al día de los conocimientos directivos. También hay que tener prevista la continuidad de la dirección para el caso de que falte el responsable. Dos medidas apuntan hacia la solución de este problema:

- Adquirir una formación directiva completa y actualizada.
- Capacitar al posible sucesor en la dirección.

Desconocimiento del sector

Muchos hombres de empresa confunden la capacidad y experiencia adquirida en un sector de la economía con una disposición innata que les asegura el triunfo en cualquier actividad empresarial que deseen acometer. Por ello, recomendamos sinceramente a todo aquel que desee emprender un negocio que contraste sus conocimientos del sector.

Para evitar el fracaso de su gestión, el empresario debe conocer bien el sector económico en el que se desenvuelve.

DINÁMICA DE LAS FUNCIONES DE DIRECCIÓN

Las actividades básicas que hemos enumerado con anterioridad tienen en su ejecución la función de regular la evolución de la empresa. De la correcta aplicación de las mismas depende el éxito.

Esto debe hacernos reflexionar sobre las claves que conducen a ese crecimiento dinámico y al aumento constante de las ventas y los beneficios. Si la pequeña y mediana empresa aspira a su consolidación y prosperidad, no está por demás analizar qué aspectos pueden asimilarse de las grandes sin perder sus características peculiares. Entre las más importantes, trataremos las siguientes:

- La planificación.
- La coordinación (u organización).
- El control.
- La evaluación.
- La retroalimentación.

Planificación

Esta técnica consiste en estudiar cuál va a ser, presumiblemente, la actividad de una empresa en los próximos años. La gran empresa planifica siempre, llegando a veces a cubrir un horizonte temporal de cinco a diez años, y esos planes los tiene constantemente presentes. Además elabora presupuestos para los años venideros, tanto más detallados cuanto más cercano está el ejercicio en cuestión. El pequeño empresario, por el contrario, suele estar demasiado ocupado con sus tareas diarias para emplear su tiempo en planificar el futuro de su empresa. Debería ser consciente, sin embargo, de que la planificación le permite tomar medidas hoy para hacer frente a los problemas que se producirán mañana.

Coordinación / Organización

Se refiere, a la coordinación del potencial humano de la empresa de un modo eficiente y fácilmente evaluable, es decir, la organización. Resulta muy importante dotar a un negocio de una organización y estructura óptimas que permitan la división del trabajo y la correlativa asignación de responsabilidades.

En la pequeña y mediana empresa, los recursos humanos son escasos, y un solo hombre o un grupo reducido de mandos tienen que ocuparse de todas las tareas directivas, el mismo hombre es, a la vez:

- Dueño
- Director general
- Director administrativo
- Analista financiero
- Director de ventas

Esta diversificación funcional del pequeño y el mediano empresario es bastante difícil de lograr. El fenómeno tiene dos causas principales: la primera es la dificultad de adquirir un conocimiento profundo en todas las ramas de la dirección empresarial; la segunda es la falta de tiempo para cumplir con todas las obligaciones a la vez.

Control

Para el logro de sus objetivos, el director necesita mantener un adecuado conocimiento de la evolución de la empresa. A este fin es imprescindible que la información que le llegue sea suficiente, ágil y fiable. Así podrá mantener un adecuado nivel de control, tanto en lo referente al cumplimiento de sus objetivos como al grado de eficiencia de cada uno de los sectores de la empresa.

Podríamos decir que el control es el que regula el comportamiento de la organización empresarial. Para poder hacer efectivo el control sobre toda la empresa, el director debe poner en marcha sistemas que le aseguren obtener una información que cumpla con los siguientes requisitos:

- **Claridad:** La información debe ser clara y precisa, de modo que pueda ser leída e interpretada con un esfuerzo mínimo.
- **Amplitud:** Debe cumplir toda la empresa y tratar de los hechos esenciales.
- **Homogeneidad:** Debe ser coherente y más sintética cuanto mayor sea el nivel jerárquico que la recibe.
- **Adaptabilidad:** La información debe ser revisada para adecuarse a las cambiantes condiciones de la empresa.
- **Económica:** Su utilidad debe ser mayor que su costo.
- **Periodicidad:** La información debe presentarse en plazos previamente determinados.
- **Fiabilidad:** Debe ser comprobable y exacta.

Enciclopedia Práctica PYMES, (123 – 150)

LA DIRECCIÓN Y EL MARCO DE REFERENCIA LEGAL

Definición

En el momento en que nace la idea de emprender una actividad económica determinada, existen una serie de decisiones que pueden afectar el buen fin de dicho negocio. Es de vital importancia que, se analice el tipo de actividad que se piensa desarrollar, los medios con que se cuenta y la localización de la sede social, y que se defina la forma jurídica que enmarcará la vida de la sociedad.

Toda empresa nace de la unión entre una o varias personas que pretenden llevar a cabo una actividad económica en común, y cuentan con una idea que procuran poner en práctica y con un capital para hacerlo factible.

La forma jurídica que se decida adoptar deberá estar en función de los intereses de los fundadores y la legislación vigente. Según NAVARRO Joaquín (Pág. 195)

SISTEMAS DE PENSIONES

Los sistemas sociales han evolucionado en los últimos decenios, así también, podría decirse que han evolucionado los conceptos relativos a la protección que deben recibir las personas cuando cesan de trabajar por razones de edad, enfermedad u otras causas justificadas.

Son muy diversos los sistemas de pensiones que existen actualmente y van desde los que están enteramente a cargo del Estado hasta los de carácter privado.

Los pequeños empresarios demuestran un interés creciente por los planes de pensiones, y esto se debe principalmente a las siguientes razones:

- Porque la población del país tiene ahora una expectativa de vida más larga.
- Por causa de la competencia comercial.
- Por las ventajas que se derivan de la adopción de esos planes.

El establecimiento y mantenimiento de un plan de pensiones abarca muchos factores, uno de los cuales es su costo. Las características del plan, los beneficios que se desea conseguir mediante su contratación y los medios de financiamiento son otros tantos elementos decisivos a la hora de determinar el costo presente y futuro de un plan de pensiones.

Las últimas décadas han significado un desarrollo sustancial de la mejora de los aspectos sociales, en especial la previsión que garantiza una vida digna y confortable a cualquier persona cuando deja de formar parte de la población activa.

Ventajas de carácter general

La adopción de un plan de pensiones aporta una serie de ventajas, tanto en el orden laboral como en el tributario, entre las cuales se pueden citar las siguientes:

Beneficios laborables

- Derecho a una pensión mensual al llegar a la edad de jubilación.
- Beneficios por terminación del empleo. Éstos dependen del tipo de plan que la empresa ha adoptado y deben estar previstos en un plan de participación en las ganancias o en un plan de pensiones. Son optativos, y si los empleados contribuyen al plan, siempre tendrán el derecho a recibir la devolución de sus contribuciones en el caso de que se retire del mismo.

- Beneficios por incapacidad. Éstos se conceden al empleado si queda incapacitado antes de llegar a la edad del retiro. El empleado recibe, por lo general, menos que cuando se jubila normalmente, y la cantidad exacta que ha de percibir está en función de sus años de servicio y de su edad.
- Beneficios a los herederos. Éstos garantizan a la familia del empleado fallecido casi toda su pensión si el fallecimiento ocurre antes de su jubilación normal.

Beneficios tributarios

- Dentro de ciertos márgenes, son deducibles como gastos empresariales.
- Las contribuciones de los empleados son deducibles de sus propios impuestos.
- Los fondos de pensiones en fideicomiso y sus ganancias están exentos del impuesto.
- Los empleados no tienen que incluir en su declaración de renta los fondos que la empresa coloca a su nombre en el plan de pensiones.
- A la edad de la jubilación, los empleados pueden obtener un tratamiento preferencial en materia de impuestos.

Para conseguir las anteriores ventajas, la empresa tiene que acogerse a un plan de pensiones autorizado por la correspondiente autoridad tributaria.

LA FISCALIDAD

El impuesto es la cuota parte de la riqueza que los ciudadanos (o empresas) dan obligatoriamente al Estado y a los entes administrativos locales de derecho administrativo, para ponerlos en condiciones de proveer a la satisfacción de las

necesidades colectivas. Su carácter es coactivo y su producido se destina a la prestación de servicios de utilidad general y de naturaleza indivisible.

A esta definición cabría la posibilidad de subdividirla entre el concepto de impuesto y el de tasa. Así, impuesto corresponde a una función del Estado, de interés general y de carácter indivisible, mientras que tasa es el precio pagado por un servicio cuyo beneficio puede discriminarse concretamente.

El impuesto se utiliza, así mismo, con fines económicos, es decir, como un medio de corregir tendencias y situaciones naturales del comercio y de la producción, constituyendo un medio eficaz, en manos del Estado, de fomentar o desalentar el desarrollo de la industria, el comercio exterior (importaciones y exportaciones), el consumo y la circulación de mercaderías.

TIPOS DE IMPUESTOS

Los tipos de impuestos vigentes en los diferentes sistemas tributarios, podemos citar partiendo de vario criterios:

Por su naturaleza

- **Directos.** Son aquellos que gravan directamente al contribuyente, sin que exista por parte de éste la posibilidad de trasladarlo a otras personas.
- **Indirectos.** Son aquellos repercutibles en terceros, ya que, en realidad quien paga el impuesto es el consumidor final del bien o servicio gravado. El empresario actúa como agente de retención/recaudación del impuesto y está obligado a ingresarlo en la hacienda pública en unos modos y plazos fijados por la legislación fiscal.

Por su incidencia visible

- **Al consumo.** Generalmente indirectos.
- **A la renta. Directos;** se aplican a todo tipo de ingresos o rentas de personas físicas y jurídicas.
- **Al capital. Directo,** se aplica por la sola tenencia de bienes.

Por su gravitación

- Proporcionales.
- Progresivos

GESTIÓN FISCAL

Por lo general, los diferentes sistemas impositivos evolucionan mediante legislaciones fiscales cada vez más complejas. Ello comporta inexorablemente la necesidad de contar con una sólida formación en la materia y una constante actualización.

Si a esto añadimos que la empresa es utilizada como agente de recaudación y de retención para varios tipos de impuestos (impuesto sobre el valor agregado, impuesto sobre las rentas del trabajo personal, ya sea en relación de dependencia o de profesionales independientes, etc.), vemos que se constituye un enorme complejo y de alto riesgo para la empresa.

La permanente actualización en esta materia por medio de algunas de las fuentes indicadas permite a la empresa evitar cualquier tipo de sanciones a la vez que explotar al máximo las diferentes posibilidades de desgravaciones, bonificaciones, deducciones o devoluciones de impuestos.

Los modernos equipos de proceso electrónico permiten a las autoridades tributarias un control casi inmediato de la gestión. **Enciclopedia Práctica PYMES (Pág. 264 -273)**

LOS RECURSOS HUMANOS

Definición

Desde finales de la década de los ochenta, los países iniciaron un proceso de apertura económica. En otras palabras, abrieron sus fronteras, con el fin de facilitar el intercambio de bienes y servicios. En este marco de economía globalizada las pequeñas y medianas empresas, más conocidas como PYMES, tuvieron que replantear la orientación gerencial que habían practicado en términos de la transformación de los recursos físicos y económicos. Por esta razón, es necesario que los directivos de las pequeñas y medianas empresas conozcan los componentes propios de la gerencia del recurso humano, con el fin de desarrollar una ventaja competitiva sostenible, basada en la educación y el conocimiento que son la base del desarrollo de las personas o de los talentos humanos que hacen parte de la organización. El área del recurso humano dentro de la organización deber servir de apoyo para el diseño, la formulación y la implementación de las estrategias organizacionales. **Según, Martínez. Leonor Carmen (pág. 105)**

EL RECURSO HUMANO EN LAS PYMES

Las PYMES requieren de la profesionalización de los procesos gerenciales tales como la planeación, organización, dirección y control.

- **Planeación.-** es la identificación y selección de los objetivos de las PYMES.
- **Organización.-** es la definición de las tareas, actividades y procesos dentro de la estructura organizacional de las PYMES.

- **Dirección.-** es la coordinación de las actividades relacionadas con la gerencia del recurso humano en las PYMES
- **Control.-** es el sistema de monitorear y hacer seguimiento a los objetivos de las PYMES.

La profesionalización del área del recurso humano en las PYMES se debe hacer a través de la capacitación de los ejecutivos que son responsables del área y de la puesta en marcha de los procesos y procedimientos propios del área. **Según (Huselid, Jackson y Schuler 1997 y Cuthill, 2000 (Pág. 106)**

LA GERENCIA DEL RECURSO HUMANO

Está relacionada con las actividades que ayudan a identificar las necesidades de la organización, con respecto a los recursos humanos.

El Directivo del recurso humano en las PYMES debe saber que para crear una fuerza laboral más competitiva en el ámbito internacional y para contar con una mano de obra más flexible se requiere desarrollar la competencia laboral. La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución del trabajo, es una capacidad real y demostrada

Según (Hanson,(1995 p. 107).

La gerencia de recursos humanos ha hecho énfasis en el conocimiento, las habilidades y las capacidades del trabajador, lo importante es que éstas sean complementadas con la competencia laboral según (Sánchez, 2000).

Las competencias se asocian con la estrategia para generar ventajas competitivas, la productividad y la gestión del recurso humano son los pilares fundamentales para alcanzar estas ventajas **según Mertens, (1997. Pág. 107)**

EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos son fundamentales para el buen funcionamiento de una empresa, ya que una buena o mala gestión en esta área repercutirá en los otros dos pilares de la organización: los recursos técnicos y materiales.

El factor humano como recurso

Evitar la rutina y buscar nuevas metas y objetivos, tanto personales como de la empresa, es la clave para mantener la motivación de los trabajadores.

La colaboración del personal es un elemento clave de los recursos humanos; su ausencia puede impedir la realización de tareas necesarias para el funcionamiento de la empresa.

El espíritu de empresa es un factor fundamental respecto de la vivencia que el empleado pueda tener de la misma.

El manejo de los recursos humanos consiste en recibir, analizar y dar respuesta a las demandas y problemas que puedan surgir respecto de las personas que componen la organización: selección, formación, políticas salariales, evaluación del desempeño y el análisis de las necesidades forman parte de esta área.

La motivación

Para Marisol Catalán (2000 pág. 4) “En su aceptación más sencilla, significa mover, conducir, impulsar a la acción”. La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo tendiente a la obtención de los objetivos, de acuerdo con los estándares o patrones esperados.

El ser humano tiene ciertas necesidades espirituales, como es el reconocimiento y el aprecio por haber realizado bien su tarea.

La motivación del personal dependerá de la filosofía que la directiva transmita por medio de sus acciones en materia de selección, capacitación, disciplina, relaciones jerárquicas, promoción, retribución, etc.

CARACTERÍSTICAS DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS PYMES

a) Si las grandes empresas disponen de departamentos de recursos humanos, con una buena dotación de recursos materiales y un prestigio dentro de la organización, esto no basta para evitar la dificultad de conocer de cerca a los empleados y el ambiente en el que desempeñan su trabajo.

b) Las relaciones humanas hace que en aquellas empresas pequeñas o medianas, el contacto es más directo y cotidiano.

c) La competitividad, la rivalidad, los enfrentamientos directos o velados así como la necesidad de motivaciones e incentivos, posibilidades de crecimiento de personal, etc., son elementos que están presentes en todo grupo humano.

La conducción de personas implica una dimensión ética que se manifiesta en el ejercicio responsable del cargo. Joaquín Navarro (pág. 283)

LOS OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Los recursos humanos han de ser un servicio al conjunto de la estructura empresarial y deben cumplir una función de impulso y apoyo. Uno de los objetivos fundamentales en todo plan de desarrollo de recursos humanos es el logro de mejoras sectoriales e integrales de la gestión empresarial.

Para ello cuenta con dos vías

- La elaboración e implementación de los programas que el departamento gestiona. Dentro de los que se contemplan con más frecuencia están los de selección de personal, formación y política salarial.
- La valoración e integración del departamento en el contexto de la empresa, es decir la participación y el apoyo en las actividades funcionales y transversales de la empresa. Aquí entrarían las informaciones y la injerencia en la toma de decisiones que sus programas abarcan.

Un elemento clave en el manejo de las relaciones humanas es tomar en cuenta la opinión de los empleados. Contar con ellos para la solución de los problemas, además de ser necesario, despertará el espíritu de colaboración.

LA GESTIÓN DEL PERSONAL

Estimación de las necesidades personales

Una tarea primordial del empresario cuando va a iniciar la actividad se centra en la estimación del número de empleados y después, cuando la empresa está en funcionamiento, hay que efectuar análisis periódicos del personal, necesario para aumentarlo si la compañía está en expansión, o si se tiene prevista una ampliación, o para amortizar algunos puestos de trabajo si la actividad disminuye o los nuevos métodos mecanizados de producción liberan personal de determinadas funciones.

El enriquecimiento de las tareas, la participación y la corresponsabilidad en las decisiones garantizan la satisfacción y la autoestima del trabajo.

La estimación realizada debe responder a las necesidades reales de la empresa, porque un exceso de mano de obra significa mayores costos, personal utilizado por debajo de sus posibilidades y desmoralización, o malos hábitos de ese mismo personal; pero una falta de mano de obra puede entrañar el incumplimiento de la

producción planificada y la existencia de personal sometido a una tensión excesiva.

Para ello, el primer paso consiste en definir la tarea y el número de horas como también es preciso conocer el perfil de la persona que se ha de buscar.

Contratación

La contratación de personal es otro de los asuntos que no se pueden dejar al azar cuando la necesidad presiona. Ante todo, debe responder a un plan elaborado con tiempo suficiente y en el que se especifiquen los requisitos necesarios.

Además, hay que si dejamos la contratación del personal en manos de las necesidades inmediatas, puede ocurrir que no estemos contratando a la persona adecuada sino únicamente a la que estaba disponible en ese momento.

Tareas del gestor de personal

La trayectoria personal y profesional efectuada por los empleados de una empresa, es un elemento fundamental de su buen funcionamiento. Se trata de un área de trabajo, hace que la planificación y la organización estén presentes a lo largo de todo el proceso como son:

- Hacer un análisis a fin de identificar las necesidades (tanto de selección de personal nuevo como de rotaciones, de formación, etc.).
- Planificar y realizar los procesos de selección de personal.
- Supervisar y asesorar en la contratación y retribución de los empleados.

- Coordinar los planes de formación pertinentes.
- Colaborar en la implementación de sistemas de evaluación del desempeño.
(Pág. 284 – 286).

LA EVALUACIÓN DE PERSONAL

Es analizar el desempeño del trabajador en su puesto y las contribuciones que él hace para mejorar los procesos productivos o de servicios de las PYMES según (La Penta, y Jacobs, 1996). Lo más importante en el proceso de la evaluación es la retroalimentación que el colaborador recibe por parte de su orientador, ya que de esta manera el proceso se convierte en algo motivador y enriquecedor para el empleado.

La evaluación debe hacerse formalmente dos veces al año, pero informalmente cada vez que el orientador tenga que dar alguna recomendación al empleado para mejorar su desempeño (Jones, George y Hill, 1998). Los aspectos que se deben tener en cuenta para la evaluación del desempeño son la calidad, la productividad, el conocimiento del trabajo, puntualidad, responsabilidad, disponibilidad, para realizar tareas extra, el trabajo en equipo y la autonomía personal.

Política salarial

Un buen programa de política salarial debe propiciar el equilibrio necesario entre la calidad de vida de los empleados y la rentabilización exigida por la economía de la organización.

El salario, la forma más simple de retribución, se halla en relación directa con el trabajo ocupado, la responsabilidad que comporta y el grado de esfuerzo realizado.(Pág.302)

FORMAS DE RETRIBUCIÓN

Remuneración directa

Está asociada con los parámetros que miden la producción del empleado.

- Se trata del sueldo o salario por tiempo de trabajo, que depende del tiempo dedicado a la empresa. Puede fijarse en salario por hora, por jornada de trabajo, por semanas o por meses.
- Otro método es el pago por unidad producida o vendida.
- Un método intermedio entre el salario fijo y el pago por unidad es el de primar la producción que exceda de un cierto límite
- .Se aplica por lo general a los empleados de confianza y los directivos, la participación en los beneficios, manteniendo un sueldo fijo de acuerdo con los beneficios obtenidos por la empresa

Retribución indirecta

Tiene un componente legal, que varía según el país de que se trate, y otro voluntario.

- Pago de los días festivos.
- Vacaciones anuales pagadas.
- Pago o complemento de sueldo por las ausencias debidas a enfermedad.
- Pago a los organismos oficiales o privados para cubrir, enfermedad, jubilación o ambas.
- Asistencia médica y hospitalaria.
- Ayuda económica por enfermedad.
- Dotaciones para el disfrute del tiempo libre.

RECLUTAMIENTO, COMPENSACIÓN, Y CAPACITACIÓN

La administración de los recursos humanos en la nueva economía global requiere de cambios trascendentales en las prioridades de los directivos de empresas. Sin embargo, el proceso de globalización que estamos viviendo requiere de un cambio de estilo administrativo pues las prioridades actuales de las empresas demandan estructuras productivas y tareas flexibles, capacitación integral y sistemas participativos.

La compensación, capacitación y reclutamiento de los recursos humanos son partes esenciales para la supervivencia, competitividad y funcionamiento efectivo de las PYMES.

La meta es poder integrar los procesos utilizados en el manejo efectivo de los recursos humanos dentro del marco de la administración de las PYMES.

El reclutamiento del personal adecuado en la parte más importante para el funcionamiento óptimo de las PYMES, pues los recursos humanos representan el componente más significativo de los costos de producción de la empresa.

La capacitación efectiva del personal ocupado es uno de los desafíos más importantes que enfrentan las PYMES, pues existe la necesidad continua de que este tipo de empresas se adapte al cambio. Por esto, cualquier política de capacitación y adiestramiento debe estar basada en el aprendizaje continuo. Por otro lado, se requiere convencer a los altos directivos de las empresas que la capacitación y el cambio son elementos necesarios para la supervivencia de las PYMES. Estas ideas de capacitación y productividad provienen de la teoría económica del capital humano.(IRIGOYEN, Horacio. Pág. 119 – 121).

FORMACIÓN

La formación en el puesto de trabajo permite que cada empleado conozca perfectamente su labor y tenga el máximo de recursos a su alcance para su correcta realización.

Evaluación de la formación.- La evaluación está relacionada con su operatividad. Se trata de un momento en el que se valoran los hechos a la luz de los objetivos prefijados y de los hallazgos acaecidos durante el proceso.

La formación en el puesto de trabajo.- Requiere la presencia de jefes o personal de mando con una cierta capacidad como formadores.

DIRECTIVOS

¿Cuál debe ser la procedencia de estos directivos?, la propia empresa. Nada motiva más a los empleados de todos los niveles de la organización que la seguridad de que pueden acceder a puestos más altos por medio del conocimiento, la entrega y fidelidad a la empresa y la mejora de su trabajo, es decir que tienen un cierto margen de desarrollo y progreso dentro de la empresa.

Las pequeñas y medianas empresas no quedan excluidas de esta necesidad general de rejuvenecimiento. Si muchas de ellas no progresan **o fracasan, es porque no han sabido planificar a tiempo una renovación** de los directivos, desde los inferiores hasta los superiores.

Los directivos constituyen el soporte de la empresa y su gestión vehiculiza la política de la organización en el resto de los empleados, **de ahí la importancia de una correcta selección y formación de los mismos. (pág. 327)**

Función coordinadora de la gerencia

En las relaciones laborales, la dimensión más importante de esta función coordinadora del empresario, es la calidad del trabajo de sus empleados, que consiste en formar, orientar, estimular y dirigir a sus hombres.

La gerencia es responsable del buen funcionamiento del conjunto: toma las decisiones y fija los objetivos. Los efectos de la falta de planificación y organización repercuten en el plano económico y humano de toda empresa **(.Pág.327)**

Responsabilidad en distintos niveles.

Toda persona que presta sus servicios en una empresa a cambio de una remuneración tiene un grado de responsabilidad, que varía según el cargo que ocupe.

El empleado tendrá que hacer lo mejor posible su trabajo, pero no tendrá que ocuparse de lo que hagan sus compañeros.

El responsable de una sección está obligado a su perfecto ensamblaje con las demás secciones dentro de todo que es la empresa en su conjunto. **(Pág. 330)**

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA EN ESTADOS FINANCIEROS.

Definición

La forma de organización que la empresa elige influye directamente en las operaciones de la empresa tales como impuestos, pasivos (deudas), sucesión

(dentro del organigrama de la empresa) y en otras posibilidades financieras, de esta manera la selección de la forma organizacional de una empresa es de vital importancia para el funcionamiento efectivo de las PYMES.

Las empresas pequeñas regularmente se dividen en dos categorías: los negocios familiares y las empresas promotoras.

Los negocios familiares ofrecen una fuente de empleo para el dueño y sus familiares

Los negocios familiares se interesan en las ganancias, pero solo en la medida que exigen los objetivos personales del dueño. Es el crecimiento y las ganancias lo que principalmente motiva a las empresas promotoras, este tipo de dueños busca que su empresa sea atractiva para los inversionistas y/o llegar a ser una gran empresa, las diferencias entre los negocios familiares y las promotoras se deben principalmente a que cada tipo de organización tiene objetivos distintos.

En la propiedad, una sola persona es quien opera la empresa y quien la posee. El dueño es quien tiene derecho a todos los beneficios que la empresa provee. El propietario es quien recibe las ganancias de la empresa y quien asume las pérdidas, riesgos y el pago de las deudas. **ANZOLA, Sérvulo. Pág. 35 – 36)**

SELECCIÓN DE LA FORMA DE ORGANIZACIÓN

La forma de organización depende de varios factores, es imposible llenar todos los requisitos de la empresa pequeña. Sin embargo, es importante que el dueño tome la decisión después de comprender las diferentes ventajas y limitaciones de cada una de las categorías.

Los costos iniciales aumentan conforme la empresa crecen. La propiedad menos costosa que una sociedad y está a su vez es menos costosa que la corporación, los costos no son tan altos como para cubrirlos a largo plazo.(Pág. 44)

RESPONSABILIDAD DE LOS DUEÑOS

Dentro de la propiedad y la sociedad no hay distinción entre la empresa y sus dueños. Esto significa que los dueños son personalmente responsables por todas las obligaciones que adquiera la empresa, en contraste en la sociedades limitadas y los tipos de corporación la responsabilidad de los accionistas es equivalente a la cantidad invertida en el negocio, sin embargo, a muchos de los dueños de empresas pequeñas con estas formas de organización se les piden garantías personales para avalar obligaciones financieras.

La propiedad es recomendable para los negocios familiares, especialmente en su inicio (por ejemplo, para detallistas, tiendas de abarrotes y otros pequeños establecimientos comerciales). Para las empresas promotoras que planean crecer rápidamente o para aquellas que participan en el mercado mundial, este tipo de forma de organización puede traer severas desventajas.

En resumen dos de los puntos más importantes que deben considerarse al momento de elegir la forma de organización de una empresa pequeña son:

- La necesidad de capital a largo plazo
- La protección de los dueños sobre obligaciones que pueda adquirir el negocio.

La mayoría de las PYMES en el mundo adoptan estas formas de organización ya sea dentro del sector formal o del informal. Resulta difícil para los dueños de pequeñas empresas obtener préstamos ya que las instituciones requieren de

garantías personales por parte del dueño antes de autorizar el préstamo. Para las empresas en crecimiento y que buscan proteger a sus accionistas de las obligaciones de la empresa existen varios tipos de organización que incluyen la responsabilidad limitada dentro de cada uno de los países que se analizaron. Administración de PYMES. (Pág. 45 – 47.)

EL PROCESO DE ORGANIZACIÓN

El proceso de organización, ya sea de la empresa como un todo de cada una de las partes consiste en:

- Dividir el trabajo que se ha de realizar en tareas individuales.
- Definir las relaciones que se establecen entre las personas que deben cumplir con dichas

Cuando en una organización se cree un entorno que permita que todos los directivos se transformen en líderes, tendremos una empresa auto dirigida y autor renovada.

Como vemos, existe una retroalimentación dentro de la empresa. Siempre observaremos que, en el momento en que llegamos a resultados, estos vuelven a integrarse en los problemas que debemos resolver.

LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

La palabra comunicación deriva del latín communis, común. Cuando nosotros comunicamos, estamos tratando de establecer algo en común con alguien, es decir, intentamos compartir una información, una idea, una actitud. El lenguaje es el medio principal de comunicación, en el sentido más amplio, comunicación es la interrelación a través de palabras, cartas o medios similares de expresión de pensamientos y opiniones, concluimos que también es información.

El problema es de muy diferente solución según se trate de una gran empresa o de un pequeño negocio. Para el pequeño empresario la situación cambia ya que, dado su contacto directo son los subordinados, es el principal encargado de mantener esos canales en un adecuado funcionamiento. (pág. 349)

Una buena comunicación evita suspicacias y facilita la toma de decisiones de la dirección.

Ventajas de la comunicación

La comunicación incrementa el rendimiento de los empleados. Las circunstancias de nuestra época hacen cada vez más necesario el trabajo en equipo y que todas las personas que forman parte de la empresa estén perfectamente compenetradas e informadas. El Director es el representante de la empresa, pero, a la vez, también es un miembro del grupo de personas que la integran.

Deben tener siempre presente que sus funciones incluyen el trato con las demás personas, las cuales tienen sentimientos y emociones y que, al ser comprendidas, interpretadas y bien dirigidas, mejorarán su actitud y rendimiento en el trabajo.

La comunicación ayuda al director a conocer los distintos condicionamientos de la empresa. El jefe debe conocer las distintas condiciones que puedan influir en el mayor o menor rendimiento de la empresa en todos los niveles, lo cual resultaría imposible sin una adecuada comunicación.

El directivo de la pequeña empresa tiene la ventaja de que su contacto con el personal es directo e inmediato. (pág. 351)

SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN

Según Blanco de Tella:

“El control es una función complementaria de la programación que permite conocer los resultados obtenidos, valorarlos en atención a las previsiones contenidas en el programa y adoptar las medidas necesarias de rectificación y ajuste”. (pág. 383)

El control sirve para facilitar el ejercicio de las restantes funciones de la dirección, hasta tal punto que puede afirmarse que toda empresa constituye, básicamente, un sistema de control. En las empresas con un personal reducido, el control de la actividad cotidiana es ejercido directamente por el empresario, cuando el número de empleados aumenta, debe realizarse esta función a través de los mandos o supervisores, los cuales, a su vez, serán controlados por el ejecutivo.

ORGANIZACIÓN FORMAL

Esta misma puede haberse producido de forma espontánea por la existencia de algunas necesidades específicas, o puede ser el resultado de la aplicación consciente de principios reconocidos para una situación dada.

En las empresas de pequeñas dimensiones, con pocos directivos, puede no ser necesario formalizar la estructura de la organización.

Según DENIS GABOR FÍSICO, “Lo que entorpece el entendimiento de la coyuntura económica es la contradicción que se ha desarrollado entre economía privada y economía estatal. El individuo, o la empresa individual, no pueden malgastar su dinero; pero el Estado si puede hacerlo. (Enciclopedia Práctica de las PYMES (pág. 397).

PLANIFICACIONES

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Nacional Técnico 22 De Marzo
PLANIFICACION INTERDISCIPLINARIA ANUAL

1. DATOS INFORMATIVOS:

- | | | |
|------|----------------|-------------------------------------|
| 1.1. | Área | : Comercio y Administración |
| 1.2. | Especialidad | : Contabilidad y Administración |
| 1.3. | Asignatura | : Contabilidad |
| 1.4. | Año | : Tercero Bachillerato |
| 1.5. | Investigadoras | : Srta. Cedeño Isabel – Yépez Rocío |
| 1.6. | Año Lectivo | : 2011– 2012 |

2. CÁLCULO DEL TIEMPO

2.1.	SEMANAS LABORABLES		40
2.2.	MENOS 20% IMPREVISTOS		8
	TOTAL		32
2.3.	MENOS PASANTIAS (3 MESES)		12
2.4.	SEMANAS DISPONIBLES		20
2.5.	PERÍODOS A LA SEMANA	20 X 4 =	80
2.6.	PERÍODOS DISPONIBLES		80

3. CARACTERIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de administración forma parte de las Unidades de Competencia que son el pilar fundamental para alcanzar la Competencia General de la Especialidad de Contabilidad y Administración. Contiene Unidades de Trabajo muy importantes relacionadas con la Empresa, Administración, Microempresas otros.

Constituyen temas fundamentales que deben conocer los futuros bachilleres del Área Técnica ya que una vez que estos se inserten en el campo laboral tendrán los suficientes conocimientos sobre tipos de empresas que deben firmar, sus derechos como trabajadores o empleados, sus obligaciones, sus riesgos y sobre todo la capacidad de emprender su propio negocio.

4. COMPETENCIA GENERAL

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicios.

5. UNIDAD DE COMPETENCIA

Conocer las medidas de protección concernientes a la seguridad de la empresa y conocer la situación socioeconómica y de inserción profesional del sector de administración de empresas y su marco legal y laboral.

6. ELEMENTOS DE COMPETENCIA

- Detectar las situaciones de riesgo más habituales en el ámbito laboral que puedan afectar a la empresa y al medio ambiente y aplicar las medidas de protección y prevención correspondientes.

- Diferenciar las formas y procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia.
- Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y su proyección profesional.
- Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan las empresas.

7. CRITERIOS DE REALIZACIÓN

- Reconocer la importancia fundamental para las personas el cumplimiento de las normas legales de contabilidad en el trabajo. Conocer los derechos y obligaciones de los trabajadores relativos a la empresa.
- Conocer los elementos de la planificación que regirán a nuestra empresa y la manera de evitarlos.
- Reconocer los daños que pueden producir en la microempresa, accidentes y enfermedades profesionales, y sus consecuencias. Distinguir los diferentes tipos de incapacidad o invalidez laboral.
- Reconocer las diferentes técnicas de prevención de riesgos laborales. Conocer las principales medidas de protección personal en los puestos de trabajo.
- Distinguir las señales de seguridad existentes.

- Identificar las lesiones más frecuentes producidas a causa de los accidentes de trabajo.
- Conocer las funciones de las organizaciones sindicales, en especial de las más representativas.
- Reconocer a las personas u órganos con capacidad para negociar y representar a los trabajadores dentro de la empresa.
- Identificar los factores que influyen en las relaciones laborales y conocer el marco donde se desarrollan dichas relaciones. Conocer los organismos públicos y privados que facilitan la información, formación y el acceso al trabajo.
- Identificar las ofertas formativas y la demanda laboral referidas a la formación e intereses personales. Identificar y evaluar las propias capacidades, actitudes y conocimientos, con valor profesionalizado.
- Conocer los mecanismos de oferta y demanda en los procesos de selección de las empresas.
- Describir el proceso a seguir en la búsqueda de ocupación por cuenta ajena. Cumplimentar la documentación para obtener empleo.
- Aplicar técnicas y procedimientos que le faciliten el acceso al trabajo. Organizar la documentación y planificar la búsqueda.

- Identificar otra forma de inserción laboral, el autoempleo o el trabajo por cuenta propia.
- Describir los procesos necesarios para crear una empresa.
- Distinguir y comparar las distintas modalidades de empresas que existen según la legislación ecuatoriana vigente. Identificar y cumplimentar la documentación necesaria para constituirse como trabajador por cuenta propia.
- Plantearse la conveniencia de crear una empresa propia como medio de inserción socio laboral.

8. UNIDADES DE TRABAJO

UNIDAD DE TRABAJO: 1 – **La empresa (27p).**

UNIDAD DE TRABAJO: 2 – **Administración (18 p).**

UNIDAD DE TRABAJO: 3 – **Microempresa. (35p).**

9. BLOQUES TEMÁTICOS

CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL
<p>CONCEPTOS UNIDAD I La empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es una actividad económica en forma regular, independientemente de su forma jurídica. <p>UNIDAD II Administración</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo. • La administración en la actualidad se encuentra en todas las actividades: en la casa, en la oficina, en la escuela, en el gobierno, en la iglesia. <p>UNIDAD III Microempresa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es la organización económica de hecho, administrada por una o 	<p>PROCEDIMIENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la importancia fundamental para que logre sus metas, y mantener a la empresa enfocada. • Conocer los derechos y obligaciones de los trabajadores relativos a la empresa. • Distinguir los responsables de la empresa. • Conocer los elementos los elementos básicos de la administración y los puntos principales de la labor de un administrador • Distinguir los diferentes tipos de líderes que son responsables del bienestar común. • Reconocer las diferentes organizaciones económicas. 	<p>ACTITUDES, VALORES Y NORMAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cooperar en el trabajo en equipo con actitud tolerante y receptiva ante las opiniones de los demás. • Sensibilizars e ante las cuestiones de seguridad e higiene en el trabajo y medio ambiente • Cumplir a cabalidad con el rol que ocupa en la empresa, atendiendo las normas de contabilidad.. • Tener iniciativa para solicitar colaboración • adaptarse a los cambios. • Tener empatía en

<p>más personas emprendedoras que tiene objetivos económicos, éticos sociales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguir las personas emprendedoras. • Plantearse la conveniencia de crear una empresa propia como medio de inserción socio laboral • Describir los procesos necesarios para crear una empresa 	<p>el trato con los compañeros de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valorar la expresión correcta y la utilización de los términos adecuados en su ámbito de competencia. • Valorar la importancia de saber escuchar. • Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. • Responsabilizarse de la confidencialidad en el acceso a la documentación.
------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Presenta el profesor/a, del programa general del bachillerato técnico en Comercio y Administración. en la especialidad de «Contabilidad y Administración».
- Elaboran una lista de tareas propias de un auxiliar en Contabilidad y Administración, clasificándola según los diferentes puestos de trabajo.
- Realizan la puesta en común para integrar las clasificaciones realizadas en una única Competencia General.
- Elaboran una lista de los recursos y medios más utilizados.
- Define el profesor/a del objetivo del módulo de «Contabilidad.

- Realizan un coloquio para una primera aproximación a las individualidades de cada alumno.
- Realizar trabajos de investigación, visitando a empresas y bajando información de Internet.
- Realización de debates y puestas en común sobre las observaciones realizadas y las conclusiones obtenidas en las actividades anteriores
- Realización de informes sobre las visitas efectuadas a empresas.
- Exponen los estudiantes sobre lo que ellos han investigado.
- Distinguir a través de gráficos los riesgos que pueden tener los empleados en el campo laboral.
- Aplicar técnicas y procedimientos que le faciliten el acceso al trabajo. Organizar la documentación y planificar la búsqueda.
- Identificar otra forma de inserción laboral, el autoempleo o el trabajo por cuenta propia.
- Luego de aplicar la técnica de la investigación se describirá los procesos necesarios para crear una empresa.
- Distinguir y comparar las distintas modalidades de empresas que existen según la legislación ecuatoriana vigente. Identificar y cumplimentar la documentación necesaria para constituirse como trabajador por cuenta propia.
- A través de la técnica de la simulación o juego se planteará la conveniencia de crear una empresa propia como medio de inserción socio laboral.

11. MÉTODOS

- MÉTODO CIENTIFICO
- MÉTODO HEURÍSTICO
- MÉTODO SOLUCIÓN DE PROBLEMAS
- MÉTODO INVESTIGATIVO
- MÉTODO DISCUSIONES DIRIGIGAS

12. RECURSOS MATERIALES

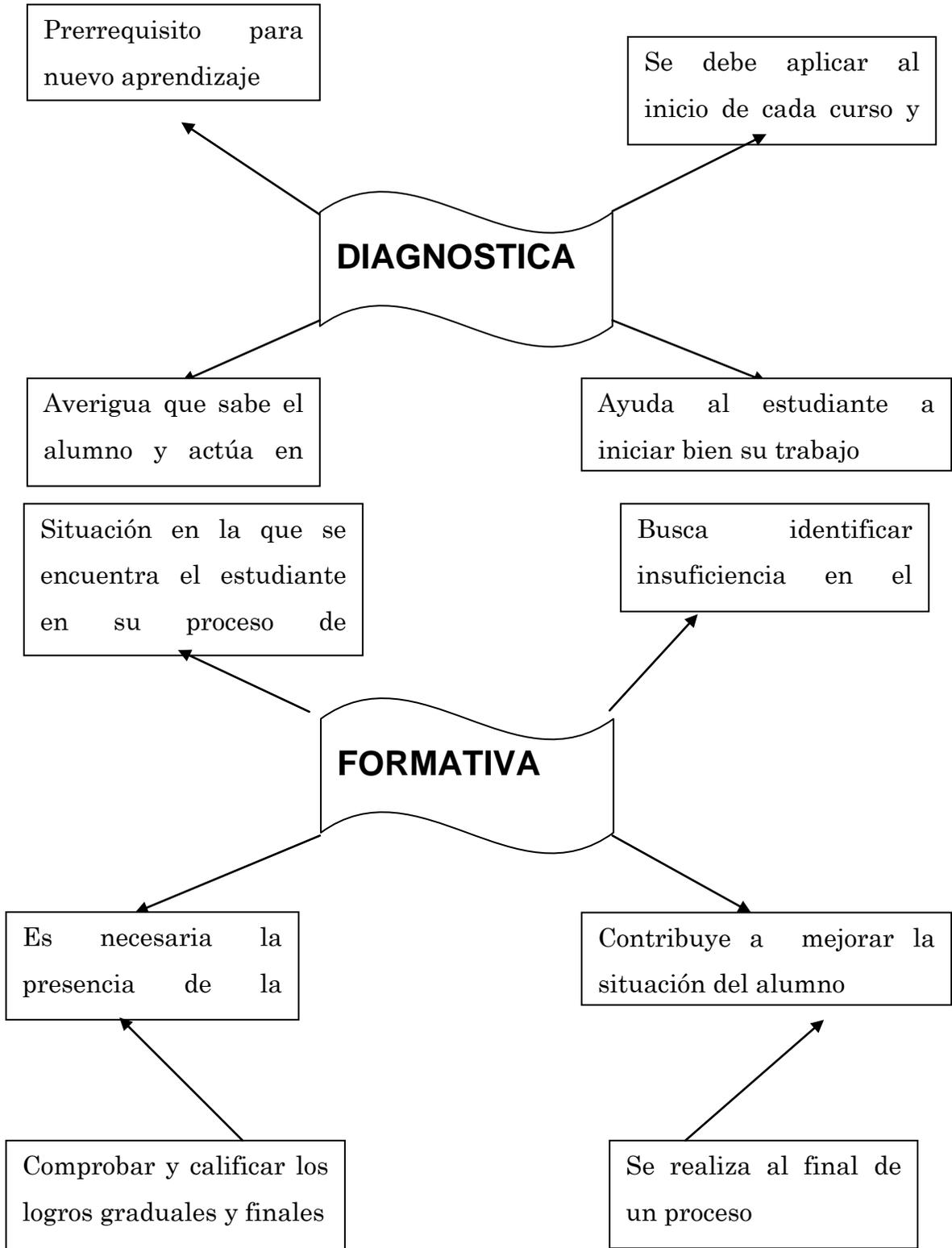
- **Bibliografía especializada**
- **Módulo**
- **Aulas Taller**
- **Internet**
- **Leyes**
- **Reglamentos**
- **Normas**
- **Folletos**
- **Carpetas**
- **Cuadernos**
- **Calculadoras**
- **Equipos de audio y video**

13. PROCESO DE EVALUACIÓN

Es el proceso de obtención de información, y la emisión de juicios que sirven para la toma de decisiones en el proceso educativo.

Las funciones de la evaluación son tres.

- **DIAGNOSTICA**
- **FORMATIVA**
- **SUMATIVA**



EVALUACION

Los siguientes parámetros de evaluación serán aplicables a: actividades de clase y extra clase, evaluaciones de unidades o evaluaciones trimestrales (exámenes).

Destrezas (actividades prácticas) que equivaldrá al 60% de la nota (12 puntos).

La valoración de las

Tipo procedimental, se evaluarán las

- capacidades de tipo procedimental (prácticas) se realizará evaluando los trabajos en clase, ejercicios prácticos, talleres, entre otros que haya realizado el alumno, suponiendo el 50% (10 puntos) de la calificación de este apartado,
- El 50% (10 puntos) de la parte práctica se evaluarán de la siguiente forma:
 - Preparación de la práctica, documentación del proceso, etc. **2 puntos**
 - Desarrollo de la práctica (Realización de cálculos, valores y porcentajes, trabajos e informes escritos, etc. **6 puntos**
 - Calidad en la entrega de los trabajos, exactitud en los cálculos, etc. **2 puntos**
- Las capacidades actitudinales del alumnado, tales como, el interés por el trabajo que está desarrollando, el orden en el puesto de trabajo, la forma de afrontar los problemas, tiempo de ejecución, puntualidad, limpieza en el desarrollo, etc., constituye el 10% (2 puntos) restantes.

14. BIBLIOGRAFÍA

- BIBLIOTECA COMPUTARIZADA ENCARTA
- BRAVO, Mercedes ..“Contabilidad General” Segunda edición
- CAICEDO, Mauro. “Ajustes y Regulaciones en Contabilidad Comercial” 1ra. Edición.
- CAMPAÑA, Ernesto “Boletín el Contador” Colecciones
- GUAJARDO, Gerardo (1995).”Contabilidad Financiera “ Editorial Mc.Graw Hill 2da. Edición
- GUAJARDO, Gerardo (1991) “Contabilidad” Editorial Mc.Graw Hill 1ra. Edición.
- GUÍA DIDÁCTICA: “Proceso Contable Automatizado”, 2003.
- HARGADON, Bernard.“Principios de Contabilidad” Editorial Norma
- LIZARAZO, Mireya “Guía Práctica de Contabilidad”
- MALDONADO , Hernán “Manual de Contabilidad por Especialidades”. Tomo I Colecciones.
- MOLINA, Antonio.“Contabilidad General”
- SARMIENTO , Rubén (2000) .“Contabilidad General “ 5ta Edición . Quito-Ecuador
- VÁSCONEZ, José Vicente .“Introducción a la Contabilidad” 4ta. Edición.
- VIZUETA, Gonzalo .“Contabilidad General” Tecnicopia Publicitaria
- ZAPATA, Pedro:.”Contabilidad General”; Ediciones Mc.Graw Hill, México, 2004.

- TROYA, JARAMILLO, “Estudios de derecho tributario”

- KOOTS / O’ DONNEL L, C, (1987) “Administración”. Editorial Mac. Graw – Hill, México.

- MEJIA, Braulio, (1994) “Gerencia de Procesos”, Ecoe, Ediciones, Bogotá Colombia.

- TORO, Enrique, (2002) “Planificación Estratégica”, Escuela Politécnica Nacional, Quito, Ecuador.

- STONER, James A. F. / OTRO, (1989) “Administración” , Prentice may, Hispanoamérica, S. A. México.

- REYES PONCE, Agustín, "Administración de Empresas", Segunda Parte, Editorial Limusa, México.
- TOTELA, Myers Michele / OTRO, "Administración mediante la comunicación", Un enfoque organizacional, Editorial Mc. Graw- Hill, México, Primera Edición.
- PEREZ Camacho , Efraín "Índice y Código de Trabajo", Editorial FOCET, Cepsi, Quito, Ecuador.
- VASQUEZ, Germán "Curso de Legislación laboral", editorial Señal, 16ta. Edición
- VASQUEZ, Germán (1990) "Cooperativismo" 8va. Edición.
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES, "Código de Trabajo."
- CORPORACIÓN DE ESTUDIOS Y PUBLICACIONES "Ley del artesano."
- FUNDACIÓN CARVAJAL "Administración de personal" 9na. Edición.
- ALMEIDA de, Mercedes (1995) "Documentación Mercantil."
- **BUXARRAIS, M.R. *La formación del profesorado en educación en valores. Propuesta y materiales.* Bilbao. Ed. Desclée de Brouwer, S.A. 1997**
- **BUXARRAIS, M^a R.; MARTÍNEZ, M. I PUIG, J.M^a, TRILLA, J. *La educación Moral en primaria y en secundaria.* Ed. MEC/ Edelvives, 1995**

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO Nacional Tecnico22 De Marzo
PLANIFICACION DE UNIDAD DIDACTICA

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 1
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.7.	Investigadoras	: Cedeño Isabel- Roció Yépez
1.8.	Año Lectivo	: 2010 – 2011

2. COMPETENCIA GENERAL.

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicios.

2. UNIDAD DE TRABAJO No. 1: Introducción al módulo –Empresa.

TEMAS:

- Definición de empresa
- Introducción
- Lineamientos básicos para la elaboración de planes de negocios
- los componentes básicos de un plan de negocios
- el éxito en los negocios
- características del empresario moderno
- la misión de una empresa
- como empezar un negocio
- organización de la empresa

3. OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

- Reconocer la importancia fundamental de las empresas y el cumplimiento de las normas ecuatoriana y la seguridad en el trabajo
- Conocer los derechos y obligaciones de los trabajadores relativos a su campo profesional.
- Elaborar un plan de negocios

.TIEMPO ESTIMADO: 27periodos

CONTENIDOS

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none">• Es una actividad económica en forma regular, independientemente de su forma jurídica.• Es la entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar las actividades con la producción y comercialización de bienes muebles y servicios para satisfacer las necesidades humanas.	<ul style="list-style-type: none">• Reconocer la importancia fundamental para que logre sus metas, y mantener a la empresa enfocada.• Conocer los derechos y obligaciones de los trabajadores relativos a la empresa.• Distinguir los responsables de la empresa.•	<ul style="list-style-type: none">• ACTITUDES, VALORES Y NORMAS• Cooperar en el trabajo en equipo con actitud tolerante y receptiva ante las opiniones de los demás.• Sensibilizarse ante las cuestiones de seguridad e higiene en el trabajo y medio ambiente• Cumplir a cabalidad con el rol que ocupa en la empresa, atendiendo las normas de contabilidad..

		<ul style="list-style-type: none"> • Tener iniciativa para solicitar colaboración • adaptarse a los cambios. • Tener empatía en el trato con los compañeros de trabajo. • Valorar la expresión correcta y la utilización de los términos adecuados en su ámbito de competencia. • Valorar la importancia de saber escuchar. • Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. • Responsabilizarse de la confidencialidad en el acceso a la documentación.
<p><u>Primera etapa</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de conocimiento previos y desarrollo de competencias en base a la aplicación de cuestionarios • Identificar el grado de conocimientos básicos de los estudiantes acerca de la asignatura contabilidad. • Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los temas iniciales. • Reconocer la importancia fundamental para las personas el cumplimiento de las normas sobre la empresa. • Conocer los derechos y obligaciones de los 	

	<p>trabajadores.</p> <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de cuestionarios de evaluación diagnóstica y análisis de resultados para ubicar al grupo en el cierto nivel de conocimiento. • Entablar un dialogo con los estudiantes para tener claro conocimiento acerca de sus expectativas, en relación al estudio de este nuevo modulo dentro del proyecto de reforma de la especialidad. • Entrega de documentos guías. <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dina mica de representation ▪ Lluvia de ideas ▪ Dar a conocer resultados de evaluación diagnóstica ▪ Indicaciones generales. ▪ Recomendaciones para desarrollar un buen proceso de aprendizaje durante este año académico. <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluación diagnóstica ▪ Participación en clase de los estudiantes, desarrollo de trabajos en clase
<p><u>Segunda etapa</u> <u>DEMOSTRACIÓN</u></p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivar al estudiante para que adopte una actitud positiva frente al proceso de aprendizaje que se va a iniciar. ▪ Demostrar la importancia del estudio de la asignatura de Contabilidad ▪ Conocer cuáles son los organismos responsables por precautelar a la salud física y mental de los trabajadores ▪ Valorar la importancia de la empresa. <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entablar un diálogo sobre la importancia de la asignatura. ▪ Exponer a los estudiantes criterios sobre el tema, para lograr el entendimiento total de los temas a tratarse en la primera unidad. ▪ Entrega de documento guía para el análisis de los

	<p>distintos temas a tratarse.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de las instrucciones de trabajo que contienen las guías didácticas. ▪ Desarrollar de la técnica investigativa. <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogo ▪ Exposiciones ▪ Entrega de documento guía para su lectura y análisis en el aula. ▪ Desarrollo de instrucciones que contienen las guías didácticas. ▪ Explicación y motivación hacia el tema ▪ Lluvia de ideas <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> -Participación en clase -Desarrollo de instrucciones -Medir el grado de atención que presta el estudiante en el transcurso de las clases -Aporte de ideas -Pruebas
<p><u>Tercera etapa</u> <u>PRACTICA</u></p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar los conocimientos adquiridos sobre el tema. ▪ Transformar los contenidos teóricos estudiados en prácticas, a través del desarrollo de simulaciones y juegos. <p>. Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ . Entablar un diálogo referente a la empresa y su importancia. ▪ Trabajar interactivamente a través de opiniones vertidas en el aula sobre el tema. ▪ Investigación en bibliografía especializada acerca del tema. <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aclarar las dudas existentes en los estudiantes acerca del tema. ▪ Investigaciones. ▪ Comentarios. ▪ Preguntas y respuestas. ▪ Lluvia de ideas <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ . ▪ Participación en clase ▪ Entrega de trabajos. ▪ Pruebas.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO Nacional Tecnico22 De Marzo
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 1
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.7.	Investigadoras	: Cedeño Isabel- Roció Yopez
1.8.	Año Lectivo	: 2010– 2011

ACTIVIDAD No 1.

Introducción al módulo – EMPRESAS –

- Definición de empresa
- Introducción
- Lineamientos básicos para la elaboración de planes de negocios
- los componentes básicos de un plan de negocios
- el éxito en los negocios
- características del empresario moderno
- la misión de una empresa
- como empezar un negocio
- organización de la empresa

Tiempo Estimado: 27 periodos	Realización: Todo el equipo
Ubicación: Aula Taller y Aula de Clases	
<p>Objetivos de la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar los conocimientos previos que tienen los estudiantes antes de iniciar el nuevo año lectivo ➤ Especificar lo que constituye la empresa ➤ Conocer Cuales son organismos responsables de proteger la integridad física y mental del trabajador. ➤ Enlistar las principales funciones de las empresas <p>Medios didácticos, tecnológicos y documentos de apoyo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento guía • Carteles • Textos 	

- Cuestionarios de evaluación

Secuencia / desarrollo de la actividad

PROFESOR:

- Dinámica de presentación ,con el propósito de conocer al elemento con el que vamos a trabajar en el presente año
- Charla motivacional para predisponer a los estudiantes hacia una actitud positiva del aprendizaje que se inicia
- Aplicar del cuestionario de evaluación diagnostica
- Análisis de resultados, conjuntamente entre profesores y estudiantes
- Entrega de documentos guías por parte de la maestra.
- Lluvia de ideas basándose en los temas referentes a la prioridad y actuación en accidentes y los primeros auxilios
- Desarrollo de las instrucciones que contienen las guías didácticas como. Glosarios, lecturas, esquemas, gráficos, investigaciones, entre otros.
- Se establecerá un tiempo determinado para la entrega de dichos trabajos.

ESTUDIANTES:

- Se presentan y dan a conocer sus expectativas
- Los estudiantes emitirán su criterio de acuerdo a los temas planteados por la maestra.
- Resolver el cuestionario diagnostico entregado por la maestra
- Análisis de resultados conjuntamente con los maestros
- Recepción del primer documento guía para proceder a utilizarlo de acuerdo a las instrucciones que contempla el mismo.
- Comentar de acuerdo al tema planteado con ideas, criterios, etc.
- Desarrollo de instrucciones que contiene el documento guía.
- Entrega del trabajo realizado a la maestra.

Seguimiento de la actividad por parte del profesor:

- Dirige a todos estudiantes para que participen.
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los estudiantes para la realización de la tarea asignada.

Evaluación:

- Participación en clase.
- Desarrollo de trabajos individuales.
- Desarrollo de trabajos grupales.
- Desarrollo de instrucciones de la guía.
- Pruebas.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO Nacional Tecnico22 De Marzo
PLAN DE CLASE N.-1

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 1
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.8.	Investigadora	: Srta. Isabel Cedeño-Rocío Yépez
1.8.	Año Lectivo	: 2009– 2010

ACTIVIDAD No 1. Introducción al módulo – Definición de empresa

- Introducción
- Lineamientos básicos para la elaboración de planes de negocios
- los componentes básicos de un plan de negocios

Tiempo Estimado: 2 periodos	Realización: Todo el equipo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: ✓ Dinámica de presentación ✓ Determinar los conocimientos previos que tienen los estudiantes antes de iniciar el nuevo año lectivo	

- ✓ Especificar lo que constituye la empresa

- ✓ Conocer cuáles son los componentes básicos de un plan de negocios.

Medios didácticos, tecnológicos y documentos de apoyo

- Documento guía
- Carteles
- Textos
- Cuestionarios de evaluación

Secuencia / desarrollo de la actividad

PROFESOR:

- Dinámica de presentación ,con el propósito de conocer al elemento con el que vamos a trabajar en el presente año
- Charla motivacional para predisponer a los estudiantes hacia una actitud positiva del aprendizaje que se inicia
- Aplicar del cuestionario de evaluación diagnóstica
- Análisis de resultados, conjuntamente entre profesores y estudiantes
- Entrega de documentos guías por parte de la maestra.
- Lluvia de ideas basándose en los temas referentes de la empresa
- Desarrollo de las instrucciones que contienen las guías didácticas como. Glosarios, lecturas, esquemas, gráficos, investigaciones, entre otros.
- Se establecerá un tiempo determinado para la entrega de dichos trabajos.

ESTUDIANTES

- Se presentan y dan a conocer sus expectativas
- Los estudiantes emitirán su criterio de acuerdo a los temas planteados por la maestra.

- Resolver el cuestionario diagnostico entregado por la maestra
- Análisis de resultados conjuntamente con los maestros
- Recepción del primer documento guía para proceder a utilizarlo de acuerdo a las instrucciones que contempla el mismo.
- Comentar de acuerdo al tema planteado con ideas, criterios, etc.
- Desarrollo de instrucciones que contiene el documento guía.
- Entrega del trabajo realizado a la maestra.

Seguimiento de la actividad por parte del profesor:

- Dirige a todos estudiantes para que participen.
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los estudiantes para la realización de la tarea asignada.

Evaluación:

- Participación en clase.
- Desarrollo de trabajos individuales.
- Desarrollo de trabajos grupales.
- Desarrollo de instrucciones de la guía.
- Pruebas.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO Técnico Nacional 22 De Marzo
PLANIFICACION DE UNIDAD DIDACTICA

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 2
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.7.	Investigadora	: Isabel Cedeño Roció Yopez
1.8.	Año Lectivo	: 2010 – 2011

2. COMPETENCIA GENERAL.

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicios.

UNIDAD DE TRABAJO No. 2: Introducción al módulo – ADMINISTRACION

- Gestión administrativa
- Concepto de administración
- Elementos básicos de la administración
- Importancia de la administración
- Principios generales de la administración
- La empresa y el medio ambiente
- Como afecta el medio ambiente a la administración

3. OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

- Identificar el grado de conocimientos básicos de los estudiantes acerca de la asignatura de administración.
- Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los temas iniciales.
- Reconocer la importancia fundamental para las personas el cumplimiento de las normas sobre la administración.

TIEMPO ESTIMADO: 18 periodos

UNIDAD N.-II ADMINISTRACION

CONTENIDOS

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> • Consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo. • La administración en la actualidad se encuentra en todas las actividades: en la casa, en la oficina, en la escuela, en el gobierno, en la iglesia. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los elementos los elementos básicos de la administración y los puntos principales de la labor de un administrador • Distinguir los diferentes tipos de líderes que son responsables del bienestar común. 	<ul style="list-style-type: none"> • ACTITUDES, VALORES Y NORMAS • Cumplir a cabalidad con el rol que ocupa en la empresa, atendiendo las normas de contabilidad.. • • Tener iniciativa para solicitar colaboración • adaptarse a los cambios. • Tener empatía en el

		<p>trato con los compañeros de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valorar la expresión correcta y la utilización de los términos adecuados en su ámbito de competencia. • Valorar la importancia de saber escuchar. • Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. • Responsabilizarse de la confidencialidad en el acceso a la documentación.
<p>Primera etapa PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el grado de conociendo básicos de los estudiantes acerca de la asignatura de contabilidad • Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los temas iniciales. • Conocer los derechos y obligaciones de los trabajadores relativos a la salud y seguridad <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entablar un dialogo con los estudiantes para tener claro conocimiento acerca de sus expectativas, en relación al estudio de este nuevo modulo dentro del proyecto de reforma de la especialidad. • Charlas motivacionales • Entrega de documentos guías. 	

	<p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lluvia de ideas ▪ Indicaciones generales. ▪ Recomendaciones para desarrollar un buen proceso de aprendizaje durante este año académico. <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluación diagnóstica ▪ Participación en clase de los estudiantes, desarrollo de trabajos en clase
<p><u>Segunda etapa</u> <u>DEMOSTRACIÓN</u></p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivar al estudiante para que adopte una actitud positiva frente al proceso de aprendizaje que se va a iniciar. ▪ Demostrar la importancia del estudio de la asignatura de contabilidad. ▪ Valorar la importancia de la administración. <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entablar un diálogo sobre la importancia de la asignatura. ▪ Exponer a los estudiantes criterios sobre el tema, para lograr el entendimiento total de los temas a tratarse en la segunda unidad. ▪ Entrega de documento guía para el análisis de los distintos temas a tratarse. ▪ Desarrollo de las instrucciones de trabajo que contienen las guías didácticas. ▪ Desarrollar de la técnica investigativa. <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogo ▪ Exposiciones ▪ Entrega de documento guía para su lectura y análisis en el aula. ▪ Desarrollo de instrucciones que contienen las guías didácticas. ▪ Explicación y motivación hacia el tema ▪ Lluvia de ideas <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> -Participación en clase -Desarrollo de instrucciones -Medir el grado de atención que presta el estudiante en el transcurso de las clases -Aporte de ideas -Pruebas

<p><u>Tercera etapa</u> <u>PRACTICA</u></p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar los conocimientos adquiridos sobre el tema. ▪ Transformar los contenidos teóricos estudiados en prácticas, a través del desarrollo de simulaciones y juegos. <p>▪ . Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ . Establar un diálogo referente a la administración y su importancia. ▪ Trabajar interactivamente a través de opiniones vertidas en el aula sobre el tema. ▪ Investigación en bibliografía especializada acerca del tema <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aclarar las dudas existentes en los estudiantes acerca del tema. ▪ Investigaciones. ▪ Comentarios. ▪ Preguntas y respuestas. ▪ Lluvia de ideas <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ . ▪ Participación en clase ▪ Entrega de trabajos. ▪ Pruebas.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO Técnico Nacional 22 De Marzo
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 2
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.8.	Investigadora	: Srta. Isabel Cedeño Roció Yopez
1.9.	Año Lectivo	: 2009 – 2010

ACTIVIDAD No 1.

Introducción al módulo – La salud laboral –ADMINISTRACION

TEMA: UNIDAD N.-2

- Gestión administrativa
- Concepto de administración
- Elementos básicos de la administración
- Importancia de la administración
- Principios generales de la administración
- La empresa y el medio ambiente
- Como afecta el medio ambiente a la administración

Tiempo Estimado: 18 periodos	Realización: Todo el equipo
Ubicación: Aula Taller y Aula de Clases	
Objetivos de la actividad: <ul style="list-style-type: none">• Identificar cuáles son los principios generales de la administración	

- Conocer cuáles son los elementos básicos de la administración
- Distinguir las diferentes tipos de administración

Medios didácticos, tecnológicos y documentos de apoyo

- Documento guía
- Carteles
- Textos
- Cuestionarios de evaluación

Secuencia / desarrollo de la actividad

PROFESOR:

- Charla motivacional para predisponer a los estudiantes hacia una actitud positiva del aprendizaje que se inicia
- Entrega de documentos guías por parte de la maestra.
- Desarrollo de las instrucciones que contienen las guías didácticas como. Glosarios, lecturas, esquemas, gráficos, investigaciones, entre otros.
- Se establecerá un tiempo determinado para la entrega de dichos trabajos.

ESTUDIANTES:

- Los estudiantes emitirán su criterio de acuerdo a los temas planteados por la maestra.
- Resolver el cuestionario diagnóstico entregado por la maestra
- Análisis de resultados conjuntamente con los maestros
- Recepción del primer documento guía para proceder a utilizarlo de acuerdo a las instrucciones que contempla el mismo.
- Comentar de acuerdo al tema planteado con ideas, criterios, etc.
- Desarrollo de instrucciones que contiene el documento guía.

- Entrega del trabajo realizado a la maestra.

Seguimiento de la actividad por parte del profesor:

- Dirige a todos estudiantes para que participen.
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los estudiantes para la realización de la tarea asignada.

Evaluación:

- Participación en clase.
- Desarrollo de trabajos individuales.
- Desarrollo de trabajos grupales.
- Desarrollo de instrucciones de la guía.
- Pruebas.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO Técnico Nacional 22 De Marzo
PLAN DE CLASE N.-1

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 2
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.7.	Investigadora	: Srta. Isabel Cedeño Roció Yopez
1.8.	Año Lectivo	: 2010– 2011

ACTIVIDAD No 1. Introducción al módulo – ADMINISTRACION

- Gestión administrativa
- Concepto de administración
- Elementos básicos de la administración
- Importancia de la administración

Ubicación: Aula

Objetivos de la actividad:

- ✓ Especificar lo que constituye administración
- ✓ Conocer cuáles son los organismos responsables de proteger la integridad física y mental del trabajador.
- ✓ Enlistar los elementos de la administración

Medios didácticos, tecnológicos y documentos de apoyo

- Documento guía

- Carteles
- Textos
- Cuestionarios de evaluación

Secuencia / desarrollo de la actividad

PROFESOR:

- Charla motivacional para predisponer a los estudiantes hacia una actitud positiva del aprendizaje que se inicia
- Entrega de documentos guías por parte de la maestra.
- Lluvia de ideas basándose en los temas referentes a la prioridad y actuación en accidentes y los primeros auxilios
- Desarrollo de las instrucciones que contienen las guías didácticas como. Glosarios, lecturas, esquemas, gráficos, investigaciones, entre otros.
- Se establecerá un tiempo determinado para la entrega de dichos trabajos.

ESTUDIANTES

- Comentar de acuerdo al tema planteado con ideas, criterios, etc.
- Desarrollo de instrucciones que contiene el documento guía.
- Entrega del trabajo realizado a la maestra.

Seguimiento de la actividad por parte del profesor:

- Dirige a todos estudiantes para que participen.
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los estudiantes para la realización de la tarea asignada.

Evaluación:

- Participación en clase.
- Desarrollo de trabajos individuales.
- Desarrollo de trabajos grupales.
- Desarrollo de instrucciones de la guía.
- Pruebas.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO NACIONAL TECNICO 22 DE MARZO
PLANIFICACION DE UNIDAD DIDACTICA

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 3
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.7.	Investigadora	: Cedeño Isabel – Yépez Rocío
1.8.	Año Lectivo	: 2009 – 2010

2. COMPETENCIA GENERAL.

Efectuar las operaciones básicas o auxiliares de gestión administrativa, en el ámbito privado y/o público, con arreglo a las normas de organización interna, a las instrucciones recibidas y a la legislación vigente, de forma eficiente y con calidad de servicios.

2. UNIDAD DE TRABAJO No. 1: Introducción al módulo – LA MICROEMPRESA

TEMA

- Definición
- Requisitos para crear la microempresa
- Pasos para conformar la microempresa
- El directivo como elemento dinámico de la empresa
- Triunfo/fracaso, sus causas.
- Dinámica de las funciones de dirección

- La dirección y el marco de referencia legal
- La responsabilidad, cobertura posibles
- Sistemas de pensiones
- Tipos de impuestos
- Gestión fiscal
- Clasificación de las empresas.

3. OBJETIVO DE LA UNIDAD DE TRABAJO:

- Diferenciar los diferentes tipos de empresa existentes en nuestro país para tener un mejor conocimiento.
- Conocer los pasos que se deben seguir para crear y conformar la microempresa.
- Reconocer la prioridad de inversión de las microempresas. Realizar algunas técnicas de aprendizaje.

TIEMPO ESTIMADO: 35 períodos

CONTENIDOS

CONCEPTOS	PROCEDIMIENTOS	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none"> • La microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocer la importancia fundamental para que logre sus metas, y mantener a la microempresa enfocada. 	<ul style="list-style-type: none"> • ACTITUDES, VALORES Y NORMAS • Cooperar en el trabajo en equipo con actitud tolerante y receptiva ante las opiniones de los demás.

<ul style="list-style-type: none"> • Como se crea y se conforma una microempresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer los pasos para estructurar la microempresa. • Conocer lo que establece la ley de Microempresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir a cabalidad con el rol que ocupa en la empresa, atendiendo las normas de contabilidad.. • Tener iniciativa para solicitar colaboración • adaptarse a los cambios. • Tener empatía en el trato con los compañeros de trabajo. • Valorar la expresión correcta y la utilización de los términos adecuados en su ámbito de competencia. • Valorar la importancia de saber escuchar. • Valorar el trabajo metódico, organizado y realizado eficazmente. • Responsabilizarse de la confidencialidad en el acceso a la documentación.
<p><u>Primera etapa</u> PREPARACIÓN</p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de conocimiento previos y desarrollo de competencias en base a la aplicación de cuestionarios 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar el grado de conocimientos básicos de los estudiantes acerca de la asignatura contabilidad. • Predisponer a los estudiantes para el estudio y ejecución de los temas iniciales. • Reconocer la importancia fundamental para las personas el cumplimiento de las normas sobre la empresa. • Conocer los derechos y obligaciones de los trabajadores. <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de cuestionarios de evaluación diagnóstica y análisis de resultados para ubicar al grupo en el cierto nivel de conocimiento. • Entablar un dialogo con los estudiantes para tener claro conocimiento acerca de sus expectativas, en relación al estudio de este nuevo modulo dentro del proyecto de reforma de la especialidad. • Entrega de documentos guías. <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinámica de representation ▪ Lluvia de ideas ▪ Dar a conocer resultados de evaluación diagnóstica ▪ Indicaciones generales. ▪ Recomendaciones para desarrollar un buen proceso de aprendizaje durante este año académico. <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluación diagnóstica ▪ Participación en clase de los estudiantes, desarrollo de trabajos en clase
<p><u>Segunda etapa</u> <u>DEMOSTRACIÓN</u></p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivar al estudiante para que adopte una actitud positiva frente al proceso de aprendizaje que se va a iniciar.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demostrar la importancia del estudio de la asignatura de Contabilidad ▪ Conocer cuáles son los organismos responsables por precautelar a la salud física y mental de los trabajadores ▪ Valorar la importancia de la empresa. <p>Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entablar un diálogo sobre la importancia de la asignatura. ▪ Exponer a los estudiantes criterios sobre el tema, para lograr el entendimiento total de los temas a tratarse en la primera unidad. ▪ Entrega de documento guía para el análisis de los distintos temas a tratarse. ▪ Desarrollo de las instrucciones de trabajo que contienen las guías didácticas. ▪ Desarrollar de la técnica investigativa. <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dialogo ▪ Exposiciones ▪ Entrega de documento guía para su lectura y análisis en el aula. ▪ Desarrollo de instrucciones que contienen las guías didácticas. ▪ Explicación y motivación hacia el tema ▪ Lluvia de ideas <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> -Participación en clase -Desarrollo de instrucciones -Medir el grado de atención que presta el estudiante en el transcurso de las clases -Aporte de ideas -Pruebas
<p><u>Tercera etapa</u> <u>PRACTICA</u></p>	<p>Objetivos</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar los conocimientos adquiridos sobre el tema. ▪ Transformar los contenidos teóricos estudiados en prácticas, a través del desarrollo de simulaciones y juegos. <p>. Estrategias</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ . Entablar un diálogo referente a la empresa y su importancia. ▪ Trabajar interactivamente a través de opiniones vertidas en el aula sobre el tema.

	<ul style="list-style-type: none">▪ Investigación en bibliografía especializada acerca del tema <p>Actividades</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Aclarar las dudas existentes en los estudiantes acerca del tema.▪ Investigaciones.▪ Comentarios.▪ Preguntas y respuestas.▪ Lluvia de ideas <p>Evaluación</p> <ul style="list-style-type: none">▪ .▪ Participación en clase▪ Entrega de trabajos.▪ Pruebas.
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO NACIONAL TECNICO 22 DE MARZO
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 3
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.7.	Investigadora	: Srta. Isabel Cedeño
1.8.	Año Lectivo	: 2010 – 2011

ACTIVIDAD No 1.

Introducción al módulo – la microempresa –

TEMA

- Definición
- Requisitos para crear la microempresa
- Pasos para conformar la microempresa
- El directivo como elemento dinámico de la empresa
- Triunfo/fracaso, sus causas.
- Dinámica de las funciones de dirección
- La dirección y el marco de referencia legal
- La responsabilidad, cobertura posibles
- Sistemas de pensiones
- Tipos de impuestos
- Gestión fiscal
- Clasificación de las empresas

Tiempo Estimado: 35 periodos	Realización: Todo el equipo
Ubicación: Aula Taller y Aula de Clases	
<p>Objetivos de la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer cuáles son los pasos para conformar la microempresa • Reconocer cuales son los tipos de empresa. • Distinguir cuales son las prioridades y cómo actúan en el momento de alguna innovación micro empresarial. <p>Medios didácticos, tecnológicos y documentos de apoyo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documento guía • Carteles • Textos • Cuestionarios de evaluación <p>Secuencia / desarrollo de la actividad</p> <p>PROFESOR:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entrega de documentos guías por parte de la maestra. • Lluvia de ideas basándose en los temas referentes a la prioridad y actuación en accidentes y los primeros auxilios • Desarrollo de las instrucciones que contienen las guías didácticas como. Glosarios, lecturas, esquemas, gráficos, investigaciones, entre otros. • Se establecerá un tiempo determinado para la entrega de dichos trabajos. <p>ESTUDIANTES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes emitirán su criterio de acuerdo a los temas planteados por la maestra. • Recepción del primer documento guía para proceder a utilizarlo de acuerdo 	

a las instrucciones que contempla el mismo.

- Comentar de acuerdo al tema planteado con ideas, criterios, etc.
- Desarrollo de instrucciones que contiene el documento guía.
- Entrega del trabajo realizado a la maestra.

Seguimiento de la actividad por parte del profesor:

- Dirige a todos estudiantes para que participen.
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los estudiantes para la realización de la tarea asignada.

Evaluación:

- Participación en clase.
- Desarrollo de trabajos individuales.
- Desarrollo de trabajos grupales.
- Desarrollo de instrucciones de la guía.
- Pruebas.

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
COLEGIO NACIONAL TECNICO 22 DE MARZO
PLAN DE CLASE N1

1. DATOS INFORMATIVOS:

1.1.	Área	: Comercio y Administración
1.2.	Especialidad	: Contabilidad y Administración
1.3.	Asignatura	: Contabilidad
1.4.	Año	: Tercero Bachillerato
1.5.	Unidad	: 3
1.6.	Número de Actividades	: 1
1.7.	Investigadora	: Srta. Isabel Cedeño – Rocío Yépez
1.8.	Año Lectivo	: 2010– 2011

ACTIVIDAD No 1. Introducción al módulo – La Microempresa

UNIDAD N° 3

TEMA

- Definición
- Requisitos y pasos para crear una microempresa

Tiempo Estimado: 4 periodos	Realización: Todo el equipo
Ubicación: Aula	
Objetivos de la actividad: <ul style="list-style-type: none">• Identificar conceptos básicos de la microempresa para adquirir mejor conocimiento micro empresarial.• Especificar los requisitos básicos para la conformación de la microempresa.	

Medios didácticos, tecnológicos y documentos de apoyo

- Documento guía
- Carteles
- Textos
- Cuestionarios de evaluación

Secuencia / desarrollo de la actividad

PROFESOR:

- Entrega de documentos guías por parte de la maestra.
- Lluvia de ideas basándose en los temas referentes a la. Prevención y Protección de Riesgos Físicos
- Desarrollo de las instrucciones que contienen las guías didácticas como. Glosarios, lecturas, esquemas, gráficos, investigaciones, entre otros.
- Se establecerá un tiempo determinado para la entrega de dichos trabajos.

Seguimiento de la actividad por parte del profesor:

- Dirige a todos estudiantes para que participen.
- Realiza un seguimiento individual en el trabajo de los estudiantes para la realización de la tarea asignada.

Evaluación:

- Participación en clase.
- Desarrollo de trabajos individuales.
- Desarrollo de trabajos grupales.
- Desarrollo de instrucciones de la guía.
- Pruebas.

QUE ES LA MULTIMEDIA?

Es cualquier combinación de texto, arte gráfico, sonido, animación y vídeo que llega a nosotros por computadora u otros medios electrónicos. Cuando conjuga los elementos de multimedia - fotografías y animación deslumbrantes, mezclando sonido, vídeo clips y textos informativos - puede electrizar a su auditorio; y si además le da control interactivo del proceso, quedarán encantados.

Multimedia Interactiva:

Es cuando se le permite al usuario final - el observador de un proyecto multimedia controlar ciertos elementos de cuándo deben presentarse.

DÓNDE SE UTILIZA MULTIMEDIA? :

Es conveniente utilizar multimedia cuando las personas necesitan tener acceso a información electrónica de cualquier tipo.

- Multimedia mejora las interfaces tradicionales basada solo en texto y proporciona beneficios importantes que atraen y mantienen la atención y el interés.
- Multimedia mejora la retención de la información presentada, cuando está bien diseñada puede ser enormemente divertida.

También proporciona una vía para llegar a personas que tienen computadoras, ya que presenta la información en diferentes formas a la que están acostumbrados.

Multimedia En Los Negocios:

Las aplicaciones de multimedia en los negocios incluyen presentaciones, capacitaciones, mercadotecnia, publicidad, demostración de productos, bases de datos, catálogos y comunicaciones en red.

Características De Interactividad.

La interactividad da poder a los usuarios finales de sus proyectos, permitiéndole controlar el contenido y flujo de información.

CARACTERÍSTICAS

Las presentaciones multimedia pueden verse en un escenario, proyectarse, transmitirse, o reproducirse localmente en un dispositivo por medio de un reproductor multimedia. Una transmisión puede ser una presentación multimedia en vivo o grabada. Las transmisiones pueden usar tecnología tanto analógica como digital.



Grabado
localmente



Transmitido
en línea

Tipos de información multimedia:

- **Texto:** sin formatear, formateado, lineal e hipertexto.
- **Gráficos:** utilizados para representar esquemas, planos, dibujos lineales.
- **Imágenes:** son documentos formados por píxeles. Pueden generarse por copia del entorno (escaneado, fotografía digital) y tienden a ser ficheros muy voluminosos.
- **Animación:** presentación de un número de gráficos por segundo que genera en el observador la sensación de movimiento.
- **Vídeo:** Presentación de un número de imágenes por segundo, que crean en el observador la sensación de movimiento. Pueden ser sintetizadas o captadas.
- **Sonido:** puede ser voz, música u otros sonidos.

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
ESCUELA DE PEDAGOGÍA

ESPECIALIDAD CONTABILIDAD Y COMPUTACIÓN

OBJETIVO: El presente cuestionario está dirigido a todos los estudiantes del tercer año de Bachillerato del Colegio Técnico “22 DE MARZO” con la finalidad de obtener información de las técnicas activas para el aprendizaje significativo utilizadas por sus maestros en el proceso de enseñanza de la contabilidad.

INSTRUCCIÓN: Lea detenidamente cada una de las preguntas; luego, marque con una X en el paréntesis que corresponda a su mejor criterio tomando en cuenta las alternativas planteadas.

1.- ¿Tiene conocimiento básico acerca de la constitución y administración de las microempresas?

SI

NO

Porque?

2.- ¿Cómo considera a los Docentes de Contabilidad de su colegio?

Bueno

Malo

Regular

3.-¿Cuál de estos medios didácticos utiliza su maestro para la enseñanza-aprendizaje de Contabilidad?

- DIASPOSITIVAS
- IMPRESOS Y FOTOCOPIADOS
- VIDEOS
- MOTIVACIÓN
- EJERCITAR HABILIDADES
- OTROS.....

4.- ¿DE LAS TÉCNICAS QUE A CONTINUACIÓN SE MENCIONAN, SEÑALE LAS QUE UTILIZA SU MAESTRO EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE?

- LLUVIA DE IDEAS
- EXPOSICIONES
- INVESTIGACION
- TRABAJO EN EQUIPO
- TALLER DIDACTICO
- OTROS.....

5.- ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES REALIZA SU MAESTRO PARA EL DESARROLLO DE SUS DESTREZAS Y HABILIDADES EN LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE?

- LECTURA
- ESCRITURA
- DICTADO
- OTROS.....

6.-¿SU MAESTRO REALIZA EVALUACIONES DESPUES DE CADA CONTENIDO PROGRAMATICO PARA MEDIR SU CONOCIMIENTO ACADEMICO?

- MUY FRECUENTE

FRECUENTE
POCO FRECUENTE
NADA FRECUENTE

7.-¿LAS CLASES DE CONTABILIDAD SON ACTIVAS?

SI

NO

PORQUE.....

8.- ¿CONSIDERA IMPORTANTE CONTAR CON UNA MULTIMEDIA INTERACTIVA?

MUY IMPORTANTE

IMPORTANTE

POCO IMPORTANTE

NADA IMPORTANTE

9.- ¿CÓMO LE GUSTARÍA QUE SEA ESTE MATERIAL DIDÁCTICO?

VISUAL

INTERACTIVO

PORQUE.....

10.- EL ESTUDIO DE LA CONSTITUCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE MICROEMPRESAS DENTRO DE LA ESPECIALIDAD DE CONTABILIDAD PERMITIRÍA COMPLEMENTAR SUS CONOCIMIENTOS EN SU ESPECIALIDAD?

SI

NO

PORQUE.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

- BIBLIOTECA COMPUTARIZADA ENCARTA
- BRAVO, Mercedes ..“Contabilidad General” Segunda edición
- CAICEDO, Mauro. “Ajustes y Regulaciones en Contabilidad Comercial” 1ra. Edición.
- CAMPAÑA, Ernesto “Boletín el Contador” Colecciones
- GUAJARDO, Gerardo (1995).”Contabilidad Financiera “ Editorial Mc.Graw Hill 2da. Edición
- GUAJARDO, Gerardo (1991) “Contabilidad” Editorial Mc.Graw Hill 1ra. Edición.
- GUÍA DIDÁCTICA: “Proceso Contable Automatizado”, 2003.
- HARGADON, Bernard.“Principios de Contabilidad” Editorial Norma
- LIZARAZO, Mireya “Guía Práctica de Contabilidad”
- MALDONADO , Hernán “Manual de Contabilidad por Especialidades”. Tomo I Colecciones.
- MOLINA, Antonio.“Contabilidad General”
- SARMIENTO , Rubén (2000) .“Contabilidad General “ 5ta Edición . Quito-Ecuador
- VÁSCONEZ, José Vicente .“Introducción a la Contabilidad” 4ta. Edición.
- VIZUETA, Gonzalo .“Contabilidad General” Tecnicopia Publicitaria
- ZAPATA, Pedro:.”Contabilidad General”; Ediciones Mc.Graw Hill, México, 2004.

Avella Camarero, Lucía (1999). Focal Points in Manufacturing Strategic Planning in pain. Comparison with American and other European manufacturers. International Journal of Operations & Production Management, Vol 19 No.12, pp. 1202-1317.

Avella Camarero, Lucía; Fernández Sánchez, E. & Vázquez Ordás, C.J. (1999a). The Large Spanish Industrial Company: Strategies of the Most Competitive Factories. Omega International Journal of Management Science, No. 27, pp. 497-514.

Avella Camarero, Lucía; Fernández Sánchez, E. & Vázquez Ordás, C. J. (1999b). Análisis de las estrategias de fabricación como factor explicativo de la competitividad de la gran empresa industrial española. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, No. 4, julio-diciembre, pp. 235-258.

Buffa, E.S. (1984). Meeting the Competitive Challenge. Homewood, Illinois: Irwin.

Carrasco, J. (2000). Evolución de los enfoques y conceptos de la logística. Su impacto en la dirección y gestión de las organizaciones. Economía Industrial, No. 331, pp. 17-34.

Quiroga; Elsa. El nuevo contexto educativo, la significación en el aprendizaje de la enseñanza.

Luis Torres Rodríguez. "La Microempresa en el Ecuador" 1995.

Luis Torres Rodríguez. "Principios de contabilidad". 1995

Luis Torres Rodríguez. "La Educación y la Microempresa". 1995

Kenneth, Albert "Manual del administrador de empresas" Tomo IV México, D. F. / litografía de México, D. F. / 1985

La Microempresa: Creación, formalización y Legalización. 2005

Mateo Dueñas, Ricardo Sagarra Porta, Ramón " Creación de empresas Teorías y práctica. Madrid/ Mcgraw-Hill-2004

<http://www.pedagogia.es/que-es-la-pedagogia-social-sus-caracteristicas/>

<http://www.crearempresas.com/>

www.contextoeducativo.com

www.aldeaeducativa.com

www.laondaeducativa.com

<http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Falta de crecimiento socio
económico y cultural en el
cantón San Lorenzo

Ausencia de microempresas
bien constituidas en el sector

Ausencia de crecimiento
micro empresarial
profesionalizado



Deficiencia en la socialización
teoría – práctica de la
especialización de Contabilidad

NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA
CONSTITUCION Y ADMINISTRACION DE LAS
MICRO EMPRESAS Y SU APLICACIÓN EN LA
ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN EL TERCER
AÑO DE BACHILLERATO DEL COLEGIO
NACIONAL TECNICO 22 DE MARZO DEL
CANTON SAN LORENZO.

Falencia en la
administración
gubernamental



Ausencia de textos, material bibliográfico
dentro del proceso enseñanza aprendizaje
de la especialidad Contabilidad.

Falta de conocimiento
micro empresarial

Falta de socialización
entre el sector educativo
y el sector micro
empresarial