



**UNIREMINGTON®**  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON  
RES. 2661 MEN JUNIO 21 DE 1996

**PLAN DE EMPRESAS I**  
**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

Vicerrectoría de Educación a Distancia y virtual

2016



El módulo de estudio de la asignatura área de formación transversal es propiedad de la Corporación Universitaria Remington. Las imágenes fueron tomadas de diferentes fuentes que se relacionan en los derechos de autor y las citas en la bibliografía. El contenido del módulo está protegido por las leyes de derechos de autor que rigen al país.

Este material tiene fines educativos y no puede usarse con propósitos económicos o comerciales.

## AUTOR

### Jorge Enrique Soto Reyes

Administrador de Empresas. U.F.P.S.; Candidato a Magister en Educación, CESUN Universidad; Especialización tecnológica en Diagnóstico y Consultoría Empresarial. SENA. Especialización tecnológica en Gestión de Proyectos. SENA. Diplomado en didáctica y currículo. UNIREMINGTON. Diplomado en pedagogía universitaria. UNIREMINGTON. Diplomado en metodología general de la investigación. UNIREMINGTON. Diplomado en ambientes virtuales de aprendizaje. UNIREMINGTON. Certificado como evaluador de competencias laborales en las áreas técnicas de su dominio. SENA.; Certificado en la Competencia Laboral 240201044. Orientar procesos formativos presenciales con base en los planes de formación concertados. SENA. Docente Facultad de Ciencias Empresariales. UNIREMINGTON. Instructor SENA.; Administrador de aeropuerto Camilo Daza. Cúcuta.; Administrador Centro Comercial Bolívar. Cúcuta. Docente universidad de Pamplona. (N. de S.). Docente universidad Francisco de Paula Santander.

[Josotorey7@hotmail.com](mailto:Josotorey7@hotmail.com)

**Nota:** el autor certificó (de manera verbal o escrita) No haber incurrido en fraude científico, plagio o vicios de autoría; en caso contrario eximió de toda responsabilidad a la Corporación Universitaria Remington, y se declaró como el único responsable.

## RESPONSABLES

### Hernán Alberto Cuervo Colorado

Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales

[hcuervo@uniremington.edu.co](mailto:hcuervo@uniremington.edu.co)

### Eduardo Alfredo Castillo Builes

Vicerrector modalidad distancia y virtual

[ecastillo@uniremington.edu.co](mailto:ecastillo@uniremington.edu.co)

### Francisco Javier Álvarez Gómez

Coordinador CUR-Virtual

[falvarez@uniremington.edu.co](mailto:falvarez@uniremington.edu.co)

## GRUPO DE APOYO

Personal de la Unidad CUR-Virtual  
EDICIÓN Y MONTAJE

Primera versión. Febrero de 2011.  
Segunda versión. Marzo de 2012  
Tercera versión. noviembre de 2015

Derechos Reservados



Esta obra es publicada bajo la licencia Creative Commons.  
Reconocimiento-No Comercial-Compartir Igual 2.5 Colombia.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1 MAPA DE LA ASIGNATURA .....	5
2 UNIDAD 1 LA EMPRESA Y SU ENTORNO .....	6
2.1 RELACIÓN DE CONCEPTOS .....	7
2.2 OBJETIVO GENERAL .....	9
2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	9
2.4 TEMA 1 - CONCEPTUALIZACIÓN Y ENTORNO EMPRESARIAL .....	10
2.5 TEMA 2 - TIPOS DE EMPRESAS EN COLOMBIA .....	35
2.6 EJERCICIO DE APRENDIZAJE.....	43
2.7 TALLER DE ENTRENAMIENTO .....	45
3 UNIDAD 2 MODELOS DE NEGOCIOS .....	46
3.1 RELACIÓN DE CONCEPTOS .....	46
3.2 OBJETIVO GENERAL .....	48
3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	49
3.4 TEMA 1 - CÓMO IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS .....	49
3.5 TEMA 2 - EL MERCADO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL .....	55
3.6 TEMA 3 - TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIOS .....	62
3.7 EJERCICIO DE APRENDIZAJE.....	77
3.8 TALLER DE ENTRENAMIENTO .....	78
4 GLOSARIO .....	79

5	BIBLIOGRAFÍA .....	85
---	--------------------	----



# 1 MAPA DE LA ASIGNATURA

## PLAN DE EMPRESAS I

### PROPÓSITO GENERAL DEL MÓDULO



El propósito del curso se orienta a brindar a los estudiantes una formación integral, que los dota de los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para investigar, analizar, interpretar e intervenir los entornos locales, regionales, nacionales e internacionales de las actuales dinámicas empresariales y los cambios globales de la economía, de lo tecnológico, lo social, cultural y ambiental, el desarrollo de nuevos productos y servicios en los cuales se pueden generar iniciativas empresariales innovadoras, sostenibles, competitivas y rentables.

### OBJETIVO GENERAL

Crear en el estudiante una manera de pensar y actuar con visión de futuro, habilidad y pensamiento estratégico para cambiar, diseñar, innovar y crear ventajas competitivas en la participación de iniciativas empresariales innovadoras, acordes con las actuales dinámicas empresariales y los cambios globales económicos, tecnológicos, políticos, sociales, culturales y ambientales.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

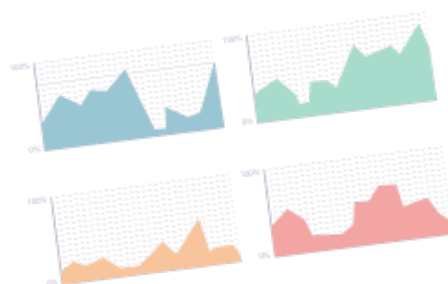
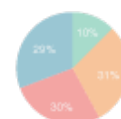


#### UNIDAD 1

La empresa y su entorno

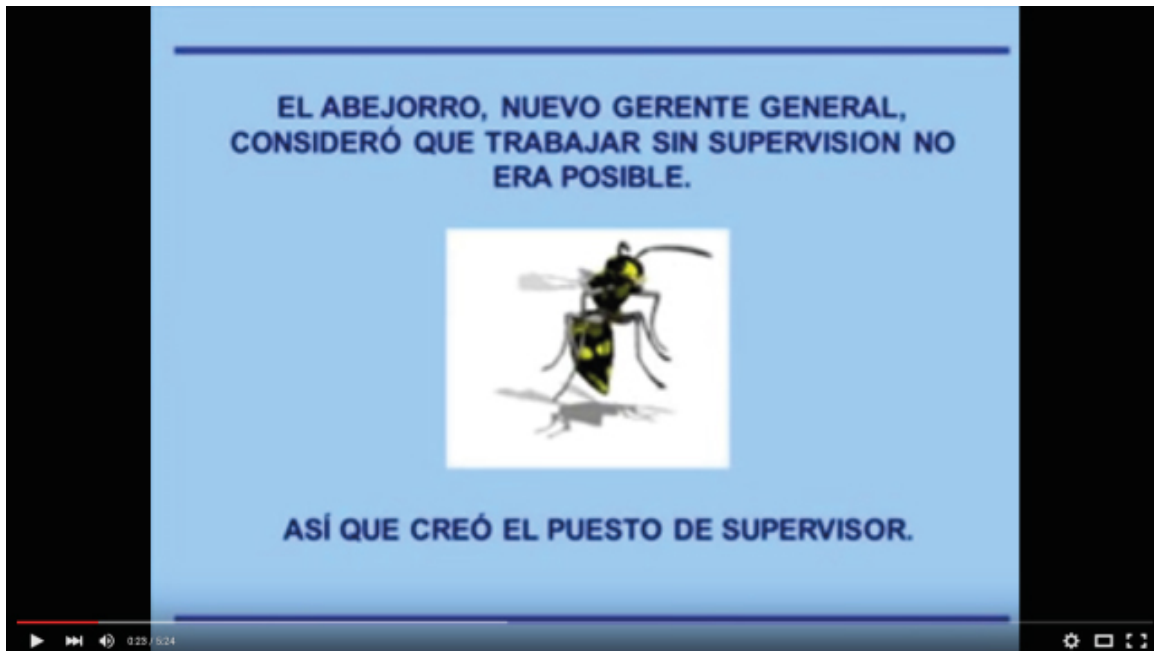
#### UNIDAD 2

Modelos de negocios



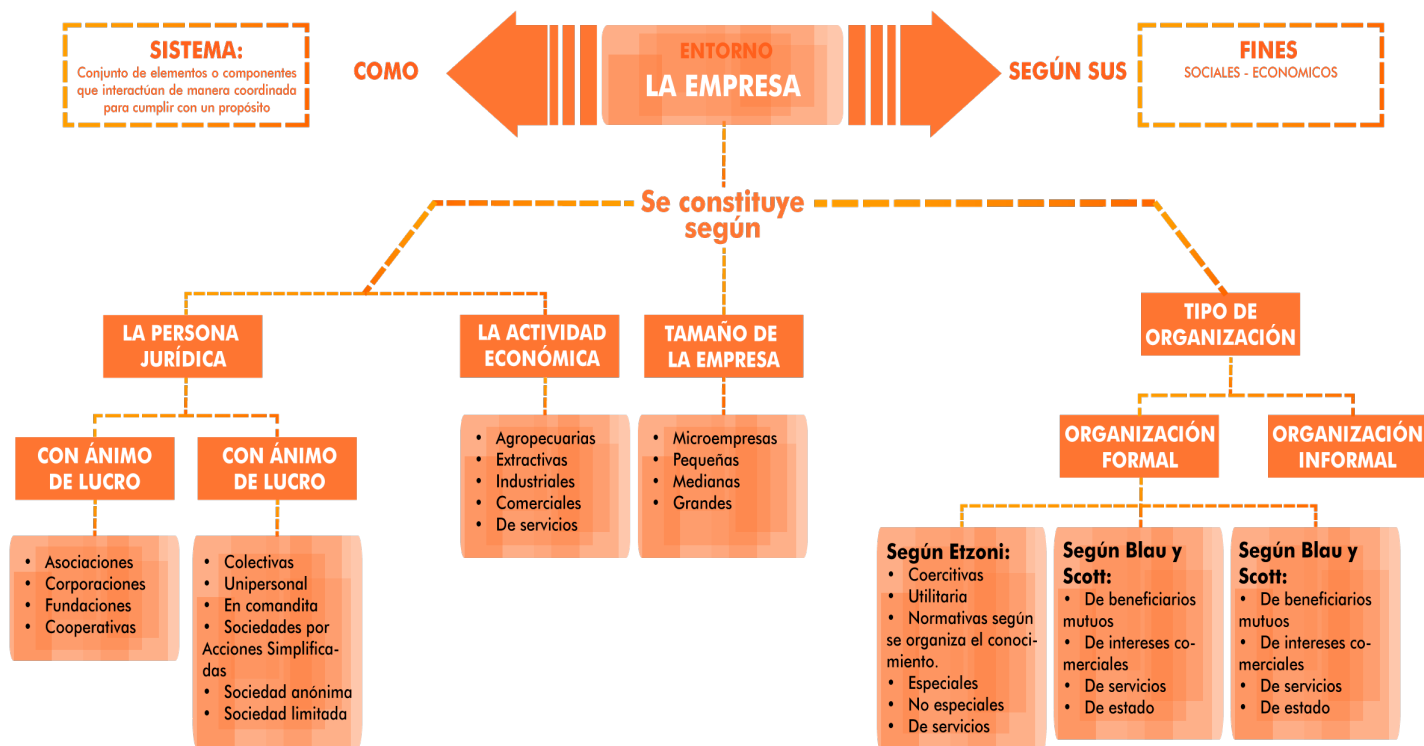
## 2 UNIDAD 1 LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Observe y analice el siguiente video:



*Fábula de la estructura organizacional de una empresa: [Enlace](#)*

## 2.1 RELACIÓN DE CONCEPTOS



“

**Empresa:** Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

**Entorno.** Según la Real Academia española (R.A.E.)  
(De en- y torno).

1. m. Ambiente, lo que rodea.
2. m. Inform. Conjunto de condiciones extrínsecas que necesita un sistema informático para funcionar, como el tipo de programación, de proceso, las características de las máquinas que lo componen, etc.
3. m. Mat. Conjunto de puntos vecinos a otro.
4. m. Ar. Pliegue que se hace a la ropa en el borde.
5. m. ant. contorno.

”

**Sistema:** es un conjunto de elementos, componentes o partes que interactúan de manera coordinada para cumplir unos fines o propósitos.

**Fin.** Según la Real Academia española

(Del lat. finis).

1. amb. Término, remate o consumación de algo. U. m. en m.
2. m. Límite, confín.
3. m. Objeto o motivo con que se ejecuta algo.

**Persona jurídica:** Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. ARTICULO 633. Del Código Civil Colombiano

**Sin ánimo de lucro:** las personas jurídicas cuyo propósito es brindar beneficios sociales. (Corporaciones, asociaciones, sindicatos, cooperativas).

**Con ánimo de lucro:** las personas jurídicas que genera utilidades para sus socios. (Colectivas, Unipersonal, En comandita, simples y por acciones, Sociedad por Acciones Simplificada, Anónima, de responsabilidad limitada).

**Actividad económica:** es el conjunto de acciones productivas que realizada por una persona natural o jurídica, con la finalidad de transformar unos elementos en productos, la comercialización y la prestación de servicios, realizados en una organización o empresa. Definición propia

**Organización.** Según la Real Academia española

1. f. Acción y efecto de organizar u organizarse.
2. f. Disposición de los órganos de la vida, o manera de estar organizado el cuerpo animal o vegetal.
3. f. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.
4. f. Disposición, arreglo, orden.

**Organización:** como un grupo de personas que trabajan en conjunto para crear valor agregado. En organizaciones lucrativas dicho valor agregado se traduce en utilidades; en organizaciones no lucrativas, como las caritativas, puede ser la satisfacción de necesidades.

(Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M., 2012).

## 2.2 OBJETIVO GENERAL

Interpretar conocimientos, técnicas y herramientas, tanto en su dimensión teórica como práctica, en la comprensión del entorno empresarial, los tipos de empresas, las oportunidades de negocios y modelos de negocios, que conduzcan a la generación de iniciativas empresariales innovadoras, en atención con las actuales dinámicas empresariales, la nuevas formas de comercialización, los comportamientos de los consumidores y los cambios globales.

## 2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar los diferentes elementos o componentes en la conceptualización empresarial, las variables de su entorno y los diferentes tipos de empresa que existen en Colombia.

Identificar las oportunidades de negocios, en los mercados local, regional, nacional e internacional, y los tipos de modelos de negocios.

## 2.4 TEMA 1 - CONCEPTUALIZACIÓN Y ENTORNO EMPRESARIAL



**EMPRESA** Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Empresa. Según la real academia española (del it. Impresa).

- Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo.
- Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.
- Lugar en que se realizan estas actividades.
- Intento o designio de hacer algo.
- Símbolo o figura que alude a lo que se intenta conseguir o denota alguna prenda de la que se hace alarde, acompañada frecuentemente de una palabra o mote.

## ALGUNAS DEFINICIONES DE EMPRESA.

Observe los elementos o componentes característicos de la conceptualización de Empresa:

“Una empresa es un sistema con su entorno definido como la industria en la cual se materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial”. Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa, y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa.  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

La Comisión de la Unión Europea sugiere la siguiente definición: «Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular».2.  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

De acuerdo al Derecho internacional, la empresa es el conjunto de capital, administración y trabajo dedicados a satisfacer una necesidad en el mercado.3.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

Un diccionario legal de EE. UU. las define como: “an economic organization or activity; especially: a business organization” (una organización o actividad económica; especialmente una organización de negocios).4.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

Otra definición -con un sentido más académico y de uso general entre sociólogos- es: “Grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad. Conjunto de actividades humanas organizadas con el fin de producir bienes o servicios”.5.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

Una empresa es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa>

Empresa: es todo ente constituido por una persona natural o jurídica, organizada por personas, capitales y recursos que desarrollan actividades económicas con el propósito de transformar, producir y comercializar bienes, y/o la prestación de servicios, que buscan satisfacer necesidades, deseos, gustos y preferencias de personas, entidades y comunidad en general y la obtención de beneficios económicos y/o sociales para sus propietarios, socios, asociados o corporados. Definición propia

Organización. Según la Real Academia española

1. f. Acción y efecto de organizar u organizarse.
2. f. Disposición de los órganos de la vida, o manera de estar organizado el cuerpo animal o vegetal.
3. f. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.
4. f. Disposición, arreglo, orden.

Organización: como un grupo de personas que trabajan en conjunto para crear valor agregado. En organizaciones lucrativas dicho valor agregado se traduce en utilidades; en organizaciones no lucrativas, como las caritativas, puede ser la satisfacción de necesidades.

(Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M., 2012).

Para (Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M., 2012). Administración es el proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos que trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz. Esta definición básica necesita ampliarse:

1. Como gerentes, las personas realizan las funciones gerenciales de planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar.
2. La administración se aplica a cualquier tipo de organización.
3. También se adjudica a los gerentes de todos los niveles organizacionales.
4. La meta de todos los gerentes es la misma: crear valor agregado.





5. La administración se ocupa de la productividad, lo que supone efectividad y eficiencia, y la suma de los dos para lograr la eficacia.

Administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales. (Chiavenato, 2007)

Administración: es la ciencia, técnica y arte aplicada mediante el proceso administrativo (planear, organizar, dirigir y controlar), para lograr los objetivos o resultados, a través de la utilización óptima de los recursos disponibles y la toma de decisiones, en una organización. Definición propia.

## Características de las empresas

- Desarrollan actividades económicas.
- Buscan alcanzar objetivos, beneficios, resultados, metas.
- Permiten satisfacer necesidades (económicas, sociales, ambientales, entre otros).
- Disponen de recursos: monetarios, instalaciones, máquinas, equipos, materiales, información, conocimientos, técnicas, entre otros.
- Asocian personas con competencias integrales para cumplir sus propósitos.
- Se crean mediante procedimientos legales y normativos (leyes, decretos, estatutos, normas entre otros).
- Se identifican con una cultura (conjunto de valores, creencias, hábitos, costumbres, entre otros).
- Desarrollan sus actividades como un conjunto de sistemas, procesos, funciones, procedimientos, (materias primas, producción, productos, servicios, comercialización, clientes, entre otros), para alcanzar sus fines o propósitos.
- Constituyen una estructura organizacional formal y única.
- Identifican sus niveles de autoridad y responsabilidad, según el tipo de persona jurídica.
- Se dirigen acorde con la misión, visión, políticas, principios, valores, las contingencias, tendencias y cambios globales.

- Fines de la empresa



Toda empresa se constituye como una razón de ser, que pretende alcanzar unos objetivos, y resultados, para el desarrollo de sus actividades transforma unos recursos materiales en productos y/o presta unos servicios para satisfacer las necesidades, deseos, gustos y preferencias de las personas, la sociedad, las instituciones, el ambiente y del país.

Los fines que dan cumplimiento a la razón de ser de la empresa, se pueden calificar en:

- Fines sociales

- Que mediante los productos que elabora y servicios que presta, satisface las necesidades de las personas, la comunidad y las institucionales.
- Que mediante la generación de empleo y las buenas relaciones laborales, contribuye al bienestar de las personas y sus familiares.
- Que a través de los productos y servicios, aporta al desarrollo de cadenas productivas y elaboración de nuevos productos.
- Que mediante el desarrollo de sus actividades económicas contribuye con los tributos que el gobierno por intermedio de sus entidades, los convierte en beneficios sociales.
- Que mediante la responsabilidad social y ambiental contribuye a la conservación y mejora de los entornos sociales para una convivencia en paz.

- Fines económicos

- Para los empresarios que hacen inversiones, esperan recibir un retorno de su inversión.
- Para sus colaboradores que mediante su trabajo perciben ingresos que le mejora su capacidad económica.
- Para sus proveedores mediante la compra de bienes y servicios.

- Para los demás actores de la cadena productiva que se benefician de sus productos y servicios.
- Para el estado que con sus tributos contribuye al desarrollo económico del país.

## La empresa como sistema

**Sistema:** Es un conjunto de elementos, componentes o partes que interactúan de manera coordinada para cumplir unos fines o propósitos. Definición propia.

Para Chiavenato (2011), un sistema se define como:

- Conjunto de elementos (partes o áreas componentes del sistema):
- Relacionados dinámicamente, es decir, en interacción (para formar una red de comunicación cuyos elementos son interdependientes);
- Que realizan una actividad (operación o proceso del sistema)
- Para alcanzar un objetivo o propósito (finalidad del sistema)
- Que operan sobre datos, energía o materia (que constituyen los insumos o entradas de recursos necesarios para que opere el sistema).
- Tomados del ambiente que circunda al sistema (y con el cual el sistema interactúa dinámicamente).
- Para producir información, energía o materia (que constituyen las salidas o los resultados de la actividad del sistema).

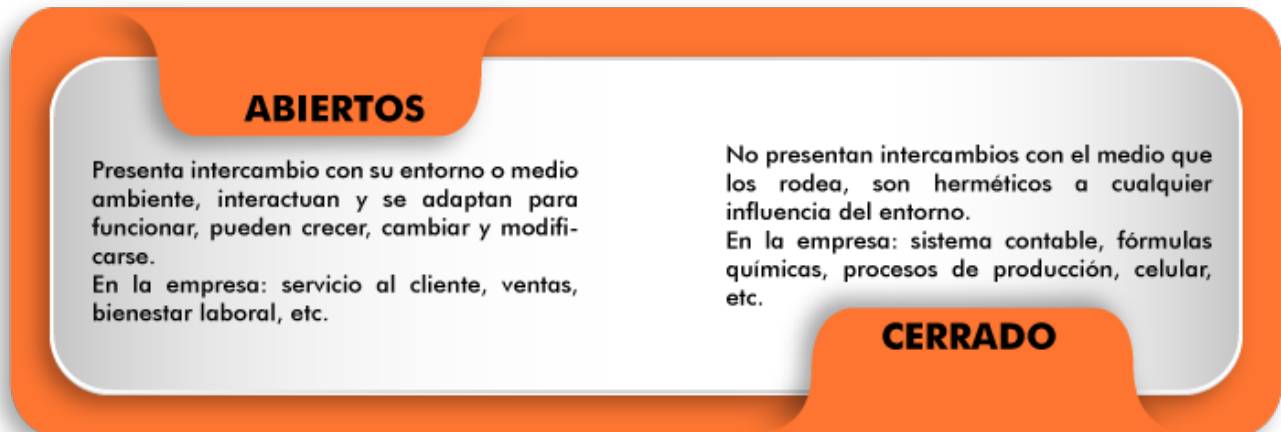
La empresa como sistema integra un conjunto de elementos, componentes, procesos, procedimientos, funciones, actividades, colaboradores y actores que actúan de manera coordinada para alcanzar los objetivos, metas, resultados, fines y propósitos para la cual se ha creado.

Entre otros identificamos algunos elementos, componentes, procesos, colaboradores y actores que interactúan con la empresa.

- Socios
- Direccionamiento
- Organización
- Recursos
- Talento humano
- Recursos
- Proveedores
- Producción
- Productos – servicios
- Distribuidores
- Logística
- Clientes
- Finanzas
- Beneficios

## Tipos de sistemas

De acuerdo con su relación en el entorno o medio ambiente:



En cuanto a su constitución son:

Según su origen:

Algunos sistemas en la empresa:





Ilustración 1. Algunos sistemas de la empresa (Propia, s.f.)



Ilustración 2. Enterprise Resource Planning (Saisun Solutions, 2016)



### Information Integration Through **EC\*ERP** System

Ilustración 3. ERP SYSTEM Información Integral Through EC\*ERP System (<http://www.hollywoodlogin.com/erp solutions.aspx>, 2010)

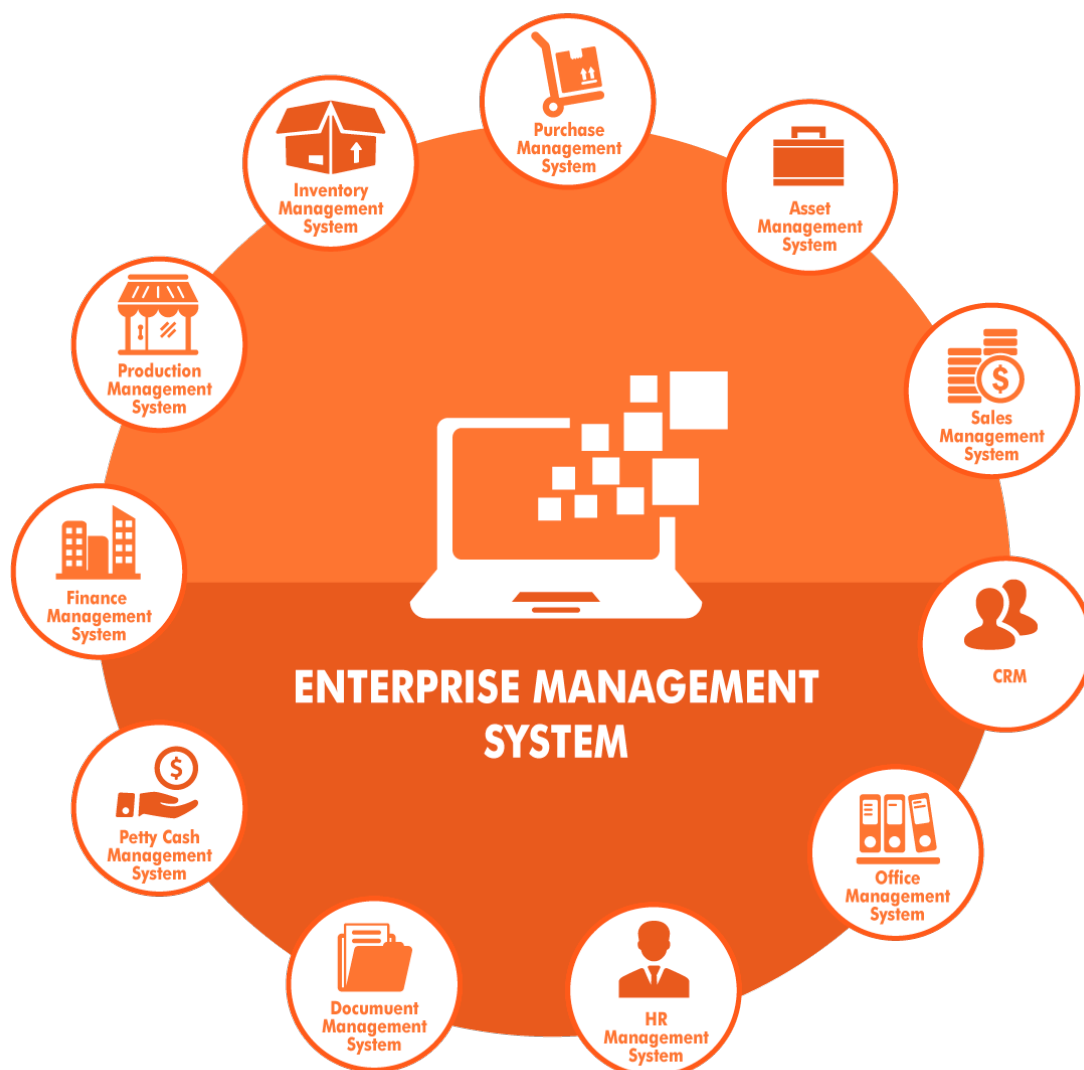


Ilustración 4. Enterprise Management System ([http://vcidex.com/vcidex\\_enterprise\\_management\\_system.html](http://vcidex.com/vcidex_enterprise_management_system.html), 2011)

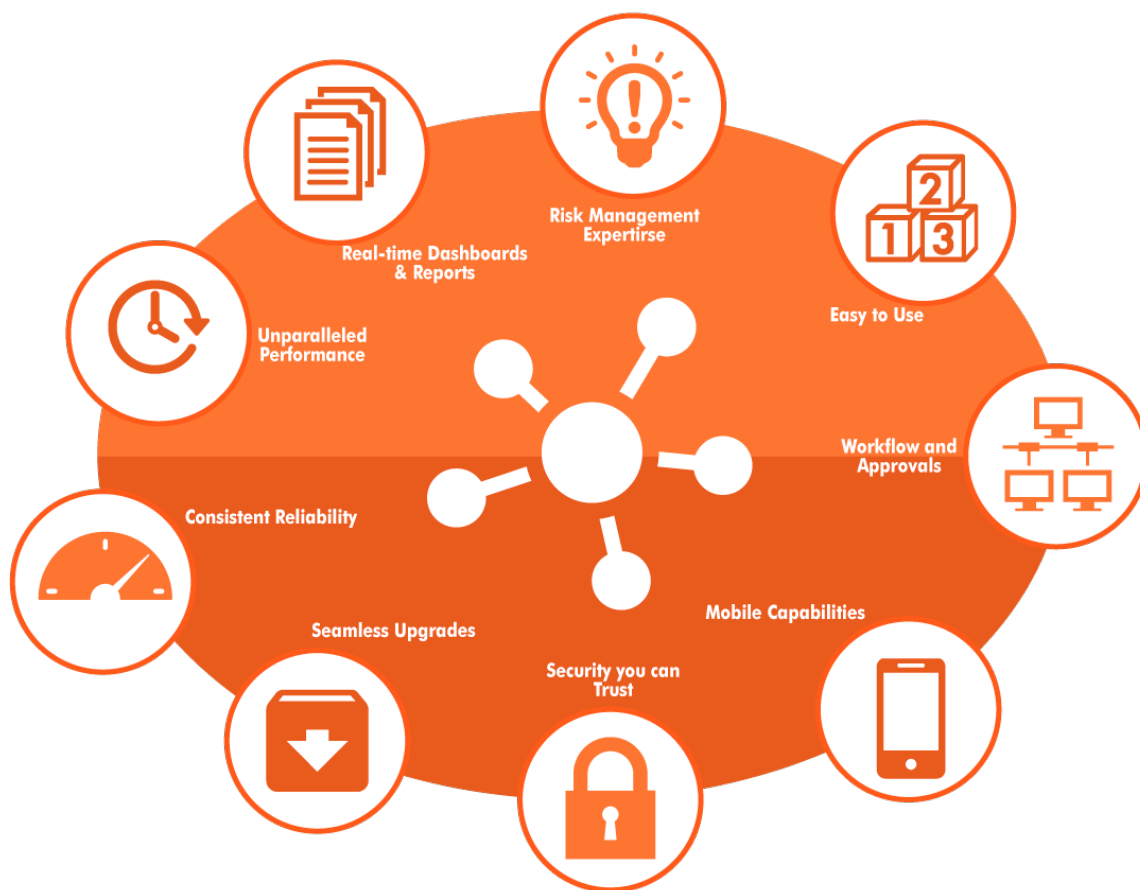


Ilustración 5. Los perfiles de riesgo dentro del sistema de software de gestión de riesgos de la empresa (<https://riskconnect.com/risk-management-news/enterprise-risk-management>, 2014)



## Función empresarial

De acuerdo con el concepto de empresa establecido en el código del comercio, se entenderá por empresa **toda actividad económica** organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.



“

**ASÍ SU FUNCIÓN ESTÁ CONDICIONADA POR:**

- \* La actividad económica que realiza,
- \* Los propósitos y objetivos que persigue,
- \* Los tipos de productos o servicios que presta,
- \* Su capacidad técnica de producción,
- \* Los procesos que realiza,
- \* Las competencias de sus colaboradores,
- \* Las necesidades y requerimientos de los clientes,
- \* Las leyes y normatividad que le compete,
- \* El entorno donde desarrolla sus actividades,
- \* La sociedad,
- \* La cultura,
- \* La política,
- \* La tecnología,
- \* Los mercados, y
- \* NLa competencia.

”

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), V.4, adaptada para Colombia, clasifica todas las actividades económicas que desarrollan las empresas, es una clasificación internacional. Su objetivo es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que puedan ser utilizadas para obtener información, presentar informes estadísticos pertinentes a categorías, grupos o actividades específicas.

Ver Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, Versión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C. Recuperado de:

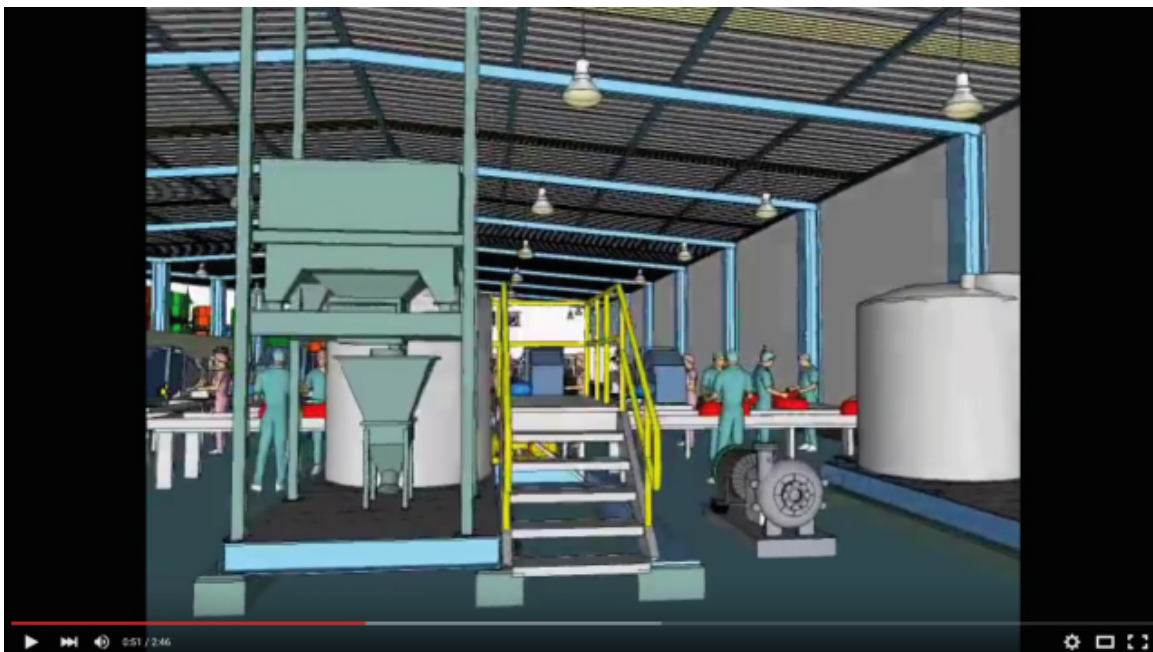
[https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU\\_Rev4ac.pdf](https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf)

**Entorno externo empresarial:** es el conjunto de condiciones o variables que se presentan fuera de las instalaciones de una empresa, que no las podemos controlar directamente y que afectan o pueden afectar el normal desarrollo de sus actividades. (El gobierno, la economía, los mercados nacionales e internacionales, la cultura, la demografía, lo social, el clima, el ambiente, la seguridad, la tecnología, la geografía, entre otros). En torno al cual la empresa tiene adaptarse y cambiar acorde con las condiciones y tendencias de sus variables. Definición propia.



Ilustración 6La empresa(Entorno Externo) (Propia, s.f.)

**Entorno interno empresarial:** es el conjunto de condiciones o variables que se presentan dentro de las instalaciones de una empresa, que sí las podemos controlar directamente y que afectan o pueden afectar el normal desarrollo de sus actividades. (La estructura organizacional, las personas, Los procesos, procedimientos, normas, reglamentos, las instalaciones, las máquinas, los materiales, los productos, los servicios, etc.). Definición propia.



Diseño de una planta industrial en 3D: [Enlace](#)

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



**Estructura** es el conjunto formal de dos o más elementos y que permanece inalterado sea en el cambio, sea la diversidad de contenidos, es decir, la estructura se mantiene incluso con alteración de unos de sus elementos o relaciones.



Para Jones (2008), la estructura organizacional es el sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla cómo las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización.



**La estructura organizacional** es el soporte o fundamento legal o normativo que le permite a la organización desarrollar su actividad económica de manera normal, para lograr los fines o propósitos de la organización. Definición propia.

*Ilustración 7. Estructura Organizacional (Propia, s.f.)*

**LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DETERMINA SU ORDENAMIENTO E INTERACCIÓN DE:**

- 
- La jerarquía o niveles de autoridad y su responsabilidad
- La distribución de áreas funcionales y operativas de la organización
- Los procesos, productos o servicios
- Cargos, funciones, actividades

## LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEPENDE DE:

- 
- Tipo de persona jurídica: con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro
- Tipo de actividad económica que desarrolla la empresa: industriales, comerciales y de servicios
- Los productos o servicios que elabora o presta
- Tamaño de la empresa: microempresa, pequeña, mediana y grande
- Los procesos que realiza
- Su ubicación geográfica
- Su ubicación en la organización (en el caso de una filial)

## NIVELES DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- Nivel corporativo o directivo
- Nivel intermedio, de mandos medios o de supervisión
- Nivel operacional



*Ilustración 8. Niveles de la Estructura Organizacional (Propia, s.f.)*

## TIPOS DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

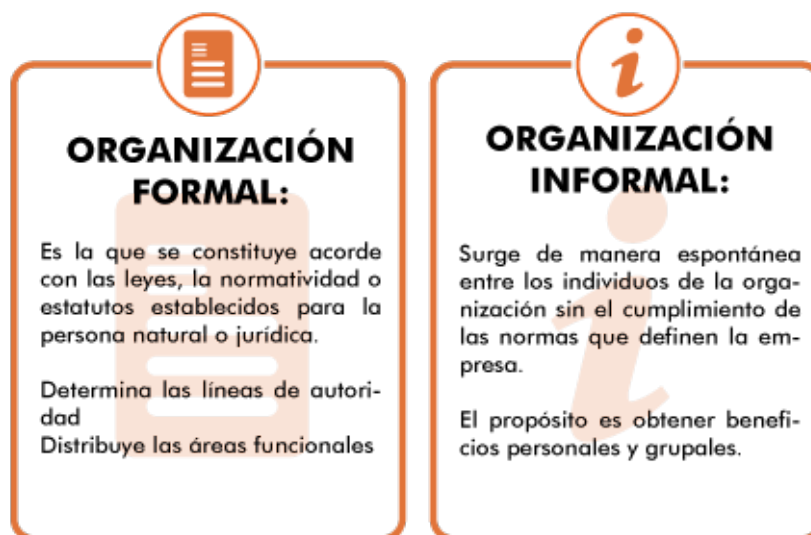


Ilustración 9. Tipos de Estructura Organizacional (Propia, s.f.)

### Organización lineal

La estructura lineal está fundamentada en la autoridad y la responsabilidad en la que se muestra y ordena los niveles jerárquicos, el superior inmediato y los subordinados.

Por ejemplo la estructura militar.

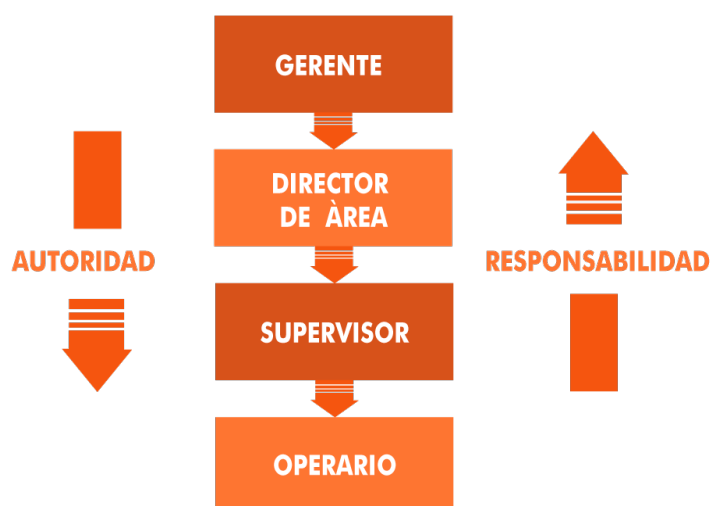
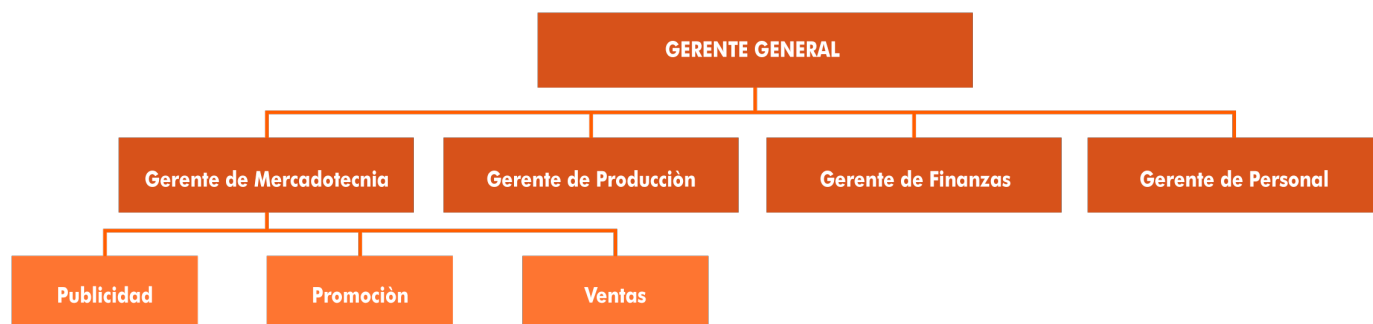


Ilustración 10. Organización Lineal (Propia, s.f.)

## Organización funcional

Este tipo de organización agrupa áreas funcionales, departamentos y personas que se clasifican y distribuyen de acuerdo con las funciones similares que realizan.



*Ilustración 11. Organización Funcional (Propia, s.f.)*

## Organización por procesos, productos o servicios

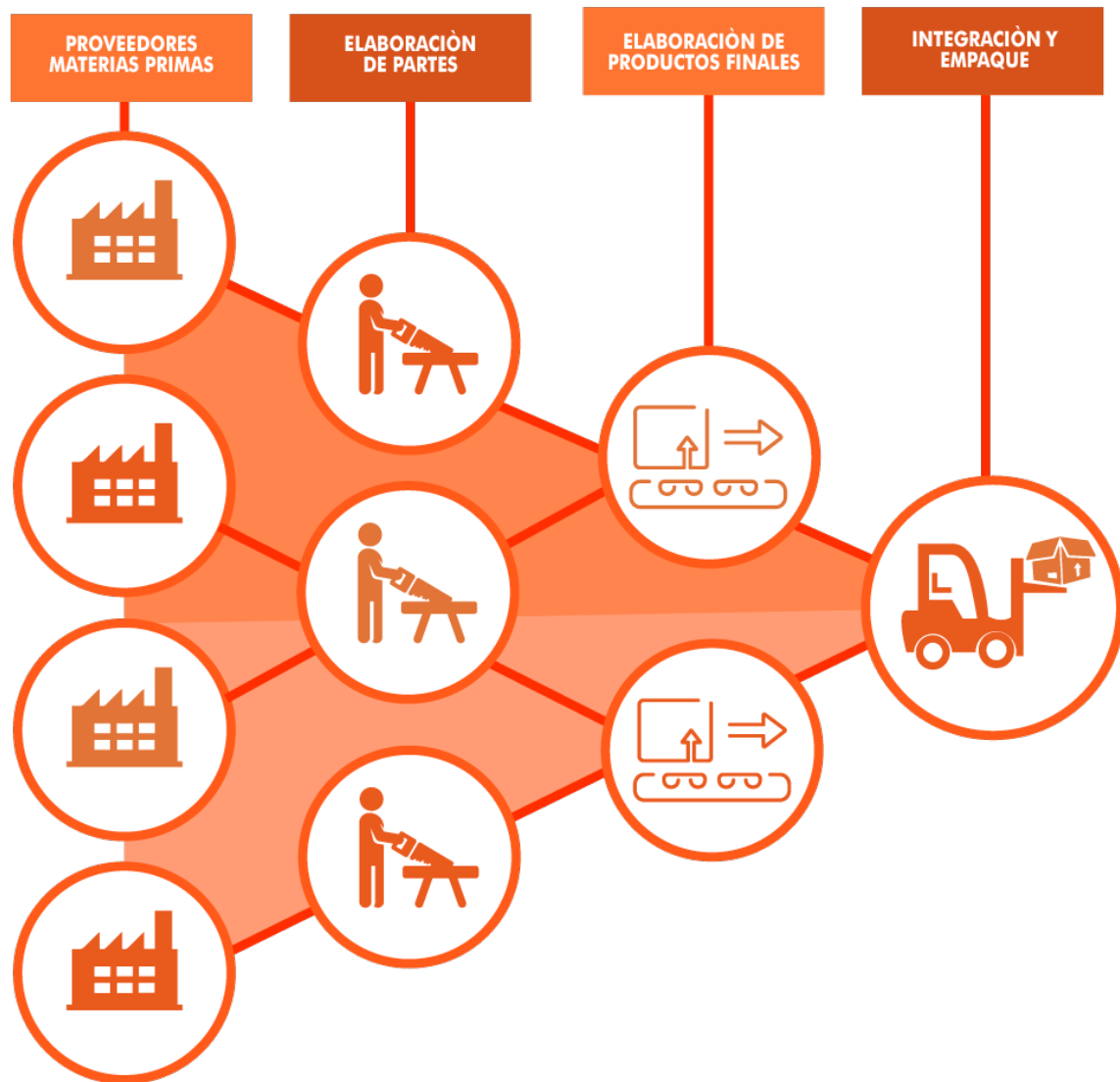
La clasificación y ordenamiento se hace mediante los productos que elabora o servicios que presta

### TIPOS DE PROCESOS



*Ilustración 12. Tipos de Procesos (<http://gestionxprocesoscun.blogspot.com.co/2015/04/que-es-un-proceso.html>, 2015)*

## Cadena productiva



*Ilustración 13. Cadena Productiva ([http://portafoliotecnologico1romedio.bligoo.cl/content/view/811327/cadena-productiva.html#.VpUsA\\_I96Uk](http://portafoliotecnologico1romedio.bligoo.cl/content/view/811327/cadena-productiva.html#.VpUsA_I96Uk), 2014)*

## Estructura lineal y staff:

Es aquella que combina las relaciones de autoridad que representan dependencia directa con las áreas o departamentos de staff, que realizan actividades de apoyo en consultoría y asesoramiento.

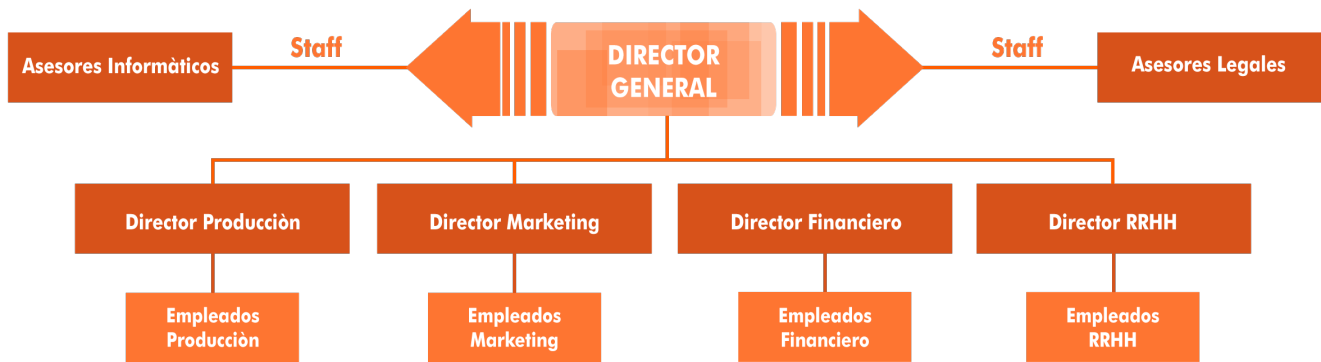


Ilustración 14. Estructura Lineal y Staff ([http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/2750/2794/html/142\\_tipos\\_de\\_estructuras\\_organizativas.html](http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/2750/2794/html/142_tipos_de_estructuras_organizativas.html), sf)

## Organización matricial

Convergen en esta estructura la jerarquía, las funciones y proyectos asociados a un área o departamento.

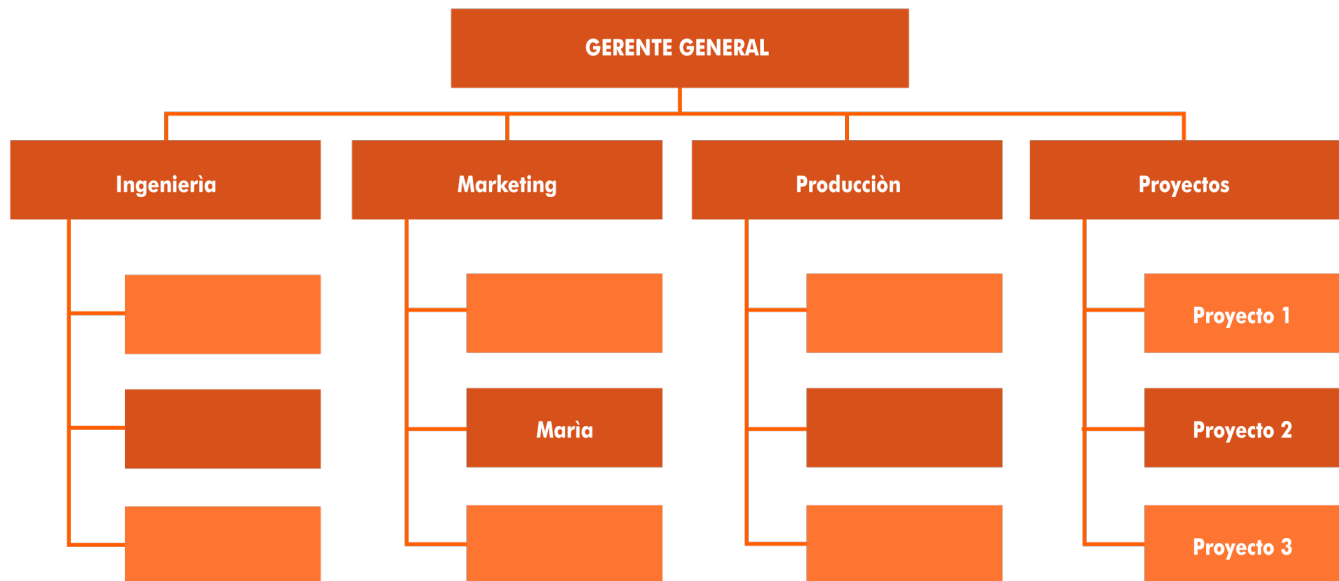
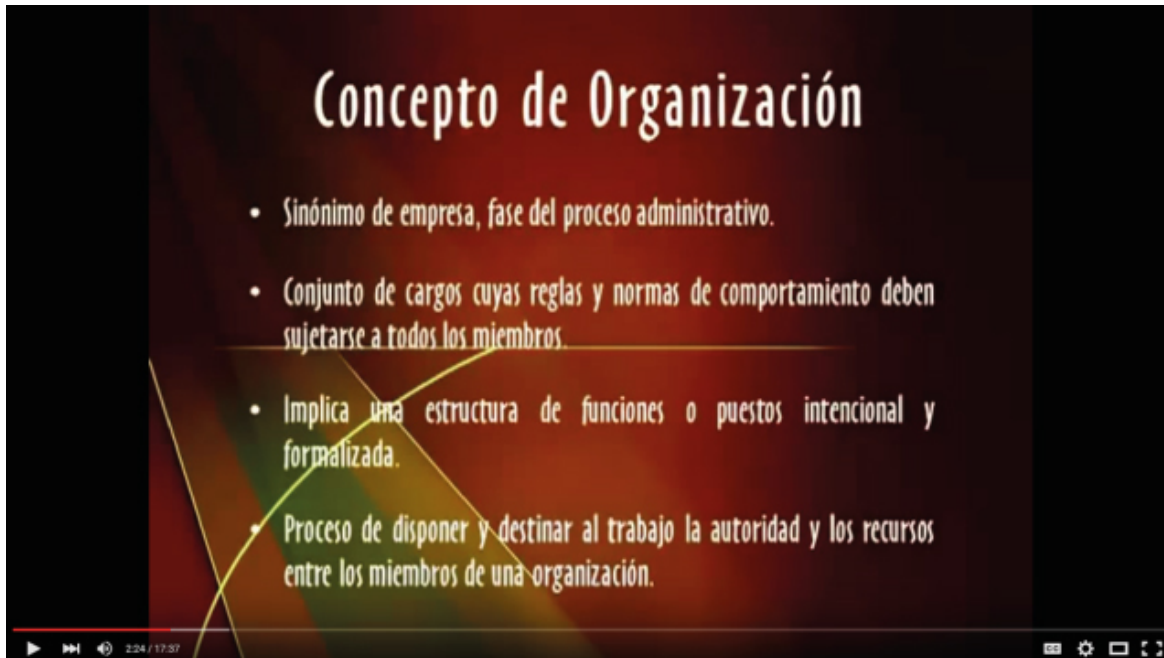


Ilustración 15. Organización Matricial  
([http://www.liderdeproyecto.com/articulos/que\\_estructura\\_organizacional\\_se\\_recomienda\\_para\\_proyectos.html](http://www.liderdeproyecto.com/articulos/que_estructura_organizacional_se_recomienda_para_proyectos.html), 2016)





Estructura Organizacional: [Enlace](#)

Organigrama:

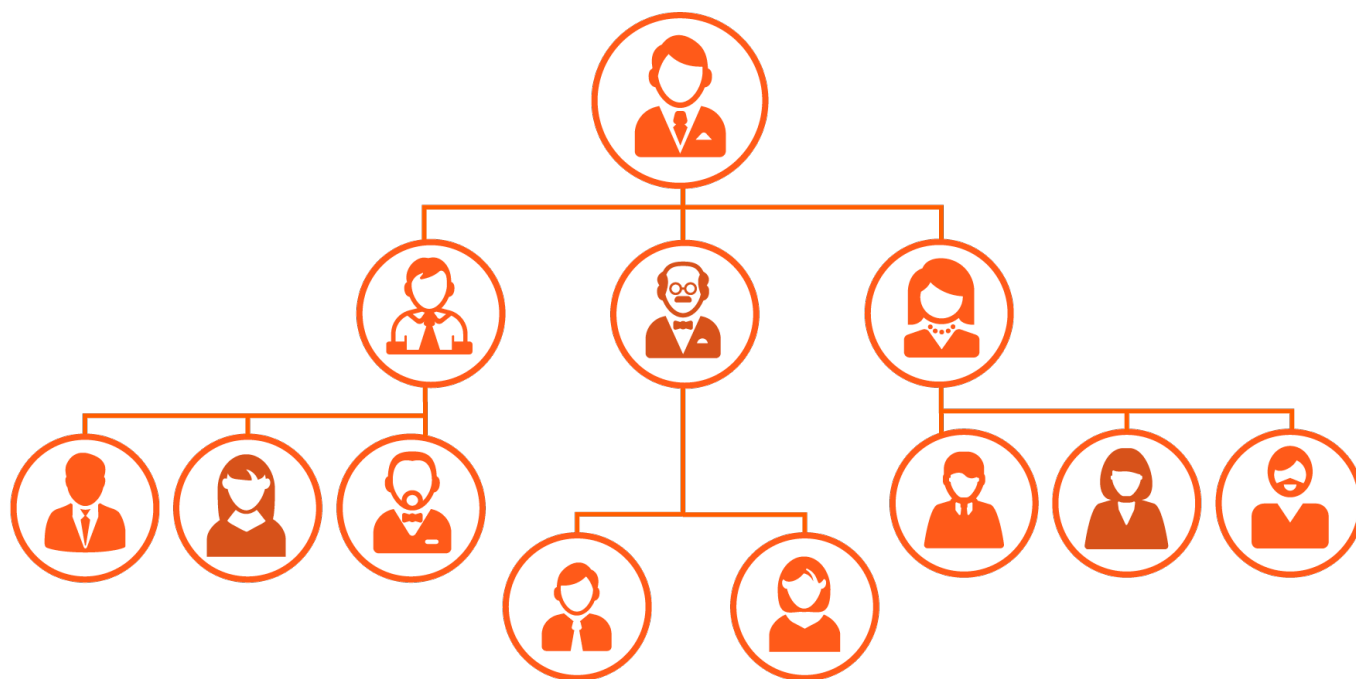


Ilustración 16. Ornigrama – Estructura Organizacional de la Empresa (Propia, s.f.)

## TIPOS DE ORGANIGRAMA

### Vertical

En la que los niveles jerárquicos quedan determinados de arriba hacia abajo.

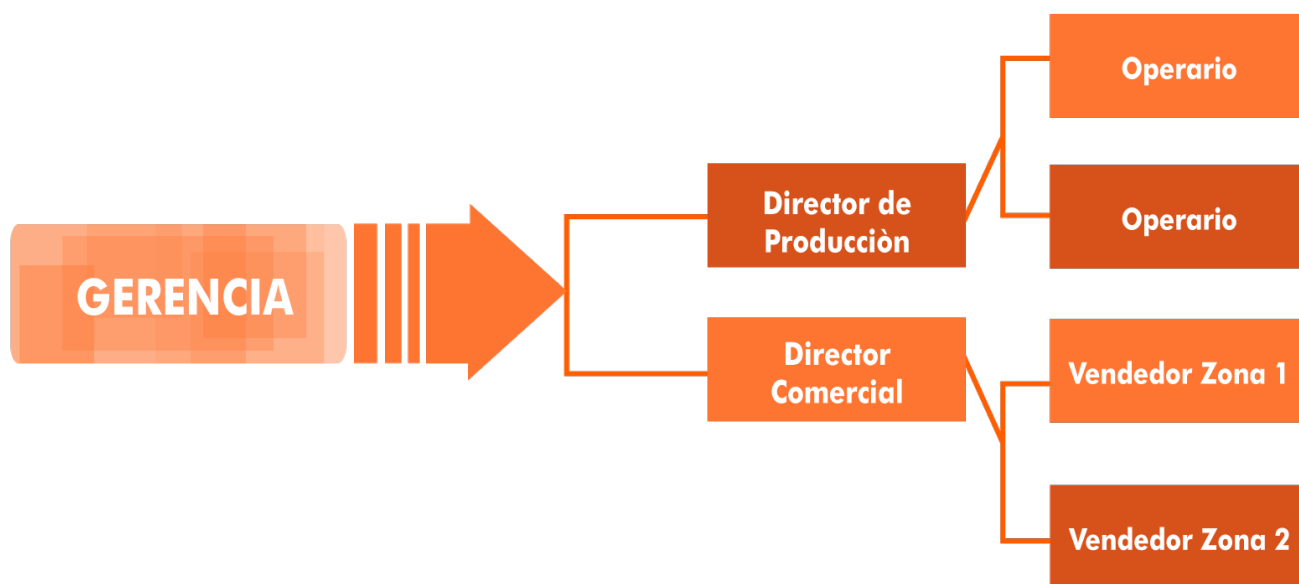


*Ilustración 17. Organigrama Vertical (Propia, s.f.)*



## Horizontal

Los niveles jerárquicos se representan de izquierda a derecha



*Ilustración 18. Organigrama Horizontal (Propia, s.f.)*



## Mixtos

Combina estructura verticales con las horizontales

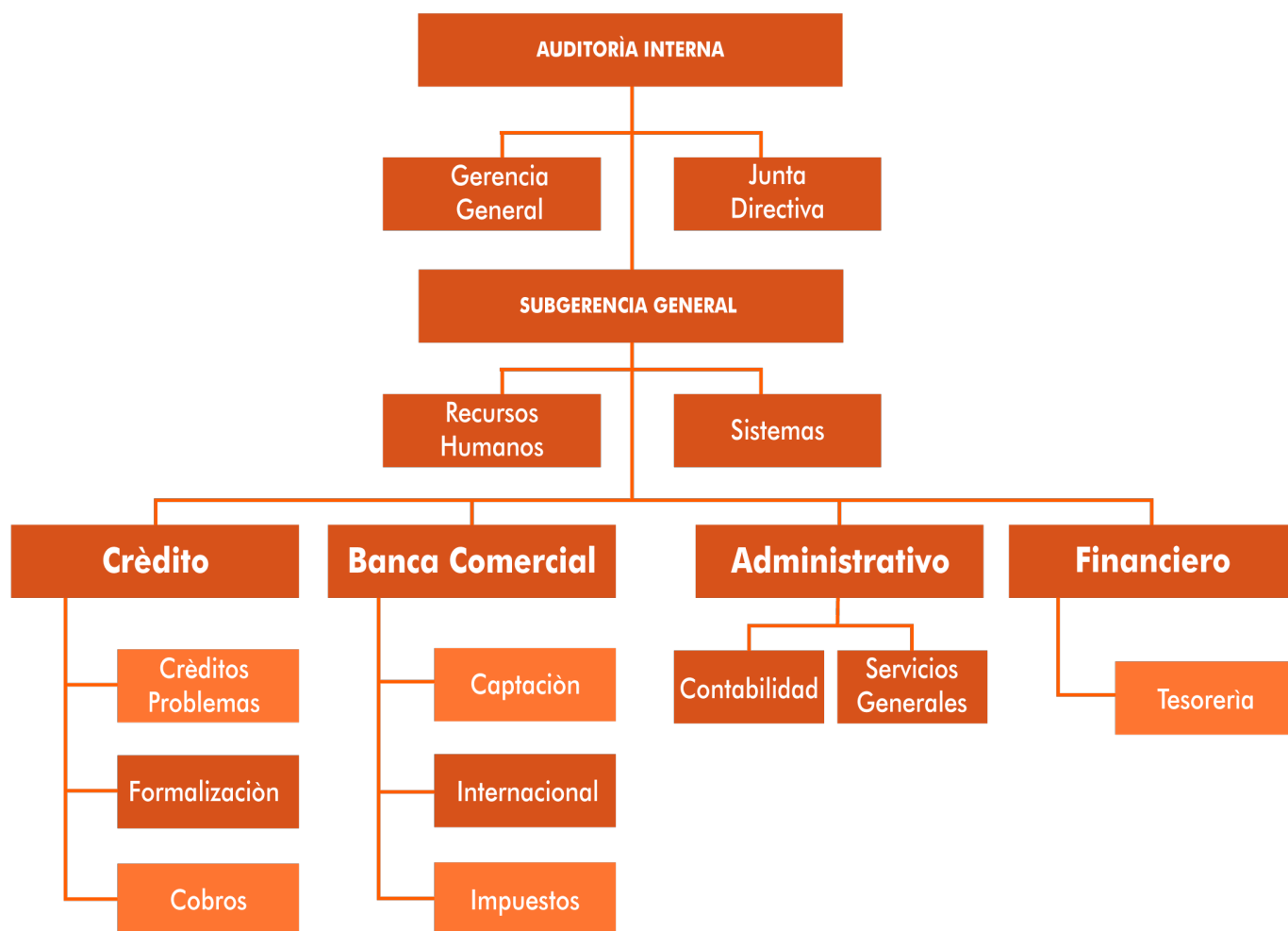
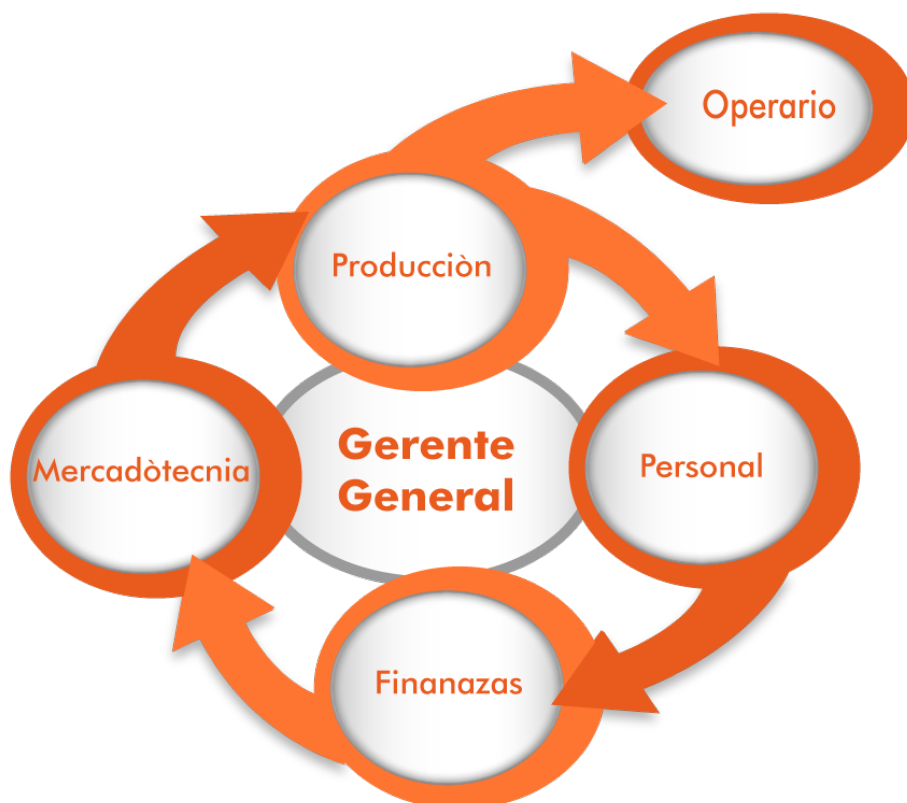


Ilustración 19. Organigrama Mixto (<http://www.monografias.com/trabajos82/los-organigramas/los-organigramas2.shtml>, sf)



### Circular

Muestra los niveles de autoridad en la parte central del círculo y los demás niveles hacia los extremos del círculo.



*Ilustración 20. Organigrama Circular (Propia, s.f.)*

## PISTAS DE APRENDIZAJE



### Traer a la memoria:

**Empresa:** Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

**Sistema:** es un conjunto de elementos, componentes o partes que interactúan de manera coordinada para cumplir unos fines o propósitos. Definición propia.

#### Características de las empresas

- Desarrollan actividades económicas.
- Buscan alcanzar objetivos, beneficios, resultados, metas.
- Permiten satisfacer necesidades (económicas, sociales, ambientales, entre otros).
- Disponen de recursos: monetarios, instalaciones, máquinas, equipos, materiales, información, conocimientos, técnicas entre otros.
- Asocian personas con competencias integrales para cumplir sus propósitos.
- Se crean mediante procedimientos legales y normativos (leyes, decretos, estatutos, normas, entre otros).
- Se identifican con una cultura (conjunto de valores, creencias, hábitos, costumbres, entre otros).
- Desarrollan sus actividades como un conjunto de sistemas, procesos, funciones, procedimientos, (materias primas, producción, productos, servicios, comercialización, clientes entre otros), para alcanzar sus fines o propósitos.
- Constituyen una estructura organizacional formal y única.
- Identifican sus niveles de autoridad y responsabilidad, según el tipo de persona jurídica.
- Se direccionan acorde con la misión, visión, políticas, principios, valores, las contingencias, tendencias y cambios globales.

La función empresarial está condicionada por la actividad económica que realiza, sus propósitos y objetivos que persigue, los tipos de productos o servicios que presta, su capacidad técnica de producción, los procesos que realiza, las competencias de sus colaboradores, las necesidades y requerimientos de los clientes, las leyes y normatividad que le compete, el entorno donde desarrolla sus actividades, la sociedad, la cultura, la economía, la política, la tecnología y los mercados y la competencia.

La estructura organizacional es el soporte o fundamento legal o normativo que le permite a la organización desarrollar su actividad económica de manera normal, para lograr los fines o propósitos de la organización. Definición propia.

La estructura organizacional determina su ordenamiento e interacción de:

- ☒ La jerarquía o niveles de autoridad y su responsabilidad

### PISTAS DE APRENDIZAJE



#### Traer a la memoria:

- La distribución de áreas funcionales y operativas de la organización
- Los procesos, productos o servicios
- Cargos, funciones, actividades

#### La estructura organizacional depende de:

- Tipo de persona jurídica: con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro
- Tipo de actividad económica que desarrolla la empresa: industriales, comerciales y de servicios
- Los productos o servicios que elabora o presta
- Tamaño de la empresa: microempresa, pequeña, mediana y grande
- Los procesos que realiza
- Su ubicación geográfica
- Su ubicación en la organización (en el caso de una filial)

## 2.5 TEMA 2 - TIPOS DE EMPRESAS EN COLOMBIA

Algunos de los conceptos y definiciones más comunes de persona natural:

1. Es todo ser humano o individuo que hace y obtiene la capacidad legal en la sociedad sin importar edad, sexo o religión (Sócrates).

2. Persona es todo ente susceptible de tener derechos o deberes jurídicos.

3. Persona es todo ente susceptible de figurar como término subjetivo en una relación jurídica;

4. Persona es todo ente susceptible de ser sujeto.

El Código civil colombiano define la persona como:

“Son personas todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición: (Art. 74).

Igualmente la Constitución colombiana en el artículo 14 establece que toda persona tiene el derecho a su reconocimiento de su personalidad jurídica.

La persona natural, o física como la llaman en la mayoría de los países latinos, es un concepto estrictamente jurídico, cuyo origen proviene de los primeros juristas romanos. En el presente, cada país tiene su propio ordenamiento jurídico que le da su propia definición de persona, aunque en todos los casos es muy similar.

**Las personas que no son comerciantes**, es decir, que no realizan actos mercantiles, como el caso de quienes ejercen una Profesión liberal no está obligada a llevar contabilidad, pero si deben conservar los soportes que le den derecho a costos y deducciones.

Recuperado de:

<http://www.gerencie.com/persona-natural.html>

**Persona Natural Comerciante** es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

[http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso\\_paso\\_empresa\\_ccb/persona\\_natural.html](http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/persona_natural.html)

De acuerdo con el CÓDIGO CIVIL COLOMBIANO

“

**ARTICULO 33. PALABRAS RELACIONADAS CON LAS PERSONAS.** La palabra persona, en su sentido general se aplica (rá) a la especie humana, sin distinción de sexo.

**ARTICULO 73. PERSONAS NATURALES O JURIDICAS.** Las personas son naturales o jurídicas.

**ARTICULO 74. PERSONAS NATURALES.** Son personas todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición.

**ARTICULO 633. DEFINICION DE PERSONA JURIDICA.** Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

**ARTICULO 654. LAS COSAS CORPORALES.** Las cosas corporales se dividen en muebles e inmuebles.

**ARTICULO 655. MUEBLES.** Muebles son las que pueden transportarse de un lugar a otro, sea moviéndose ellas a sí mismas como los animales (que por eso se llaman semovientes), sea que sólo se muevan por una fuerza externa, como las cosas inanimadas.

**ARTICULO 656. INMUEBLES.** Inmuebles o fincas o bienes raíces son las cosas que no pueden transportarse de un lugar a otro; como las tierras y minas, y las que adhieren permanentemente a ellas, como los edificios, los árboles.

”



**Actividad económica:** Es el conjunto de acciones y procesos que realizados por una persona natural o jurídica, tienen como finalidad la elaboración de productos, la comercialización y la prestación de servicios para la satisfacción de necesidades, deseos o requerimientos de las personas o de otras instituciones. Definición propia.

Las actividades económicas productivas que se realizan en Colombia están debidamente clasificadas y ordenadas en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme, CIIU Versión 4. Adaptada para Colombia, DANE.

Actividad económica: cualquier proceso donde se generan e intercambian productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades del hombre. La actividad económica permite la generación de riqueza dentro de una comunidad (ciudad, región, país) mediante la extracción, transformación y distribución de los recursos naturales o bien de algún tipo de servicio.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Actividad\\_econ%C3%B3mica](http://es.wikipedia.org/wiki/Actividad_econ%C3%B3mica)

## LAS PERSONAS JURÍDICAS SE DIVIDEN EN:



Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son:

- Sector primario o sector agropecuario.
- Sector secundario o sector Industrial.
- Sector terciario o sector de servicios.

Según los sectores económicos son los siguientes:

- Sector agropecuario: Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
- Sector de servicios: Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
- Sector industrial: Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.

- Sector de transporte: Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
- Sector de comercio: Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
- Sector financiero: En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.
- Sector de la construcción: En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.
- Sector minero y energético: Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).
- Sector solidario: En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.
- Sector de comunicaciones: En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.).

([http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores\\_economicos](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos), 2000)

#### Según el tipo de persona jurídica:




- Personas Jurídicas de Derecho Público.
- Constituidas con fondos del estado. La nación, los departamentos, los establecimientos públicos y las empresas industriales y comerciales del estado.
- Personas Jurídicas de Derecho Privado.
- Constituida con capitales de particulares. Se pueden constituir con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro.

#### Según el Ámbito de Operación las organizaciones se clasifican en:

- Locales

-  Regionales
-  Nacionales
-  Multinacionales


Según el origen y composición del Capital las organizaciones pueden ser:

-  Privadas: cuando el capital proviene de particulares
-  Públicas: constituidas con capital del Estado
-  De economía mixta: la conforman con capitales privados y del estado

Según su tamaño las empresas pueden ser:

TAMAÑO	SEGÚN LOS ACTIVOS TOTALES SMMLV	SEGÚN SU PLANTA DE PERSONAL
Microempresa	Inferior a 500 (excluida la vivienda)	No superior a 10 trabajadores
Pequeña	Entre 501 y menos de 5.000	Entre 11 y 50 trabajadores
Mediana	Entre 5.001 y 30.000	Entre 51 y 200 trabajadores
Grande	Superior a 30.000	Más de 200 trabajadores
SMMLV: salario mínimo mensual legal vigente, para el año 2015 \$644.350		

Según su actividad económica:

-  Agropecuarias: dedicadas a la siembra, cosecha y crías de animales

- Extractivas: explotación de minerales y metales
- Industriales: transformadoras de materias en otros productos
- Comerciales: compra y venta de mercancías
- Servicios: función de satisfacer necesidades

Algunas características de personas jurídicas de derecho privado.

**Sociedad por Acciones Simplificada:** Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad.

Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.

La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

**Sociedad Limitada:** Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios.

Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos.

El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad deberá estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda" que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente

**Empresa Unipersonal:** el individuo, una y solo una persona que se constituye como empresario mediante escritura o documento privado ante Cámara de Comercio o ante notario con el debido reconocimiento de firma y contenido del documento. Basta con el Registro Mercantil para que sea una persona jurídica, quien responderá limitadamente con los activos, cuotas de igual valor nominal, descritos en el documento constitutivo. Corresponde al constituyente, administrar la empresa o delegar a un tercero, caso en el cual, el empresario inicial no podrá realizar actos ni contratos a nombre de la empresa unipersonal. Esta podrá tener razón social seguida de la frase "Empresa Unipersonal" o su abreviatura "E.U" so pena de que el empresario responda ilimitadamente con su patrimonio.

**Sociedad Anónima:** Se constituye mediante escritura pública entre mínimo cinco accionistas quienes responden hasta por el monto o aporte de capital respectivo que han suministrado para la sociedad. Se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y que lo hayan expresado en su documento de fundación o estatutos. La administración de ésta sociedad se desarrolla con la asamblea general de accionistas quienes definen el revisor fiscal y la junta directiva, quien a su vez define al gerente, quien es la persona que asume la representación legal de la sociedad. El capital se representa en acciones de igual valor que son títulos negociables, todo ello es el capital autorizado y se debe aclarar cuánto de esto es capital suscrito y cuánto capital pagado. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las palabras "Sociedad Anónima" o su abreviatura "S.A."

**Sociedad Colectiva:** Se constituye mediante escritura pública entre dos o más socios quienes responden solidaria, ilimitada y subsidiariamente por todas las operaciones sociales. Cuando se constituye este tipo de sociedad, se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa, el que deseen sus socios, quienes a su vez podrán delegar la administración de la sociedad en otras personas extrañas, pero perdiendo así la posibilidad de diligenciar o gestionar negocios. Cada socio deberá entregar sus aportes en capital, especie o con trabajo, definiendo de ésta manera el capital social de la empresa, el cual no tiene ni un mínimo ni un máximo según la ley comercial. Es importante saber que la razón social de estas sociedades se forma con el nombre completo o solo apellido de uno de los socios, seguido de la palabra "y compañía", "hermanos" o "e hijos". Esto quiere decir que no podrá ir un nombre de un extraño en la razón social.

**Sociedad Comandita Simple:** Se constituye mediante escritura pública entre uno o más socios gestores y uno o más socios comanditarios o capitalistas. Los socios gestores responden solidaria, ilimitada y directamente por las operaciones y los socios capitalistas o comanditarios solo responden por sus respectivos aportes. Cuando se constituye éste tipo de sociedad, se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa. Solo los socios gestores podrán administrar la sociedad o delegar esta administración en terceros, cosa que no podrán hacer los socios capitalistas. Los socios capitalistas o comanditarios aportan capital mientras los gestores aportan la administración de los capitales y el desarrollo de los negocios. Se debe tener claridad en la razón social de estas sociedades, la cual se forma exclusivamente con el nombre completo o solo apellido de uno o más socios colectivos comanditarios o gestores; seguido de la palabra "y compañía" o su abreviatura "& Cía." y seguido de la abreviación "S. en C".

**Sociedad Comandita por Acciones:** Se constituye mediante escritura pública entre uno o más socios gestores y por lo menos 5 socios capitalistas o comanditarios. Los socios gestores responden solidaria, ilimitada y directamente por las operaciones y los socios capitalistas solo responden por sus respectivos aportes. Cuando se constituye éste tipo de sociedad, se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa, solo los socios gestores podrán administrar la sociedad o delegar esta administración en terceros, cosa que no podrán hacer los socios capitalistas. El capital se representa en acciones de igual valor, que son títulos negociables aportados por los capitalistas e inclusive por los socios gestores, quienes separan su aporte de industria el cual no forma parte del capital. Se debe tener claridad en la razón social de estas sociedades, la cual se forma exclusivamente con el nombre completo o solo apellido de uno o más socios colectivos, seguido de la palabra "y compañía" o su abreviatura "& Cía." seguido en todo caso por las palabras "Sociedad en Comandita por Acciones" o su abreviatura "SCA".

**Empresa Asociativa de Trabajo:** Se constituye mediante escritura, acta de constitución o estatuto ante notario o juez con el debido reconocimiento de firma y contenido del documento. Sus miembros serán mínimo tres y máximo diez si es para producciones de bienes, pues si es una empresa de servicios sus socios serán 20 máximo.

Todos ellos estarán representados por su aporte laboral y adicionalmente en especie o bienes y responderán de acuerdo a la norma del Código de Comercio. Particularmente ésta empresa constituida con su persona jurídica debe registrarse ante el Ministerio de Protección Social. El tiempo de duración debe estar claramente determinado y su capital esta expresado en aportes laborales, de tecnología, propiedad industrial o intelectual debidamente registrada, en activos y dinero. Será un director ejecutivo el representante legal de este tipo de empresa y hará lo que le ordene los estatutos, creados por la junta de asociados, a su vez la razón social debe acompañarse con la denominación "Empresa Asociativa de Trabajo".

Recuperado de Portal Nacional de Creación de Empresas:

(<http://www.crearempresa.com.co/Consultas/ConsultasTipoEmpresa.aspx>, SF)

### PISTAS DE APRENDIZAJE



#### Traer a la memoria:

De acuerdo con el **CÓDIGO CIVIL COLOMBIANO**

**ARTICULO 33. <PALABRAS RELACIONADAS CON LAS PERSONAS>.** La palabra persona, en su sentido general se aplica (rá) a la especie humana, sin distinción de sexo.

**ARTICULO 73. <PERSONAS NATURALES O JURIDICAS>.** Las personas son naturales o jurídicas.

**ARTICULO 74. <PERSONAS NATURALES>.** Son personas todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición.

**ARTICULO 633. <DEFINICION DE PERSONA JURIDICA>.** Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

Persona Natural Comerciante es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.  
[http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso\\_paso\\_empresa\\_ccb/persona\\_natural.html](http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/persona_natural.html)

#### **LAS PERSONAS JURÍDICAS SE PUEDEN CALSIFICAR EN:**

**Personas Jurídicas de Derecho Público.**  
Constituidas con fondos del estado. La nación, los departamentos, los establecimientos públicos y las empresas industriales y comerciales del estado.

**Personas Jurídicas de Derecho Privado.**  
Constituida con capitales de particulares. Se pueden constituir con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro

Las personas jurídicas se dividen en:

**Sin ánimo de lucro:** su propósito brindar beneficios sociales. (Corporaciones, asociaciones, fundaciones, sindicatos, cooperativas).

**Con ánimo de lucro:** generan utilidades para sus socios. (Sociedad Colectivas, Unipersonal, sociedad en Comandita, simple y por acciones, Sociedad por Acciones Simplificada, Sociedad Anónima, de Responsabilidad Limitada).

Según la división de la economía clásica, los sectores de la economía son:

**Sector primario o sector agropecuario.**

## PISTAS DE APRENDIZAJE



### Traer a la memoria:

**Sector secundario o sector Industrial.**  
**Sector terciario o sector de servicios.**

Los sectores económicos en Colombia se clasifican en:

1. **Sector agropecuario:** Corresponde al sector primario mencionado anteriormente.
2. **Sector de servicios:** Corresponde al sector terciario mencionado anteriormente.
3. **Sector industrial:** Corresponde al sector secundario mencionado anteriormente.
4. **Sector de transporte:** Hace parte del sector terciario, e incluye transporte de carga, servicio de transporte público, transporte terrestre, aéreo, marítimo, etc.
5. **Sector de comercio:** Hace parte del sector terciario de la economía, e incluye comercio al por mayor, minorista, centros comerciales, cámaras de comercio, San Andresitos, plazas de mercado y, en general, a todos aquellos que se relacionan con la actividad de comercio de diversos productos a nivel nacional o internacional.
6. **Sector financiero:** En este sector se incluyen todas aquellas organizaciones relacionadas con actividades bancarias y financieras, aseguradoras, fondos de pensiones y cesantías, fiduciarias, etc.
7. **Sector de la construcción:** En este sector se incluyen las empresas y organizaciones relacionadas con la construcción, al igual que los arquitectos e ingenieros, las empresas productoras de materiales para la construcción, etc.
8. **Sector minero y energético:** Se incluyen en él todas las empresas que se relacionan con la actividad minera y energética de cualquier tipo (extracción de carbón, esmeraldas, gas y petróleo; empresas generadoras de energía; etc.).
9. **Sector solidario:** En este sector se incluyen las cooperativas, las cajas de compensación familiar, las empresas solidarias de salud, entre otras.
10. **Sector de comunicaciones:** En este sector se incluyen todas las empresas y organizaciones relacionadas con los medios de comunicación como (telefonía fija y celular, empresas de publicidad, periódicos, editoriales, etc.).

## 2.6 EJERCICIO DE APRENDIZAJE

Nombre del taller de aprendizaje:	Datos del autor del taller:
Escriba o plantee el caso, problema o pregunta:  ¿Identifique qué tipos de empresas existen?	

**Solución del taller:**

Empresas agrícolas, extractivas, productoras, comercializadoras y de servicios.

Nombre del taller de aprendizaje:	Datos del autor del taller:
<p>Escriba o plantee el caso, problema o pregunta:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué es una persona Natural?</li> <li>¿Quiénes son las personas que nos son comerciantes</li> <li>¿Quiénes son las personas comerciantes?</li> <li>¿Qué es una persona jurídica?</li> </ol>	
<p><b>Solución del taller:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Son personas todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición</li> <li>Las personas que no son comerciantes, es decir, que no realizan actos mercantiles, como el caso de quienes ejercen una Profesión liberal no está obligada a llevar contabilidad, pero si deben conservar los soportes que le den derecho a costos y deducciones.</li> <li>Persona Natural Comerciante es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.</li> <li>Persona Jurídica: Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.</li> </ol>	



## 2.7 TALLER DE ENTRENAMIENTO

Nombre del taller:	Modalidad de trabajo:
Actividad previa: lea los diferentes tipos de sociedades	
Describa la actividad:  Elabore un cuadro comparativo de las diferentes sociedades que existen en Colombia.	

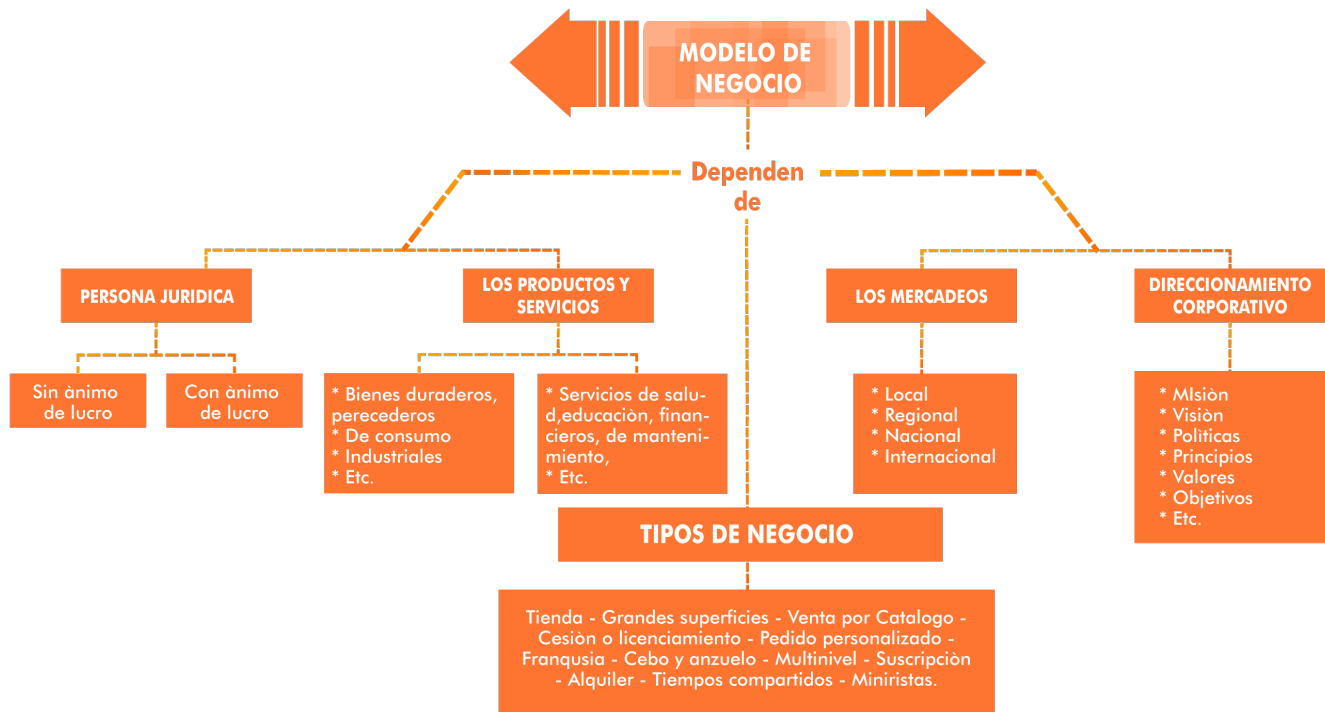
### 3 UNIDAD 2 MODELOS DE NEGOCIOS



Modelos de negocios: [Enlace](#)

#### 3.1 RELACIÓN DE CONCEPTOS

MAPA CONCEPTUAL



Definición de los conceptos planteados en el mapa conceptual:

**Modelo.** (R.A.E.) (Del it. modello).

- Arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo.
- En las obras de ingenio y en las acciones morales, ejemplar que por su perfección se debe seguir e imitar.
- Representación en pequeño de alguna cosa.
- Esquema teórico, generalmente en forma matemática, de un sistema o de una realidad compleja, como la evolución económica de un país, que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento.
- Objeto, aparato, construcción, etc., o conjunto de ellos realizados con arreglo a un mismo diseño. Auto modelo 1976. Lavadora último modelo.
- Vestido con características únicas, creado por determinado modista, y, en general, cualquier prenda de vestir que esté de moda.
- En empresas, u. en aposición para indicar que lo designado por el nombre anterior ha sido creado como ejemplar o se considera que puede serlo. Empresa modelo. Granjas modelo.
- Esc. Figura de barro, yeso o cera, que se ha de reproducir en madera, mármol o metal.

- Cuba. Impreso (|| hoja con espacios en blanco).
- Persona de buena figura que en las tiendas de modas se pone los vestidos, trajes y otras prendas para que las vean los clientes.
- Esc. y Pint. Persona u objeto que copia el artista.

**Persona Jurídica:** Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. ARTICULO 633. Del Código Civil Colombiano

**Actividad económica:** Es el conjunto de acciones y procesos que realizados por una persona natural o jurídica, tienen como finalidad la elaboración de productos, la comercialización y la prestación de servicios para la satisfacción de necesidades, deseos o requerimientos de las personas o de otras instituciones. Definición propia

**Sin ánimo de lucro:** su propósito brindar beneficios sociales. (Corporaciones, asociaciones, sindicatos, cooperativas).

**Con ánimo de lucro:** generan utilidades para sus socios. (Colectivas, Unipersonal, En comandita, simples y por acciones, Sociedad por Acciones Simplificada, Anónima, de responsabilidad limitada).

**Producto.** (R.A.E.) (Del lat. productus).

- Cosa producida.
- Caudal que se obtiene de algo que se vende, o el que ello reditúa.
- Mat. Cantidad que resulta de la multiplicación.

**Servicio.** (R.A.E.) (Del lat. servitium).

- Acción y efecto de servir...

## 3.2 OBJETIVO GENERAL

Identificar las oportunidades de negocios, en los mercados local, regional, nacional e internacional y los tipos de modelos de negocios.

### 3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar oportunidades de negocios
- Analizar los diferentes tipos de mercados
- Seleccionar el modelo de negocio pertinente a los requerimientos de las personas y según el mercado.

### 3.4 TEMA 1 - CÓMO IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Para iniciar un negocio, un plan de negocio o un emprendimiento empresarial se deben tener en cuenta una serie de factores y condiciones en los cuales se investigue, analice, interprete e intervenga en el entorno en el cual se desarrollará el negocio, se debe tener en cuenta los Problemas, las Oportunidades, las Necesidades, los Deseos, las Ideas y Sueños (P.O.N.D.I.S.), en el ámbito social o empresarial. Así mismo se puede hacer el estudio a partir de la matriz D.O.F.A. Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, en la empresa.

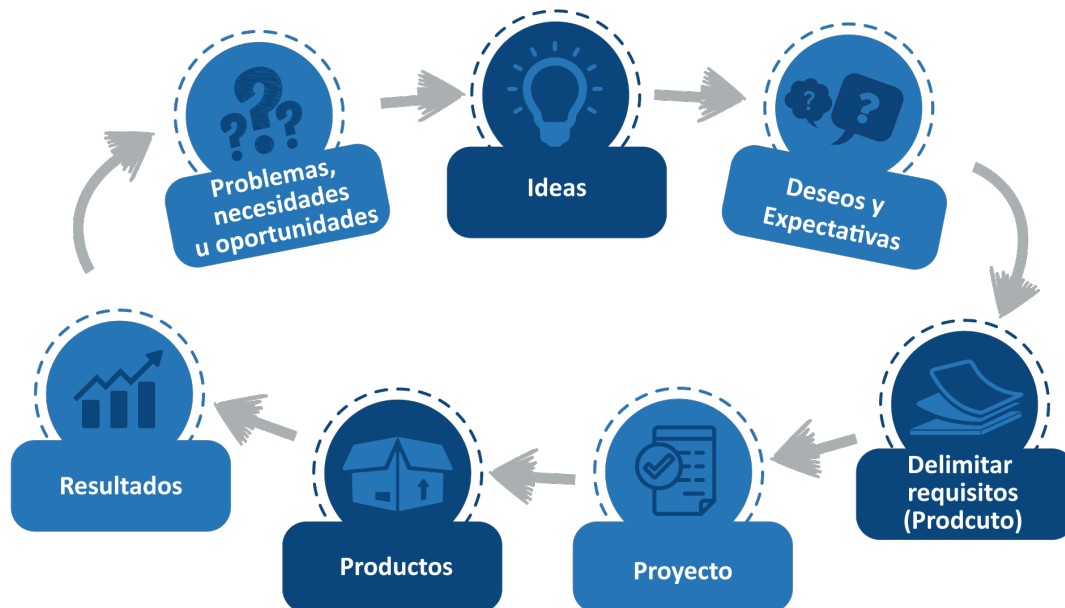
Qué problemas, necesidades, deseos se requieren solucionar en la sociedad, en la empresa, en los productos o servicios, en lo cultural, en lo ambiental, en lo económico, en lo tecnológico, en los mercados local, regional, nacional e internacionalmente, y demás ambientes en los cuales se pueda participar en mejora de condiciones, calidad de vida, bienestar social, organizacional y económico de la región y el país.

Identificar y conocer los problemas, las oportunidades, las necesidades, los deseos, las ideas, sueños, debilidades, fortalezas, amenazas, las tendencias de la dinámica empresarial, las nuevas formas de comercialización y de hacer negocios, el diseño, innovación y desarrollo de nuevos productos y servicios, los cambios de la economía, la tecnología, la política, los social, lo cultural, lo ambiental entre otros, son factores y condiciones que se deben tener en cuenta para la investigación, análisis, interpretación y participación de iniciativas empresariales innovadoras de base tecnológica y de talla mundial.

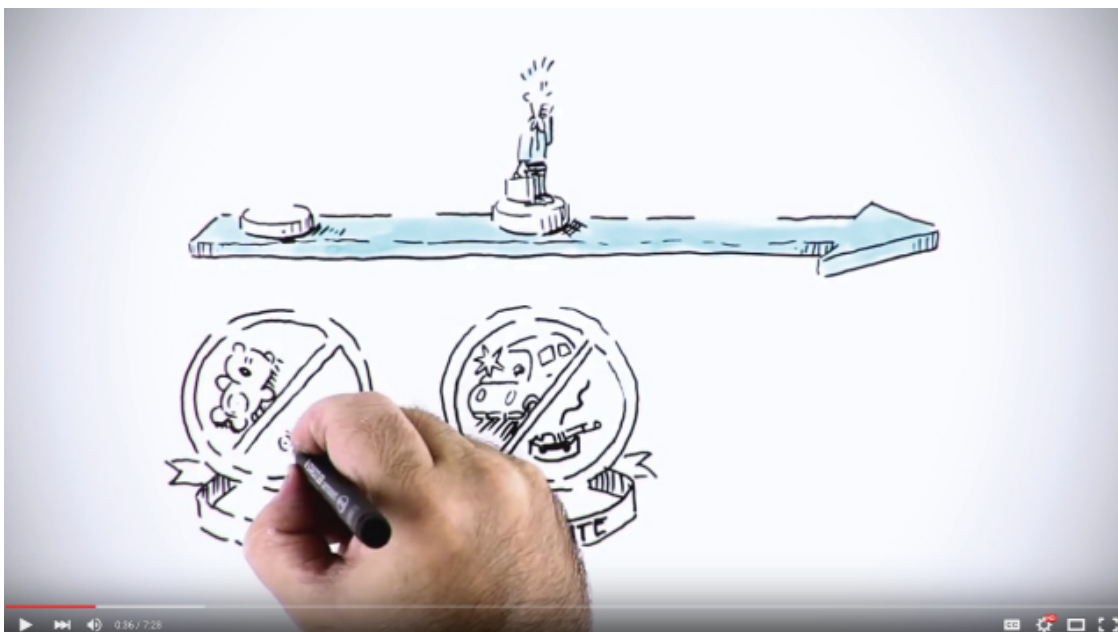
Colombia requiere de profesionales que participen en la solución de problemas, contribuyan el satisfacción de necesidades, así mismo que se aprovechen las oportunidades, cumplan con sus deseos, ideas o sueños, sean emprendedores, creativos, innovadores, que generen riqueza, bienestar social y desarrollo económico al país.

Otro aspecto importante a tener en cuenta a la hora de emprender negocios, es la inversión extranjera, cómo nos puede afectar o cómo podemos participar en esas inversiones.

# ¿QUÉ ESTUDIÉ?



Autoría Propia



¿Te atreves a Soñar?: [Enlace](#)

De acuerdo con la ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento en el Artículo 1o. DEFINICIONES.

- Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;
- Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;
- Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;
- Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;
- Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;
- Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

### **Volver problemas y necesidades en oportunidades**

Todo problema, necesidad o situación de dificultad es una oportunidad para plantear soluciones, buscar satisfacer las necesidades, por lo tanto buscar soluciones es el reto de todo emprendedor, el cual tiene que desarrollar una serie de actividades de investigación, observación, análisis, reflexión, interpretación, desarrollar ideas creativas, innovar, diseñar nuevos productos, servicios o procesos y formular proyectos o planes de negocio que busquen solucionar los problemas, satisfacer las necesidades o superar las dificultades que se presentan en el entorno local, regional, nacional o internacional.

### **¿Cómo convertir un problema en una oportunidad?**

Ver los siguientes videos:

- Cómo tener ideas de negocio. Muy Masculino. Invertir Mejor.com

[https://www.youtube.com/watch?v=O\\_EOkQyk8Mw](https://www.youtube.com/watch?v=O_EOkQyk8Mw)

- ¿Cómo identificar buenas ideas de negocios en el día a día? Negocios en Tele Medellín.

<https://www.youtube.com/watch?v=Fb8-DCX-jUo>

- ¿Cómo identificar oportunidades de negocios?

<http://es.slideshare.net/juanjoroso/como-identificar-oportunidades-de-negocios>

- Oportunidades de negocios

<http://es.slideshare.net/jcfdezmx2/bsqueda-de-oportunidades-de-negocio-presentation?related=2>

Según el informe de gestión de 2013 del Ministerio de Comercio Industria y Turismo para el Programa de Transformación Productiva, establece que: Desde el año 2007 el Gobierno de Colombia, el sector privado y la academia comenzaron a trabajar en el desarrollo de una política nacional de competitividad a largo plazo, con el objetivo de convertir a Colombia en uno de los tres países más competitivos de América Latina, a través de una economía exportadora de bienes y servicios de alto valor agregado para el año 2032.

De acuerdo con lo anterior, se establecieron tres estrategias para aumentar la competitividad del país: desarrollar los sectores de clase mundial, aumentar la productividad y el empleo, y concretar la fuerza laboral. Para implementar la primera estrategia el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo creó en 2008 el PTP, con el fin de mejorar la competitividad de diferentes sectores de la economía colombiana, establecidos o emergentes.

Estos son los 20 sectores identificados de la política de la Transformación Productiva (PTP) en los cuales se pueden direccionar los emprendimientos innovadores con propuestas de valor:



Recuperado de: <https://www.ptp.com.co/documentos/INFORME%20COMPLETO%20PTP.pdf>

Esto no quiere decir que son los únicos sectores donde incursionar, siempre habrá una nueva oportunidad que hay que aprovechar. Visualízela, invéstiguela, analízela, evalúela y emprenda.



## PISTAS DE APRENDIZAJE



### Traer a la memoria:

**Modelo. (R.A.E.)**

(Del it. modello).

1. m. Arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo.
2. m. En las obras de ingenio y en las acciones morales, ejemplar que por su perfección se debe seguir e imitar.
3. m. Representación en pequeño de alguna cosa.
4. m. Esquema teórico, generalmente en forma matemática, de un sistema o de una realidad compleja, como la evolución económica de un país, que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento.
5. m. Objeto, aparato, construcción, etc., o conjunto de ellos realizados con arreglo a un mismo diseño. Auto modelo 1976. Lavadora último modelo.
6. m. Vestido con características únicas, creado por determinado modista, y, en general, cualquier prenda de vestir que esté de moda.
7. m. En empresas, u. en aposición para indicar que lo designado por el nombre anterior ha sido creado como ejemplar o se considera que puede serlo. Empresa modelo. Granjas modelo.
8. m. Esc. Figura de barro, yeso o cera, que se ha de reproducir en madera, mármol o metal.
9. m. Cuba. Impreso (☒ hoja con espacios en blanco).
10. com. Persona de buena figura que en las tiendas de modas se pone los vestidos, trajes y otras prendas para que las vean los clientes.
11. com. Esc. y Pint. Persona u objeto que copia el artista.

**Tener en cuenta:**

- a) **Cultura:** Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;
- b) **Emprendedor:** Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;
- c) **Emprendimiento:** Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;
- d) **Empresarialidad:** Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empre-

## PISTAS DE APRENDIZAJE



### Traer a la memoria:

sariales;

e) Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

f) Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

Tener presente que:

Los sectores en los cuales se puede incursionar son:

• **Manufacturas:**

1. Cosméticos y Artículos de Aseo
2. Industria Editorial y de la Comunicación Gráfica
3. Industria de Autopartes y Vehículos
4. Textiles y Confecciones
5. Cuero, Calzado y Marroquinería
6. Siderúrgico
7. Metalmecánico
8. Astillero

• **Agroindustria:**

9. Hortofrutícola
10. Chocolatería, Confeitería y Materias Primas
11. Acuícola
12. Carne Bovina
13. Lácteo
14. Palma, Aceites-Grasas Vegetales y Biocombustibles

• **Servicios:**

15. Energía Eléctrica, Bienes y Servicios Conexos
16. Software & TI
17. Tercerización de Procesos de Negocio BPO&O
18. Turismo de Salud
19. Turismo de Bienestar
20. Turismo de Naturaleza



## 3.5 TEMA 2 - EL MERCADO LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL

Mercado es el lugar físico o virtual donde concurren oferentes (vendedores o fabricantes) y demandantes (compradores o consumidores), donde se ponen de acuerdo en un precio para intercambiar bienes o servicios.

También se puede considerar mercado al conjunto de personas, clientes, consumidores o usuarios reales o potenciales, que están en capacidad de adquirir, comprar, consumir o usar nuestros productos o servicios. Definición propia

Mercado, en economía, es cualquier conjunto de transacciones de procesos o acuerdos de intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes a individuos, empresas, cooperativas, ONG, entre otros.

El mercado es, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. [Cita requerida] Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

Una definición de mercado según la mercadotecnia: Organizaciones o individuos con necesidades o deseos que tienen capacidad y que tienen la voluntad para comprar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

### PRODUCTO

Es el resultado final de un proceso de producción

#### Bienes:

- ☐ Industriales
- ☐ De consumo

#### Servicios:

- ☐ Comerciales

Profesionales

## ¿QUÉ ES EL MARKETING?

En términos sencillos, el marketing es el manejo de las relaciones redituables con el cliente. El objetivo del marketing consiste en crear valor para los clientes y obtener valor de ellos a cambio.

El marketing es la administración de relaciones redituables con el cliente. La meta doble del marketing consiste en atraer a nuevos clientes prometiéndoles un valor superior y mantener y hacer crecer a los clientes actuales satisfaciendo sus necesidades. Kotler, P., & Armstrong, G. (2012).

El marketing es un proceso mediante el cual las compañías crean valor para sus clientes y establecen relaciones sólidas con ellos para obtener a cambio valor de éstos.

## ¿QUÉ ES EL MARKETING?

### EL PROCESO DE MARKETING



Conocimiento del mercado y las necesidades de los clientes

## NECESIDADES, DESEOS Y DEMANDAS DEL CLIENTE



### Denominaciones y tipos de mercado

Por el ámbito geográfico el mercado lo podemos clasificar en:

**Mercado internacional o mercado exterior:** Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.

**Mercado nacional o mercado interior:** Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.

**Mercado regional:** Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.

**Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo:** Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.

**Mercado metropolitano:** Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.

**Mercado local:** Es el que se desarrolla en las tiendas establecidas o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

## TIPOS DE MERCADOS

### SEGÚN LA NATURALEZA DEL PRODUCTO

#### Mercado de bienes perecederos.

Los bienes perecederos son aquellos artículos cuyo uso hace que se destruyan en un periodo concreto de tiempo. Este tipo de mercado engloba, por tanto, a los potenciales compradores de unos bienes que por sus características dejan de ser útiles en un breve plazo de tiempo, como por ejemplo los productos alimenticios o los combustibles.

#### Mercado de bienes duraderos.

En este caso, y al contrario que los anteriores, este tipo de bienes permiten un uso continuado de los mismos antes de que se destruyan, como por ejemplo un automóvil, un electrodoméstico o una prenda de vestir.

#### Mercado de bienes industriales.

Los bienes industriales son aquellos que se incorporan al proceso productivo de las empresas, es decir, que se utilizan para producir otros bienes, como la materia prima y los productos manufacturados. A ellos se unen los bienes de capital y los suministros y servicios utilizados en el proceso de producción.

#### Mercado de servicios.

A diferencia de los bienes, los servicios tienen una naturaleza intangible y no son susceptibles de ser fabricados, sino que se prestan, como por ejemplo la sanidad, la educación, el transporte o la justicia.

## SEGÚN SU ÁMBITO GEOGRÁFICO

Mercado local.	Mercado regional.	Mercado nacional.	Mercado internacional.	Mercado global.
Es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial. Aquí encontraríamos, por ejemplo, a la pequeña panadería que vende sus productos en la localidad en que se encuentra ubicada, así como a una empresa de construcción cuyo ámbito de actuación se limita a la provincia de Málaga.	El mercado regional es un mercado más amplio que el anterior. En el caso de la empresa malagueña, su acceso al mercado regional se produciría cuando comenzase a realizar obras y servicios en otras provincias de la comunidad autónoma andaluza.	Como su propio nombre indica, los compradores potenciales de este tipo de mercado se extienden por todo el país. Un ejemplo bastante claro sería el de RENFE, empresa que presta el servicio de transporte ferroviario por toda la geografía española.	El mercado internacional surge cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Como no podía ser de otra manera, los compradores potenciales tienen distintas nacionalidades. Cualquier empresa multinacional opera en este mercado.	Su origen no es otro que el fenómeno de la globalización. En un mundo tan avanzado como el actual, las empresas operan a nivel mundial realizando operaciones comerciales que incluye prácticamente todas las zonas del planeta. Internet ha jugado un papel decisivo en la consolidación de los mercados globales.

## Tipos de mercado según la naturaleza del comprador

SEGÚN LA NATURALEZA DEL COMPRADOR			
Mercado de consumidores.	Mercado industrial.	Mercado de revendedores.	Mercado institucional.
Es el más cercano a todos nosotros y en él se encuentran los compradores que buscan cubrir una necesidad mediante la adquisición de un bien o servicio de consumo.	El mercado industrial es un tipo de mercado profesional al que las empresas acceden para poder comprar los bienes y servicios que necesitan para realizar sus actividades. Un ejemplo sería el caso de una empresa de electricidad que compra materiales necesarios para el día a día de su actividad.	Es una modalidad de mercado bastante amplia formada por las empresas que compran bienes y servicios con la intención de volver a venderlos a un precio superior para obtener un beneficio. Un ejemplo bastante claro serían los supermercados.	Se refiere al mercado formado por las distintas instituciones que conforman el Sector Público español, desde el Estado hasta las Comunidades Autónomas pasando por los Ayuntamientos o las Diputaciones Provinciales.

Fuente: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-tipos-de-mercados-existen>



## PISTAS DE APRENDIZAJE



### Traer a la memoria:

**Mercado** es el lugar físico o virtual donde concurren oferentes (vendedores o fabricantes) y demandantes (compradores o consumidores), donde se ponen de acuerdo en un precio para intercambiar bienes o servicios.

También se puede considerar mercado al conjunto de personas, clientes, consumidores o usuarios reales o potenciales, que están en capacidad de adquirir, comprar, consumir o usar nuestros productos o servicios. Definición propia

Tener en cuenta:

#### TIPOS DE MERCADOS

Según la naturaleza del producto

\* Mercado de bienes perecederos. Los bienes perecederos son aquellos artículos cuyo uso hace que se destruyan en un periodo concreto de tiempo. Este tipo de mercado engloba, por tanto, a los potenciales compradores de unos bienes que por sus características dejan de ser útiles en un breve plazo de tiempo, como por ejemplo los productos alimenticios o los combustibles.

\* Mercado de bienes duraderos. En este caso, y al contrario que los anteriores, este tipo de bienes permiten un uso continuado de los mismos antes de que se destruyan, como por ejemplo un automóvil, un electrodoméstico o una prenda de vestir.

\* Mercado de bienes industriales. Los bienes industriales son aquellos que se incorporan al proceso productivo de las empresas, es decir, que se utilizan para producir otros bienes, como la materia prima y los productos manufacturados. A ellos se unen los bienes de capital y los suministros y servicios utilizados en el proceso de producción.

\* Mercado de servicios. A diferencia de los bienes, los servicios tienen una naturaleza intangible y no son susceptibles de ser fabricados, sino que se prestan, como por ejemplo la sanidad, la educación, el transporte o la justicia.

Según su ámbito geográfico

\* Mercado local. Es el ámbito geográfico más reducido que existe. Este tipo de mercado engloba a los consumidores de un ámbito municipal o provincial. Aquí encontraríamos, por ejemplo, a la pequeña panadería que vende sus productos en la localidad en que se encuentra ubicada, así como a una empresa de construcción cuyo ámbito de actuación se limita a la provincia de Málaga.

\* Mercado regional. El mercado regional es un mercado más amplio que el anterior. En el caso de la empresa malagueña, su acceso al mercado regional se produciría cuando comenzase a realizar obras y servicios en otras provincias de la comunidad autónoma andaluza.

\* Mercado nacional. Como su propio nombre indica, los compradores potenciales de este tipo de mercado se extienden por todo el país. Un ejemplo bastante claro sería el de RENFE, empresa que presta el servicio de transporte ferroviario por toda la geografía española.

## PISTAS DE APRENDIZAJE



### Traer a la memoria:

\* **Mercado internacional.** El mercado internacional surge cuando una empresa extiende su actividad por diversos países. Como no podía ser de otra manera, los compradores potenciales tienen distintas nacionalidades. Cualquier empresa multinacional opera en este mercado.

\* **Mercado global.** Su origen no es otro que el fenómeno de la globalización. En un mundo tan avanzado como el actual, las empresas operan a nivel mundial realizando operaciones comerciales que incluye prácticamente todas las zonas del planeta. Internet ha jugado un papel decisivo en la consolidación de los mercados globales.

Según la naturaleza del comprador

\* **Mercado de consumidores.** Es el más cercano a todos nosotros y en él se encuentran los compradores que buscan cubrir una necesidad mediante la adquisición de un bien o servicio de consumo.

\* **Mercado industrial.** El mercado industrial es un tipo de mercado profesional al que las empresas acceden para poder comprar los bienes y servicios que necesitan para realizar sus actividades. Un ejemplo sería el caso de una empresa de electricidad que compra materiales necesarios para el día a día de su actividad.

\* **Mercado de revendedores.** Es una modalidad de mercado bastante amplia formada por las empresas que compran bienes y servicios con la intención de volver a venderlos a un precio superior para obtener un beneficio. Un ejemplo bastante claro serían los supermercados.

\* **Mercado institucional.** Se refiere al mercado formado por las distintas instituciones que conforman el Sector Público español, desde el Estado hasta las Comunidades Autónomas pasando por los Ayuntamientos o las Diputaciones Provinciales.

## 3.6 TEMA 3 - TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIOS



### MODELO DE NEGOCIO

Es la estructura organizacional por la cual la empresa define la forma como se desarrollarán las directrices, los procesos, las estrategias de valor, los productos, servicios y actividades, que le permitirán la generación de ingresos, resultados y beneficios.. Definición propia



## MODELO DE NEGOCIO

Es el mecanismo por el cual un negocio trata de generar ingresos y beneficios. Es un resumen de cómo generar ingresos y beneficios. Es un resumen de cómo una compañía planifica servir a sus clientes. Implica tanto el concepto de estrategia como el de implementación.

El modelo de ingresos debe ser creíble, nada sacamos con decirnos mentiras a nosotros mismos. Las ideas empresariales reciben esta categoría gracias a su potencial real de desarrollo en el mercado y a su rentabilidad. Si su idea no genera ingresos es mejor que la revise nuevamente antes de llamarla negocio.

Recuperado de: [www.creame.com.co](http://www.creame.com.co)

Un modelo de negocio, también es llamado diseño de negocio o diseño empresarial, es el mecanismo por el cual un negocio busca generar ingresos y beneficios. Es un resumen de cómo una compañía planifica servir a sus clientes. Implica tanto el concepto de estrategia como su implementación, comprendiendo los siguientes elementos:

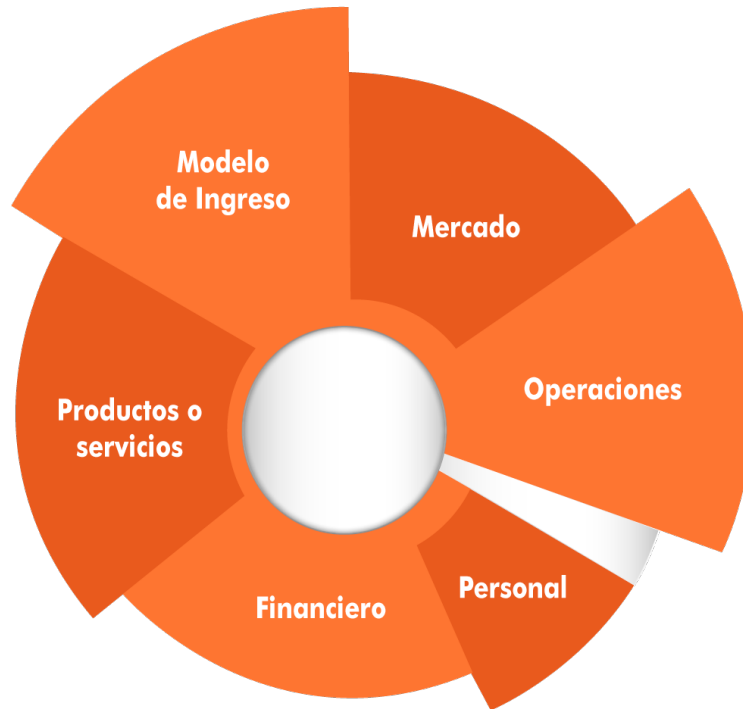
- Cómo selecciona a sus clientes
- Cómo define y diferencia sus ofertas de producto
- Cómo crea utilidad para sus clientes
- Cómo consigue y conserva a los clientes
- Cómo se muestra ante el mercado
- Cómo sale al mercado (estrategia de publicidad y distribución)
- Cómo define las tareas que deben llevarse a cabo
- Cómo configura sus recursos
- Cómo consigue el beneficio
- Cómo establece beneficios sociales

El modelo de negocios indica explícitamente cómo la empresa genera dinero mediante su posicionamiento en la cadena de valor.

Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Modelo\\_de\\_negocio](https://es.wikipedia.org/wiki/Modelo_de_negocio)

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.

Recuperado de: <http://es.slideshare.net/edgardoamaidana/generacion-de-modelos-de-negocio-alexander-osterwalder-yves-pigneur>



*Ilustración 21. Que debe Contener (<http://www.cream.com.co/web/, sf>)*

## DEFINICIÓN DE CADENA DE VALOR

Se conoce como cadena de valor a un concepto teórico que describe el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa. En base a la definición de cadena, es posible hallar en ella diferentes eslabones que intervienen en un proceso económico: se inicia con la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. En cada eslabón, se añade valor, que, en términos competitivos, está entendido como la cantidad que los consumidores están dispuestos a abonar por un determinado producto o servicio.

Fuente: Definición de cadena de valor - Qué es, Significado y Concepto

<http://definicion.de/cadena-de-valor/#ixzz3fyfng8F>

La cadena de valor está conformada por todos los procesos y actividades que desarrolla la empresa desde el diseño del producto, su elaboración, la comercialización, entrega del producto al cliente y los servicios de post venta. En el desarrollo de esos procesos y actividades se van agregando elementos y acciones innovadoras y diferenciadoras que generan un valor representativo para la empresa y una ventaja competitiva, que el cliente está dispuesto a asumir. Definición propia

## CADENA DE VALOR

**Qué hace:** La cadena de valor despliega el valor total, y consiste de las actividades de valor y del margen.

**Actividades:** Las actividades de valor son las actividades distintas físicas y tecnológicamente que desempeña una empresa.

**Margen:** El margen es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor.

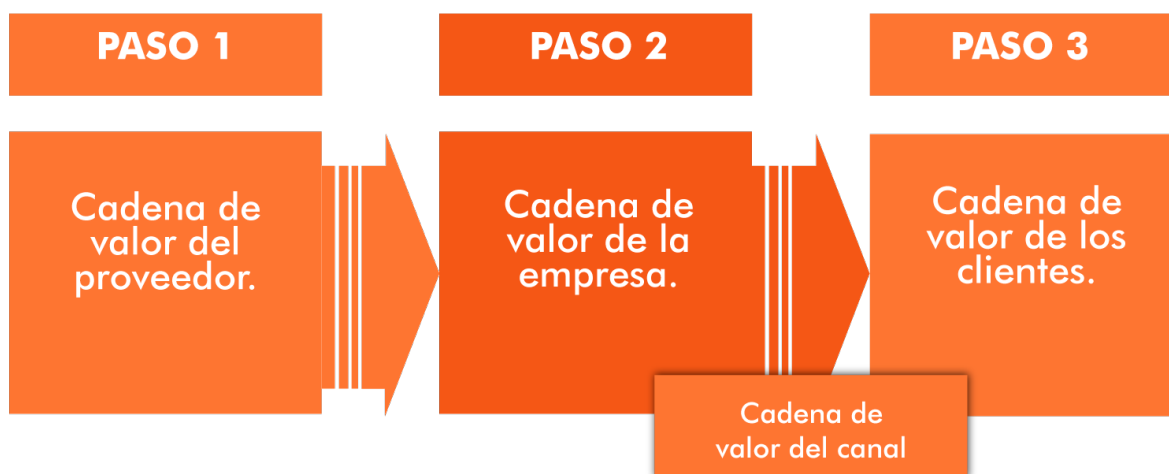


Ilustración 22. Cadena de valor (<http://www.cream.com.co/web/>, sf; <http://www.cream.com.co/web/>, sf)

## DIAMANTE DE PORTER



Ilustración 23. Modelos de negocio - Diamante de porter (<http://es.slideshare.net/chikoserna/modelos-de-negocio-16144635>, 2013)

## Modelo de negocios



*Ilustración 24. Modelos de Negocio ([http://www.creame.com.co/web/, sf](http://www.creame.com.co/web/,sf))*

Este modelo consiste en instalar una tienda en el sitio donde deberían estar los clientes potenciales y desplegar la oferta de un producto o servicio.

Tienda. Es el establecimiento tradicional ubicado cerca donde están los clientes potenciales para el ofrecimiento de los productos y servicios.

La suscripción o subscripción es un modelo de negocio que fue utilizado y promovido inicialmente por revistas y periódicos, y que actualmente es usado también por muchos tipos de comercios y sitios web.

En lugar de vender productos individualmente, con una suscripción se comercializa intermitentemente en períodos variables (mensualmente, anualmente o por temporadas) el consumo de un producto o el acceso también a un servicio. Esta forma de negociar ha probado ser eficiente en casos donde una venta única se convierte en una venta repetitiva, que puede crear cierta lealtad hacia una marca y que termina siendo útil para rastrear a un usuario suscrito o que canceló su inscripción.

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Suscripci%C3%B3n>

El modelo del cebo y el anzuelo (también llamado el de los productos atados) consiste en ofrecer un producto básico a un precio muy bajo, a menudo con pérdidas (el cebo) y entonces cobrar precios excesivos por los recambios o productos o servicios asociados.

Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Suscripci%C3%B3n>

De acuerdo con el artículo 2, de la Ley 1700 de 2013, "Por medio de la cual se reglamentan las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia"

Definición. Se entenderá que constituye actividad multinivel, toda actividad organizada de mercadeo, de promoción, o de ventas, en la que confluyan los siguientes elementos:

- la búsqueda o la incorporación de personas naturales, para que estas a su vez incorporen a otras personas naturales, con el fin último de vender determinados bienes o servicios.
- El pago, o la obtención de compensaciones u otros beneficios de cualquier índole, por la venta de bienes y servicios a través de las personas incorporadas, y/o las ganancias a través de descuentos sobre el precio de venta.
- la coordinación, dentro de una misma red comercial, de las personas incorporadas para la respectiva actividad multinivel.

### TIPOS DE MODELOS DE NEGOCIOS

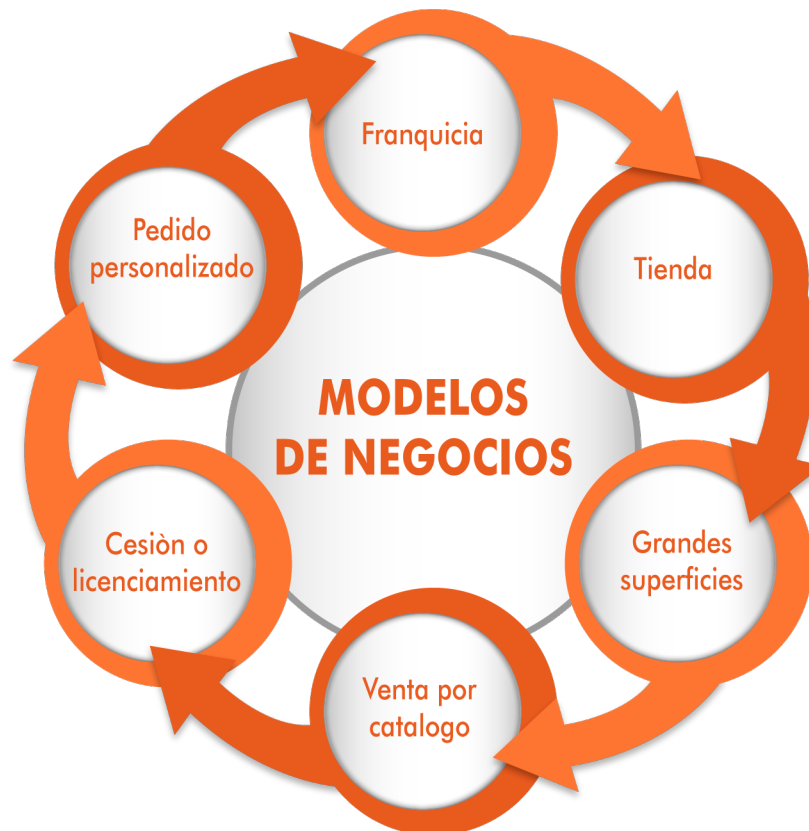


Ilustración 25. Tipos de modelos de negocios (<http://es.slideshare.net/chikoserna/modelos-de-negocio-16144635>, 2013)

La franquicia es un tipo de contrato utilizado en el comercio mediante el cual una parte llamada franquiciador cede a otra llamada franquiciado la licencia de una marca para su explotación comercial así como los métodos, procedimientos y tecnología a cambio de pagos periódicos.

Fuente: <http://www.gerencie.com/la-franquicia.html>

Grandes superficies ver Negocios con Grandes Superficies

<http://www.camaramedellin.com.co/site/Portals/0/Documentos/2013/Negocios%20con%20Grandes%20Superficies.pdf>

La venta de productos en los catálogos se ha convertido en la nueva modalidad de comercialización de las empresas. Catálogos en los que se encuentran gran variedad de productos debidamente diseñados para satisfacer, deseos, gustos y preferencias de los consumidores, que eligen sus productos en su hogar, sitio de trabajo o cualquier otro lugar.

### OTROS MODELOS



Ilustración 26. Modelos de negocio: Una visión Holística de la empresa (<http://es.slideshare.net/chikoserna/modelos-de-negocio-16144635>, 2013)



## Modelo canvas o del lienzo

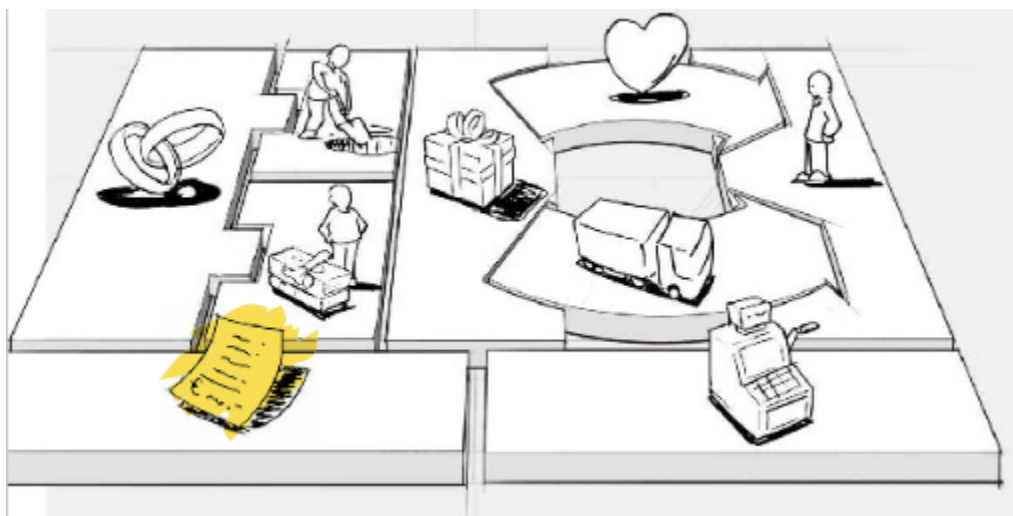
El modelo Canvas o del Lienzo fue diseñado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. Osterwalder como productor de su tesis doctoral y Pigneur como su director en la universidad HEC en Laussane, Suiza.

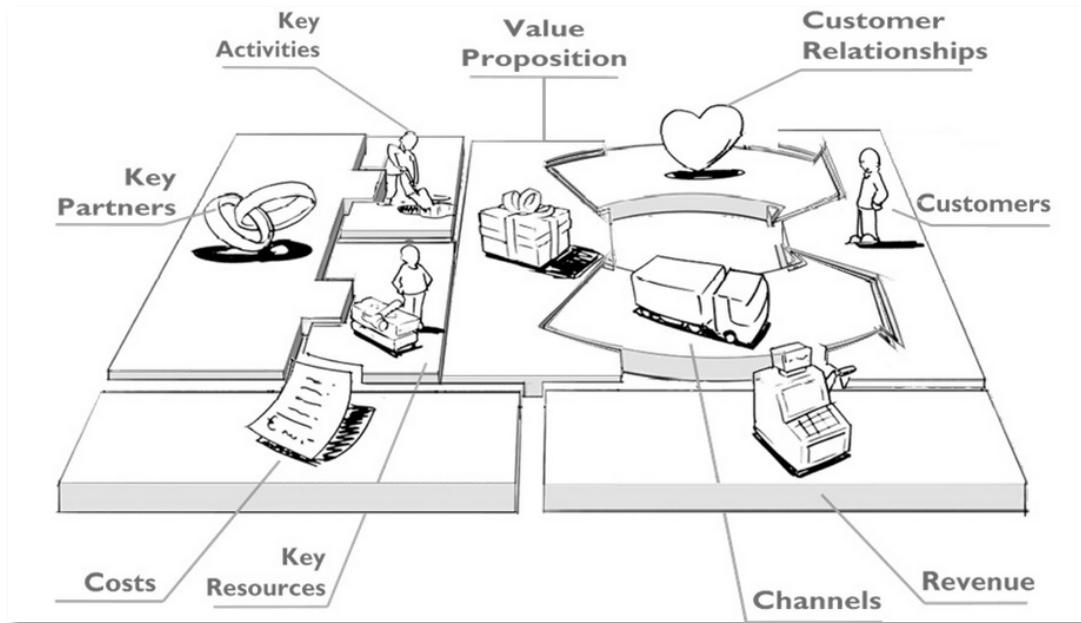
El modelo construido por Osterwalder y Pigneur, plantea la construcción y análisis en nueve bloques fundamentales que le permitirán a la empresa obtener ingresos y beneficiarse de la negociación de sus productos con los clientes

Los bloques del modelo Canvas son:










- Los segmentos de clientes.
- La propuesta de Valor.
- Los canales de distribución y comunicación.
- Las relaciones con los clientes.
- Las fuentes de ingreso.
- Los recursos clave.
- Las actividades clave.
- La red de aliados y
- La estructura de costos.

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor.





**Plantilla para el lienzo del modelo de negocio**

Asociaciones clave 	Actividades clave 	Propuestas de valor 	Relaciones con clientes 	Segmentos de mercado 
	Recursos clave 		Canales 	
Estructura de costes 		Fuentes de ingresos 		

Osterwalder y Pigneur identifican algunos modelos de negocio que tienen características similares, organizaciones similares de los diferentes módulos del modelo de negocio. Estas similitudes se conocen como patrones de modelo de negocio y las clasifica en cinco patrones:

## Patrón nº 1

El concepto de empresa «desagregada» sostiene que existen fundamentalmente tres tipos de actividades empresariales diferentes: relaciones con clientes, innovación de productos e infraestructuras.

Cada uno de estos tipos tiene diferentes imperativos económicos, competitivos y culturales. Los tres pueden coexistir en una misma empresa, aunque lo ideal es que se desagreguen en entidades independientes con el fin de evitar conflictos o renunciaciones no deseadas.

### 1 separación

Hay tres ejes fundamentales de negocios:

- Basados en las relaciones con los clientes
- Basados en las innovaciones de productos
- Basados en la infraestructura

Los tres tipos pueden coexistir en una sola empresa, pero lo ideal sería que subdividan en entidades separadas, generando tres modelos de negocios en uno. Con el fin de evitar conflictos o compromisos comerciales no deseados.

## Patrón nº 2

El principio de los modelos de negocio de larga cola (long tail) es vender menos de más, ofrecer una amplia gama de productos especializados que, por separado, tienen un volumen de ventas relativamente bajo.

El total de las ventas de productos especializados puede ser tan lucrativo como el modelo tradicional, donde un número reducido de éxitos de ventas generan la mayor parte de los ingresos.

Los modelos de negocio de larga cola requieren costes de inventario bajos y plataformas potentes para que los compradores interesados puedan acceder fácilmente a los productos especializados.

La propuesta de valor de un modelo de negocio de larga cola se caracteriza por la oferta de un amplio abanico de artículos con poca salida que puede coexistir con otro de productos muy vendidos.

### 2 Long tail

El modelo de negocio de larga cola (Long Tails) es simplemente vender menos de más.

Se centra en ofrecer una gran cantidad de productos nichos, los cuales se venden en menores volúmenes.

Requieren de bajo costo de inventario y de robustas plataformas productos de nicho disponible a los compradores interesados.

## Patrón nº 3

Las plataformas multilaterales reúnen a dos o más grupos de clientes distintos pero interdependientes.

Este tipo de plataformas solamente son valiosas para un grupo de clientes si los demás grupos de clientes también están presentes.

La plataforma crea valor al permitir la interacción entre los diferentes grupos.

El valor de las plataformas multilaterales aumenta a medida que aumenta el número de usuarios, fenómeno que se conoce como «efecto de red».

Hace muchos años que existen, pero proliferaron con la expansión de la tecnología de la información. La tarjeta de crédito Visa, el sistema operativo Microsoft Windows, el Financial Times, Google, la videoconsola Wii y Facebook son tan sólo unos cuantos ejemplos de plataformas multilaterales que tuvieron éxito.

## 3 plataformas múltiples

Estos modelos de negocios basados en plataformas múltiples, tienen como fin reunir a dos o a tres grupos interdependientes y distintos de clientes. Estas plataformas son de valor para un grupo determinado de personas sólo si los otros grupos de clientes también están presentes. La plataforma crea valores, facilitando la interacción entre los diferentes grupos.

A su vez estas plataformas se robustecen cuando se extiende atrayendo más usuarios, (efecto Red)

## Patrón nº 4

Gratis. En el modelo de negocio gratis, al menos un segmento de mercado se beneficia constantemente de una oferta gratuita.

Existen varios patrones que hacen posible esta oferta gratuita.

Una parte del modelo de negocio o un segmento del mercado financia los productos o servicios que se ofrecen gratuitamente a otra parte o segmento.

## 4 modelo de negocio Gratis / cebo y anzuelo

Modelo del cebo y el anzuelo (también llamado el de los productos atados). Consiste en ofrecer un producto básico a un precio muy bajo, a menudo con pérdidas (el cebo) y entonces cobrar precios excesivos por los recambios.

«Cebo y anzuelo» (bait and hook) hace referencia a un patrón de modelo de negocio en el que una oferta inicial atractiva, económica o gratuita fomenta la compra repetida de productos o servicios relacionados en el futuro.

Este patrón también se conoce como modelo de «reclamo publicitario» (loss leader) o de «Cuchilla y hoja de afeitar» (razor and blades).

El modelo del reclamo publicitario se refiere a una oferta inicial subvencionada, en la que incluso se pierde dinero, cuyo objetivo es generar beneficios con las compras relacionadas posteriores. La cuchilla y la hoja de afeitar es un modelo de negocio que hizo famoso el empresario americano King C. Gillette, inventor de la cuchilla de afeitar desechable (pág. 105). Gillette utilizó el patrón del cebo y el anzuelo para describir la idea general de atraer a los clientes con una oferta inicial para ganar dinero con las ventas posteriores.

## Patrón nº 5

### 5 abiertos

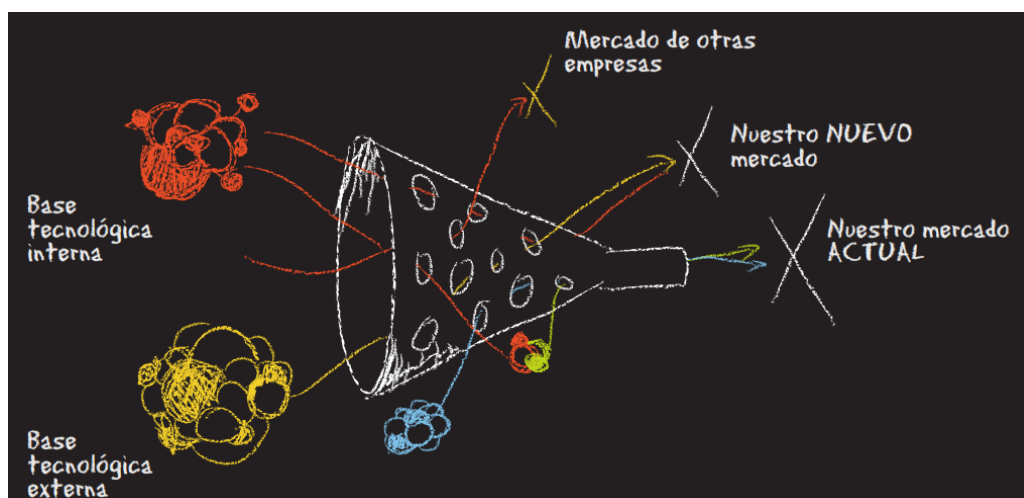
Los modelos de negocios abiertos, están siendo aplicados por las empresas para crear y capturar valor a partir de la colaboración con los clientes y socios externos.

Este proceso puede darse tanto desde adentro hacia afuera, explotando nuevas ideas propuestas por la empresa conjunto con sus clientes y partners o de afuera hacia adentro aplicando dentro de la empresa ideas externas

Los modelos de negocio abiertos se pueden utilizar para crear y captar valor mediante la colaboración sistemática con socios externos.

Esto puede hacerse «de fuera adentro», aprovechando las ideas externas de la empresa, o «de dentro afuera», proporcionando a terceros ideas o activos que no se estén utilizando en la empresa.

Los términos «modelo de negocio abierto» e «innovación abierta», acuñados por Henry Chesbrough, hacen referencia a la apertura del proceso de investigación de una empresa a terceros. Chesbrough defiende que, en un mundo caracterizado por el conocimiento distribuido, las empresas pueden crear más valor y explotar mejor sus procesos de investigación si integran conocimientos, objetos de propiedad intelectual y productos externos en su trabajo de innovación.





*«No hay un único modelo  
de negocio...  
Las oportunidades y  
opciones son innumerables,  
sólo tenemos que  
descubrirlas.»*

Tim O'Reilly, director ejecutivo, O'Reilly

Fuente: <http://es.slideshare.net/edgardoamaidana/generacion-de-modelos-de-negocio-alexander-osterwalder-yves-pigneur>

Guía generación de modelos de negocio Alexander Osterwalder & Yves Pigneur

## PISTAS DE APRENDIZAJE



### Traer a la memoria:

**Modelo:** es la estructura organizacional por la cual define la forma como se desarrollarán, las directrices, los procesos, las estrategias de valor, los productos, servicios y actividades, que le permitirán a la empresa la generación de ingresos y beneficios. Definición propia

Tener en cuenta que:

La cadena de valor está conformada por todos los procesos y actividades que desarrolla la empresa desde el diseño del producto, su elaboración, la comercialización, entrega del producto al cliente y los servicios de post venta. En el desarrollo de esos procesos y actividades se van agregando elementos y acciones innovadoras y diferenciadoras que generan un valor representativo para la empresa y una ventaja competitiva, que el cliente está dispuesto a asumir. Definición propia

**Modelo Canvas o del Lienzo**

El modelo Canvas o del Lienzo fue diseñado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. Osterwalder como productor de su tesis doctoral y Pigneur como su director en la universidad HEC en Laussane, Suiza.

El modelo construido por Osterwalder y Pigneur, plantea la construcción y análisis en nueve bloques fundamentales que le permitirán a la empresa obtener ingresos y beneficiarse de la negociación de sus productos con los clientes

Los bloques del modelo Canvas son:

1. Los segmentos de clientes.
2. La propuesta de Valor.
3. Los canales de distribución y comunicación.
4. Las relaciones con los clientes.
5. Las fuentes de ingreso.
6. Los recursos clave.
7. Las actividades clave.
8. La red de aliados y
9. La estructura de costos.

Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor



## 3.7 EJERCICIO DE APRENDIZAJE

<b>Nombre del taller de aprendizaje:</b>	<b>Datos del autor del taller:</b>
<p>Escriba o plantee el caso, problema o pregunta:</p> <p>¿Qué es un modelo de negocios?</p>	
<p><b>Solución del taller:</b></p> <p>Modelo de negocios: es la estructura organizacional por la cual la empresa define la forma como se desarrollarán las directrices, los procesos, las estrategias de valor, los productos, servicios y actividades, que le permitirán la generación de ingresos, resultados y beneficios.</p>	

<b>Nombre del taller de aprendizaje:</b>	<b>Datos del autor del taller:</b>
<p>Escriba o plantee el caso, problema o pregunta:</p> <p>El modelo construido por Osterwalder y Pigneur, plantea la construcción y análisis en nueve bloques fundamentales que le permitirán a la empresa obtener ingresos y beneficiarse de la negociación de sus productos con los clientes.</p> <p>¿Cuáles son esos nueve bloques del modelo?</p>	
<p><b>Solución del taller:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los segmentos de clientes.</li> <li>2. La propuesta de Valor.</li> <li>3. Los canales de distribución y comunicación.</li> <li>4. Las relaciones con los clientes.</li> <li>5. Las fuentes de ingreso.</li> </ol>	

- 6. Los recursos clave.
- 7. Las actividades clave.
- 8. La red de aliados y
- 9. La estructura de costos.

## 3.8 TALLER DE ENTRENAMIENTO

<b>Nombre del taller:</b>	<b>Modalidad de trabajo:</b>
<b>Actividad previa:</b> Analice los diferentes modelos de negocio.	
<b>Describa la actividad:</b> identifique el modelo de negocio más pertinente y adecuado para su producto.	

## 4 GLOSARIO

**Actividad económica:** es el conjunto de acciones productivas que realizada por una persona natural o jurídica, con la finalidad de transformar unos elementos en productos, la comercialización y la prestación de servicios, realizados en una organización o empresa. Definición propia

**Administración.** (R.A.E.)

(Del lat. administratĭo, -ōnis).

1. f. Acción y efecto de administrar.
2. f. Empleo de administrador.
3. f. Casa u oficina donde el administrador y sus dependientes ejercen su empleo.
4. f. En los Estados Unidos de América y otros países, equipo de gobierno que actúa bajo un presidente.

**Administración:** es la ciencia, técnica y arte aplicada mediante el proceso administrativo (planear, organizar, dirigir y controlar), para lograr los objetivos o resultados, a través de la utilización óptima de los recursos disponibles y la toma de decisiones, en una organización. Definición propia.

**Ambiente organizacional** es la compleja red de fuerzas cambiantes que afectan la manera en que ésta opera. El ambiente es una contingencia importante para la cual una organización debe planear y a la que debe adaptarse. Además, es una fuente de incertidumbre que debe intentar controlar. (Jones, 2008).

**Cambio:** es la transición o paso de una situación o estado, a otra situación o estado con diferentes condiciones a las anteriores. Las organizaciones actúan en una dinámica de cambios y tendencias permanentemente. Definición propia

**Cambio organizacional** es el proceso por medio del cual las organizaciones rediseñan sus estructuras y culturas para pasar de su estado actual a un futuro estado deseado para aumentar su efectividad. Jones (2008).

**Clima organizacional** es el ambiente que se vive y se siente entre los individuos de la organización y está relacionado con la motivación y los niveles de satisfacción o insatisfacción de las personas y afecta o determina su desempeño laboral. Definición propia

**Cultura organizacional** es el conjunto de principios, valores, creencias, costumbres y hábitos establecidos en la organización, que determinan el comportamiento y actuar de las personas de manera personal o grupal en una organización. Definición propia

**Cultura organizacional** es el conjunto de valores y normas compartidos que controla las interacciones entre los integrantes de la organización y con los proveedores, clientes y otras personas externas a la misma. Según Jones (2008)

**Comportamiento organizacional** (con frecuencia se abrevia como CO) es un campo de estudio que investiga el efecto que los individuos, grupos y estructura tienen sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar dicho conocimiento para mejorar la efectividad de las organizaciones. (Robbins, S. Judge, T. 2009.)

**Diseño organizacional** es el proceso por medio del cual los gerentes seleccionan y administran los aspectos de estructura y cultura para que una organización pueda controlar las actividades necesarias con las que logra sus metas. (Jones, 2008).

**Diseño organizacional** es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones. Se pueden representar las conexiones entre varias divisiones o departamentos de una organización o un organigrama.

**Empresa:** Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

Artículo 25, Decreto 410 DE 1971 - Código de Comercio

**Entorno.** Según la Real Academia española

(De en- y torno).

1. m. Ambiente, lo que rodea.
2. m. Inform. Conjunto de condiciones extrínsecas que necesita un sistema informático para funcionar, como el tipo de programación, de proceso, las características de las máquinas que lo componen, etc.
3. m. Mat. Conjunto de puntos vecinos a otro.
4. m. Ar. Pliegue que se hace a la ropa en el borde.
5. m. ant. contorno.

**Entorno externo empresarial:** es el conjunto de condiciones o variables que se presentan fuera de las instalaciones de una empresa, que no las podemos controlar directamente y que afectan o pueden afectar el normal desarrollo de sus actividades. (El gobierno, la economía, los mercados nacionales e internacionales, la cultura, la demografía, lo social, el clima, el ambiente, la seguridad, la tecnología, la geografía, etc.). Entorno al cual la empresa tiene adaptarse y cambiar acorde con las condiciones y tendencias de sus variables. Definición propia.

**Entorno interno empresarial:** es el conjunto de condiciones o variables que se presentan dentro de las instalaciones de una empresa, que sí las podemos controlar directamente y que afectan o pueden afectar el normal desarrollo de sus actividades. (La estructura organizacional, las personas, Los procesos, procedimientos, normas, reglamentos, las instalaciones, las máquinas, los materiales, los productos, los servicios, etc.). Definición propia.

**Estrategia** es la manera como la organización pretende alcanzar los objetivos, teniendo en cuenta los recursos disponibles, su entorno interno, los cambios y el comportamiento del entorno externo. Definición propia

**Estructura organizacional** es el sistema formal de tareas y relaciones de autoridad que controla cómo las personas coordinan sus acciones y utilizan los recursos para lograr las metas de la organización. (Jones 2008).

**Estructura** es el conjunto formal de dos o más elementos y que permanece inalterado sea en el cambio, sea la diversidad de contenidos, es decir, la estructura se mantiene incluso con alteración de unos de sus elementos o relaciones. (Chiavenato, 2007).

**Estructura organizacional** es el soporte o fundamento legal y normativo que le permite a la organización desarrollar su actividad económica de manera normal, para lograr los fines o propósitos de la organización. Definición propia.

**Ético, ca.** (R.A.E.)

(Del lat. *ethĭcus*, y este del gr. *ἠθικός*).

1. adj. Perteneciente o relativo a la ética.
2. adj. Recto, conforme a la moral.
3. m. desus. Persona que estudia o enseña moral.
4. f. Parte de la filosofía que trata de la moral y de las obligaciones del hombre.
5. f. Conjunto de normas morales que rigen la conducta humana. Ética profesional

**Factores internos:** variables que afectan el desarrollo de las actividades dentro de la organización. Son variables controlables.

**Factores externos:** variables que afectan el desarrollo de las actividades de la organización. Son variables no controlables.

**Fin.** Según la Real Academia española

(Del lat. *fīnis*).

1. amb. Término, remate o consumación de algo. U. m. en m.
2. m. Límite, confín.
3. m. Objeto o motivo con que se ejecuta algo.

**Modelo:** es la estructura organizacional por la cual la empresa define la forma como se desarrollarán las directrices, los procesos, las estrategias de valor, los productos, servicios y actividades, que le permitirán la generación de ingresos, resultados y beneficios.

**Organización.** Según la Real Academia española

1. f. Acción y efecto de organizar u organizarse.
2. f. Disposición de los órganos de la vida, o manera de estar organizado el cuerpo animal o vegetal.
3. f. Asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines.
4. f. Disposición, arreglo, orden.

**Organización:** como un grupo de personas que trabajan en conjunto para crear valor agregado. En organizaciones lucrativas dicho valor agregado se traduce en utilidades; en organizaciones no lucrativas, como las caritativas, puede ser la satisfacción de necesidades.

(Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M., 2012).

**Organización:** es toda empresa o persona jurídica conformada por una o más personas que realizan unas actividades económicas /o sociales para lograr unos fines o propósitos. Definición propia.

**Organizar:** Es la distribución ordenada de los recursos, funciones, actividades y responsabilidades que se desarrollan en la organización para cumplir con los propósitos o fines preestablecidos. Definición propia.

**Persona Natural Comerciante** es aquella que ejerce dicha actividad de manera habitual y profesional a título personal. Dicha persona asume a título personal todos los derechos y obligaciones de la actividad comercial que ejerce.

[http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso\\_paso\\_empresa\\_ccb/persona\\_natural.html](http://recursos.ccb.org.co/ccb/instructivos/paso_paso_empresa_ccb/persona_natural.html)

**Persona Jurídica:** Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. ARTICULO 633. Del Código civil Colombiano

**Persona jurídica sin ánimo de lucro:** las personas jurídicas cuyo propósito es brindar beneficios sociales. (Corporaciones, asociaciones, sindicatos, cooperativas).

**Persona jurídica con ánimo de lucro:** las personas jurídicas que genera utilidades para sus socios. (Colectivas, Unipersonal, En comandita, simples y por acciones, Sociedad por Acciones Simplificada, Anónima, de responsabilidad limitada).

**Sistema,** según (Chiavenato 2011):

- a) conjunto de elementos (partes o áreas componentes del sistema):
- b) relacionados dinámicamente, es decir, en interacción (para formar una red de comunicación cuyos elementos son interdependientes);

- c) que realizan una actividad (operación o proceso del sistema);
- d) para alcanzar un objetivo o propósito (finalidad del sistema);
- e) que operan sobre datos, energía o materia (que constituyen los insumos o entradas de recursos necesarios para que opere el sistema);
- f) tomados del ambiente que circunda al sistema (y con el cual el sistema interactúa dinámicamente);
- g) para producir información, energía o materia (que constituyen las salidas o resultados de la actividad del sistema).

**Sistema:** es un conjunto de elementos, componentes o partes que interactúan de manera coordinada para cumplir unos fines o propósitos. Definición propia.

**Valor.** (R.A.E.)

(Del lat. valor, -ōris).

1. m. Grado de utilidad o aptitud de las cosas, para satisfacer las necesidades o proporcionar bienestar o deleite.
2. m. Cualidad de las cosas, en virtud de la cual se da por poseerlas cierta suma de dinero o equivalente.
3. m. Alcance de la significación o importancia de una cosa, acción, palabra o frase.
4. m. Cualidad del ánimo, que mueve a acometer resueltamente grandes empresas y a arrostrar los peligros. U. t. en sent. peyor., denotando osadía, y hasta desvergüenza. ¿Cómo tienes valor para eso? Tuvo valor de negarlo.
5. m. Subsistencia y firmeza de algún acto.
6. m. Fuerza, actividad, eficacia o virtud de las cosas para producir sus efectos.
7. m. Rédito, fruto o producto de una hacienda, estado o empleo.
8. m. Equivalencia de una cosa a otra, especialmente hablando de las monedas.
9. m. Persona que posee o a la que se le atribuyen cualidades positivas para desarrollar una determinada actividad. Es un joven valor de la guitarra.
10. m. Fil. Cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables. Los valores tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos, y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores.
11. m. Mús. Duración del sonido que corresponde a cada nota, según la figura con que esta se representa.
12. m. Pint. En una pintura o un dibujo, grado de claridad, media tinta o sombra que tiene cada tono o cada pormenor en relación con los demás.

13. m. pl. Títulos representativos o anotaciones en cuenta de participación en sociedades, de cantidades prestadas, de mercaderías, de depósitos y de fondos monetarios, futuros, opciones, etc., que son objeto de operaciones mercantiles. Los valores están en alza, en baja, en calma.



## 5 BIBLIOGRAFÍA

*Este capítulo recomienda al estudiante las fuentes de consulta bibliográficas y digitales para ampliar su conocimiento, por lo tanto deben estar en la biblioteca digital de la Remington. Utilice la biblioteca digital <http://biblioteca.remington.edu.co/es/> para la consulta de bibliografía a la cual puede acceder el estudiante.*

- Hernández, I. (2008). Empresa, innovación y desarrollo. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas.
- Villegas, R. V., & Varela, R. (2001). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson educación.
- Garzozi, R., Messina M., Moncada, C., Ochoa, J., Ilabel, G., y Zambrano, R. (2014). Planes de Negocios para Emprendedores. 1a ed. - Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn).
- Olmos, J., & Arrayales, J. O. (2007). Tu potencial emprendedor. México: Pearson Educación.
- Chiavenato, I. (2007). Introducción a la Teoría General de la Administración. Séptima edición. México DF: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing, Decimocuarta edición. México: Pearson educación.
- Koontz, H., Weihrch, H., y Cannice, M. (2012). Administración una perspectiva global y empresarial. Décimo cuarta Edición. México: McGraw-Hill.
- Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.
- Clark, T., Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Lacey, M. (2012). Tu modelo de negocio. Deusto.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocios. Editorial Deusto.
- Guía generación de modelos de negocio Alexander Osterwalder & Yves Pigneur
- Planes de Negocios para Emprendedores
- 1a ed. - Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn), 2014.

### Fuentes digitales o electrónicas

- Garzozi, R., Messina M., Moncada, C., Ochoa, J., Ilabel, G., y Zambrano, R. (2014). Planes de Negocios para Emprendedores. 1a ed. - Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn). Recuperado de

- [http://www.proyectolatin.org/books/Plan\\_de\\_Negocios\\_para\\_Emprendedores\\_CC\\_BY-SA\\_3.0.pdf](http://www.proyectolatin.org/books/Plan_de_Negocios_para_Emprendedores_CC_BY-SA_3.0.pdf)
- Stumpo, G., & Ferraro, C. A. (2010). Políticas de apoyo a las PYME en América Latina entre avances innovadores y desafíos institucionales. CEPAL. Recuperado de <http://www10.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2013/13139.pdf>
- [www.bdigital.unal.edu.co/1901/1/71366476.20101.pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/1901/1/71366476.20101.pdf)
- Contreras, J. Administración, 2006. Recuperado el 21 de enero de 2015, del sitio Web de <http://www.joseacontreras.net/admon/>
- KOTLER, P., & Armstrong, G. (2012). Marketing, Decimocuarta edición. Pearson educación. México.
- [http://www.radiozonamistica.com/temporal/Marketing\\_Kotler-Armstrong.pdf](http://www.radiozonamistica.com/temporal/Marketing_Kotler-Armstrong.pdf)
- 75 maneras de generar conocimiento en Colombia, recuperado de:
- [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-138367\\_pdf.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-138367_pdf.pdf)
- MICRO - CURRÍCULO
- ASIGNATURA DISTANCIA:
- PLAN DE EMPRESA I
- Código: VA XXX
- Versión: 001
- Página 15 de 15
- V.01
- 15
- Proyectos de desarrollo, Nelson Aristizabal López, recuperado de:
- <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010039/html/contenido.html>
- [www.fondoemprender.com](http://www.fondoemprender.com)
- Video la empresa y su entorno
- <https://www.youtube.com/watch?v=0dQe4OjK2A>



- Miguel Ángel Cornejo - LA EMPRESA DEL NUEVO MILENIO - Superación Personal
- <https://www.youtube.com/watch?v=Ey1ZYyCAyKA>
- La empresa
- [https://www.youtube.com/watch?v=cApHKM\\_BfGE](https://www.youtube.com/watch?v=cApHKM_BfGE)
- ¿Qué tan fácil es montar empresa en Colombia? Recuperado de:
- <https://www.youtube.com/watch?v=aiO50uycmFM>
- Consejos para crear empresas tecnológicas. Recuperado de:
- <https://www.youtube.com/watch?v=Bk3rKev06y0>
- Modelo Canvas | Cómo aplicar el modelo Canvas en el lienzo | Ejemplo práctico. Recuperado de:
- <https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>
- Modelo canvas (lienzo) creación plan de empresa - innovación pymes 2015 – Osterwalder. Recuperado de:
- <https://www.youtube.com/watch?v=yNUD8u5wqb4>