MÓDULO EMPRESARIAL
METODOLOGÍA DE VALIDACIÓN INFORME EMPRESARIAL

Este módulo está diseñado para brindar a los aprendices la oportunidad de adquirir y poner en práctica conocimientos básicos sobre la temática "Empresarial". El aprendizaje se construye sobre los conocimientos previos que el estudiante ha adquirido a través de este módulo, donde tendrá la capacidad de identificar, elegir, explicar y aplicar en forma crítica y profunda las diferentes teorías y terminologías empresariales por medio de un análisis práctico y crítico, que le permitirá transferir lo aprendido a la práctica y servirá como base para el futuro.

Objetivo:

- Desarrollar los fundamentos básicos empresariales de acuerdo con el proyecto productivo.

Alcance:

- Este módulo se enfocará en el desarrollo básico de la creación empresarial, según la normativa colombiana y los conceptos fundamentales en la gestión estratégica de una empresa.
- El desarrollo de cada uno de los componentes del módulo empresarial por parte del aprendiz se verá reflejados a través de los entregables.
- El aprendiz manejará herramientas y plataformas tecnológicas que permitirá el desarrollo de los componentes del módulo empresarial a través de una página web.
- El reconocimiento, la medición, sustentación y evaluación de cada uno de los componentes se establecerá por medio de lista de chequeo.

Tiempo de desarrollo del módulo: 120 horas

DESCRIPCIÓN DE LOS COMPONENTES SOLICITADOS AL APRENDIZ

Dicho informe deberá contener los siguientes componentes:

1. TIPO DE EMPRESA
2. NOMBRE DE LA EMPRESA
3. MISIÓN
4. VISIÓN
5. ORGANIGRAMA
6. LOGOTIPO
7. VALORES CORPORATIVOS

8. ENTREGABLE MODULO EMPRESARIAL
9. CONCLUSIONES
10. BIBLIOGRAFÍA

1. TIPO DE EMPESA

En Colombia existen diferentes tipos de sociedades con la que se constituyen las empresas, sin embargo, al momento de elegir es importante tener en cuenta: la constitución de la empresa, el número mínimo de accionistas, la conformación del capital y la responsabilidad de los accionistas. A continuación, se relaciona los tipos de sociedad de acuerdo con el Código de Comercio de Colombia:

- Sociedad limitada
- Sociedad anónima.
- Sociedad en comandita.
- Sociedad en comandita simple.
- Sociedad en comandita por acciones.
- Sociedad por acciones simplificadas.
- Sociedad colectiva.

2. NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre de la empresa o nombre comercial es la forma en que una empresa o persona natural desea darse conocer ante el público. Para definirlo hay que tener los siguientes aspectos:

Debe ser único.
Debe ser corto y simple.
Debe presentar una margen positiva para tu marca.
Debe ser perdurable.
Debe ser adaptable.

Hay que tener en cuenta que el nombre escogido no debe tener homonimia que es implicación de la existencia de dos comerciantes (personas naturales, sociedades comerciales o establecimientos de comercio) con nombres idénticos, sin tener en cuenta la naturaleza jurídica (S.A., Ltda.) o nombres reservados para las instituciones financieras o comunes sin reserva para el uso del público en general.
No hay homonimia cuando dos nombres son similares.

3. MISIÓN

nsultar a través del siguiente enlace, con la finalidad de consultar si el e la empresa está disponible:
https://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta_empresa.
x

nás a su idea de negocio revise el siguiente enlace:
dores.alegra.com/administracion-finanzas/cuales-
s-colombia/

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682
@SENAcomunica
www.sena.edu.co

La Misión es el primer componente donde permite conocer tanto a los dueños, accionistas, socios y trabajadores qué es la empresa, cuál es su propuesta de valor y a quienes van dirigidos los productos y servicios que desarrollan. Podemos decir que la Misión es una declaración breve y clara del concepto de tu **organización**. Establece lo que se hace, el mercado al que va dirigido y la propuesta que la diferencia de otras organizaciones.

3.1. REDACCIÓN DE LA MISIÓN

Para definir la Misión de la empresa lo primero que debe hacer es responder las siguientes preguntas:

- ✓ **¿Quiénes somos?** Es decir, cuál es la identidad. Por ejemplo: "somos una empresa peruana", "somos una organización joven".
- ✓ **¿Qué hacemos?** Cuál es la actividad: "somos una empresa peruana dedicada al desarrollo de software", "somos una organización joven que brinda asesoría financiera"
- ✓ **¿Para quién se trabaja?** Se refiere a quiénes son sus clientes: "somos una empresa peruana dedicada al desarrollo de software para organizaciones financieras", "somos una organización joven que brinda asesoría financiera a personas que van a iniciar un negocio"
- ✓ **¿Por qué lo hacemos?** Se refiere a los valores, principios y motivaciones. Por ejemplo: "somos una empresa peruana dedicada al desarrollo de software para organizaciones financieras, buscamos la excelencia en nuestros productos", "somos una organización joven que brinda asesoría financiera a personas que van a iniciar un negocio, en el marco de la transparencia, la lealtad y la búsqueda del desarrollo".

Ejemplos:

STARBUCKS: Inspirar y nutrir el espíritu humano: Una persona, una taza y una comunidad a la vez.

AVIATUR: La Fundación Aviatur, a través de su equipo humano, brinda apoyo a la ejecución y promoción de los proyectos comunitarios de responsabilidad social, que involucran actividades culturales, educativas, ambientales y en derechos humanos, orientadas a la inclusión social y mejoramiento de la calidad de vida en la población identificada como de alto riesgo.

ZENU: La misión de nuestra empresa es la creciente creación de valor, logrando un destacado retorno de las inversiones, superior al costo del capital empleado.
En nuestros negocios de alimentos buscamos siempre mejorar la calidad de vida del consumidor y el progreso de nuestra gente. Buscamos el crecimiento rentable con marcas líderes, servicio superior y una excelente distribución nacional e internacional.
Gestionamos nuestras actividades comprometidos con el Desarrollo Sostenible; con el mejor talento humano; innovación sobresaliente y un comportamiento corporativo ejemplar

4. VISIÓN

La visión de la empresa hace referencia a la forma en que se proyecta la empresa después de una cierta cantidad de tiempo y después de haber cumplido una serie de metas.

4.1. REDACCIÓN DE LA VISIÓN

Para definir la visión, debe responder de manera práctica y realista a una serie de preguntas sobre el futuro que desea para la empresa. Por ejemplo:

- ✓ **Mercado:** ¿Cómo será la empresa cuando gane una porción interesante del mercado? ¿Cómo se adaptará a las nuevas tecnologías y a las nuevas oportunidades?
- ✓ **Productos:** ¿Cuál será el catálogo de productos de servicios que ofrezca? ¿Qué mercados y segmentos atenderá?
- ✓ **Personal:** ¿Cómo será el plantel de profesionales? ¿Cuántas personas trabajarán con usted?
- ✓ **Imagen de la empresa:** ¿Cómo será conocida en el mercado? ¿Cómo será la imagen frente a los clientes, proveedores o el público en general?

Ejemplos:

ZENU: Juntos logaremos triplicar nuestro negocio de alimentos para el 2015, proporcionando calidad de vida al consumidor con productos que satisfagan sus aspiraciones de bienestar, nutrición y placer

LATAM AIRLINES: Ser una de las diez mejores líneas aéreas del mundo

BIMBO: En 2020 transformaremos la industria de la panificación y expandimos nuestro liderazgo global para servir mejor a los consumidores



	MISION DE UNA EMPRESA	VISION DE UNA EMPRESA
RESPONDE	¿Por qué?	¿Qué?
LONGUITUD	Largo	Corto
PROPOSITO	Informar	Inspirar
FUENTE	Cabeza	Corazón
EFECTO	Clarifica	Reta

5. ORGANIGRAMA

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización, que incluye las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor.

El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización: se puede basar en cualquier tema.

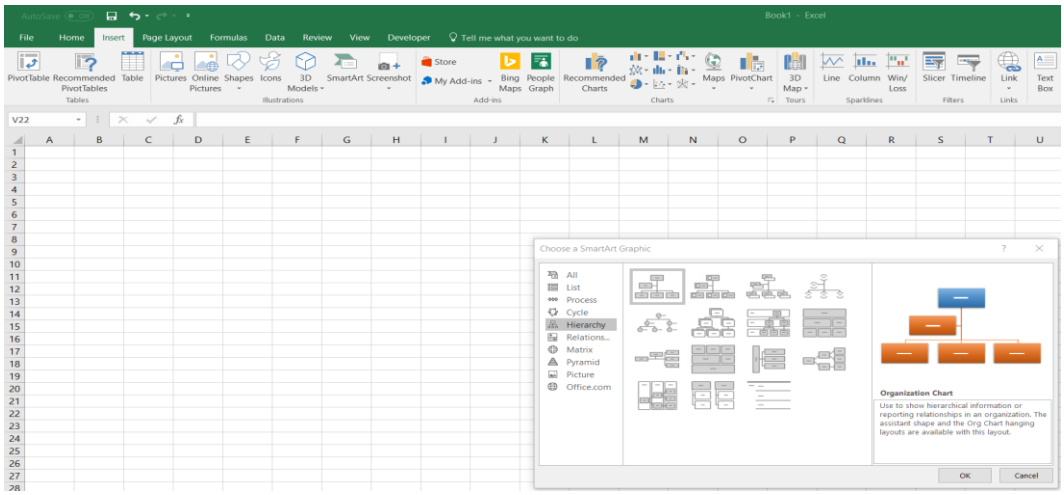
Evaluar el organigrama de acuerdo con el tipo de empresa (Ltda., SAS, Anónima, entre otras) y al tiempo futuro del proyecto

5.1. PASO A PASO COMO CREAR UN ORGANIGRAMA EN EXCEL

Excel es una herramienta excelente para organizar y sintetizar datos, y se ha desarrollado con algunas funciones básicas de creación de diagramas. Incluir organigramas en su archivo de Excel puede mejorar tanto la apariencia visual como la utilidad de la hoja de cálculo.

a. Insertar SmartArt

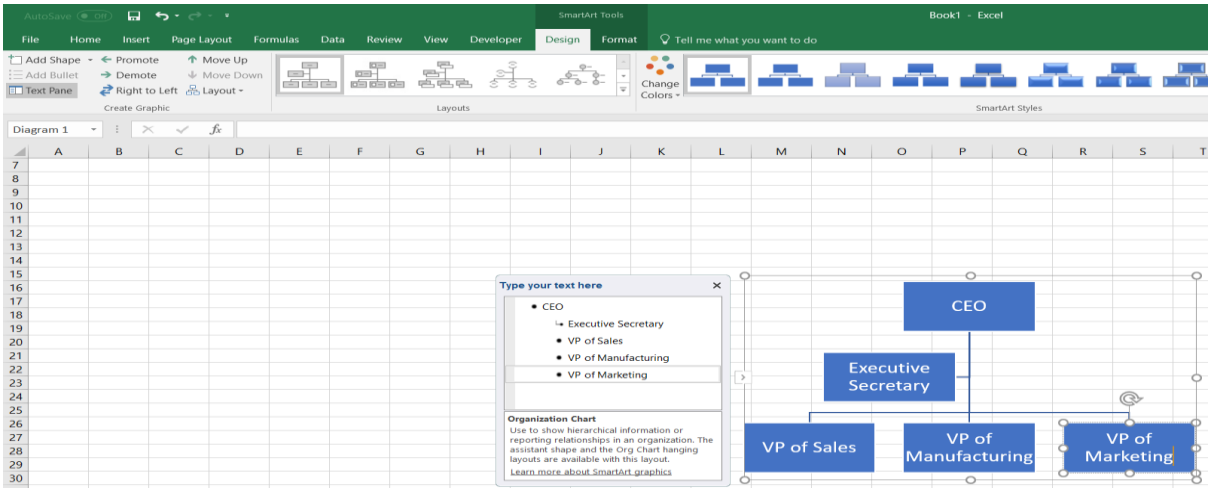
Primero dirígete a la pestaña Insertar > SmartArt en su hoja de cálculo de Excel. Para encontrar una plantilla de organigrama, haz clic en el grupo Jerarquía ubicado a la izquierda y, luego, seleccione la plantilla que deseas usar.



b. Ingresar texto

Después de seleccionar una plantilla de organigrama, podrá hacer clic en cualquier figura de SmartArt e introducir texto. Como cada figura representará a una persona de la organización, le recomendamos que primero organices sus datos para asegurarte de que no falte nadie.

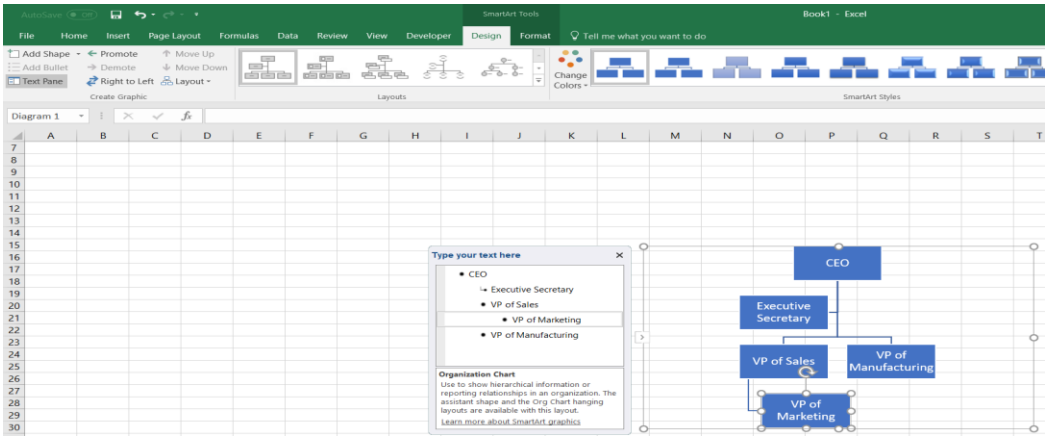
Lamentablemente, Excel no guarda otra información, además del nombre de la persona, de forma sencilla. Para crear un organigrama de manera más completa, sigua adelante y conoce Lucidchart.



c. Personalizar jerarquía

A medida que su estructura organizativa cambie, usa los botones Aumentar nivel y Disminuir nivel que se hallan en la pestaña Diseño - Herramientas SmartArt para mover a las personas horizontalmente. Del mismo modo, los botones Mover hacia arriba y Mover hacia abajo moverán a las personas verticalmente por la organización.

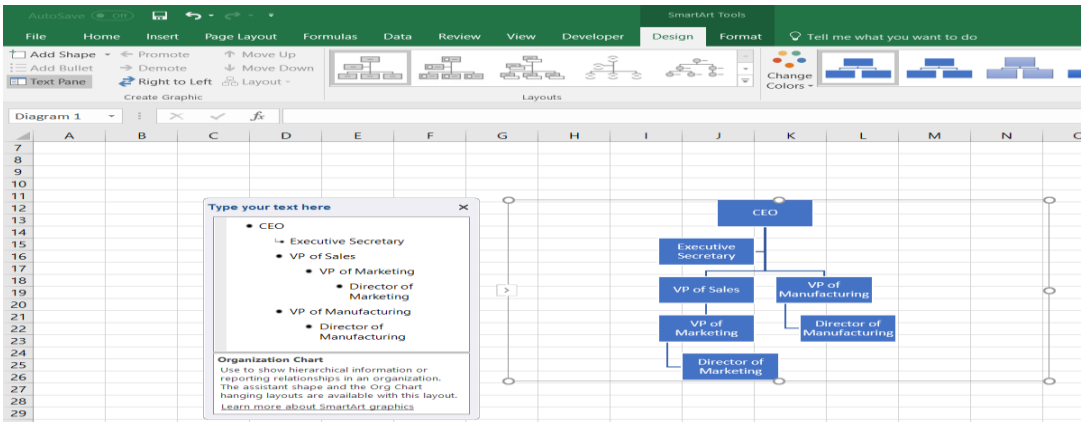
En nuestro ejemplo, supongamos que el vicepresidente de Marketing ahora le informará al vicepresidente de Ventas. Para reflejar este cambio, mueve al vicepresidente de Marketing hasta que se encuentre junto al vicepresidente de Ventas y, luego, haz clic en el botón Disminuir nivel mientras mantienes presionada la figura del vicepresidente de Marketing.



d. **Agregar y eliminar figuras**

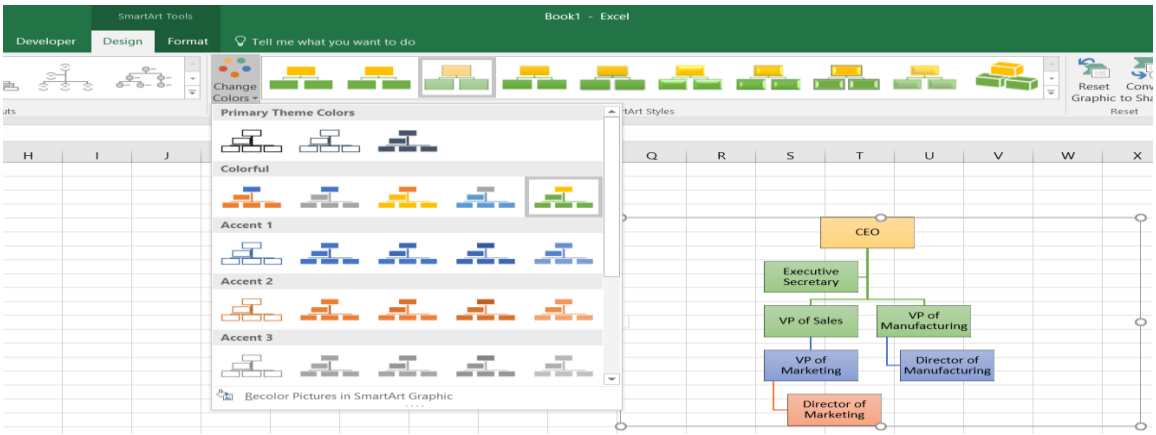
Agregue figuras a su organigrama en Excel pulsando "Agregar figura" en la pestaña Diseño - Herramientas SmartArt. Siga los pasos descritos anteriormente para ingresar texto en la nueva figura y gestionar su posición en tu organigrama. Supongamos que su empresa está creciendo y contrata a dos empleados nuevos. El primero le informará directamente al vicepresidente de Marketing, y el segundo, al vicepresidente de Manufactura. Para agregar el nuevo informe al vicepresidente de Marketing, haz clic en la figura del vicepresidente de Marketing existente y busca el botón "Agregar figura". Haz lo mismo para el empleado nuevo que le informará al vicepresidente de Manufactura.

También puede crear diagramas de manera rápida y sencilla con Lucidchart, ingrese en el siguiente enlace:
https://www.lucidchart.com/pages/es/como-hacer-un-organigrama-en-excel



e. Aplicar formato a tu organigrama

Personalice su organigrama en Excel cambiando los colores, las fuentes y los tamaños de las figuras en las pestañas Formato y Diseño - Herramientas SmartArt.



6. LOGOTIPO

Un logo, logotipo, marca y hasta llamado con el polémico y equivocado término "logomarca", es aquel diseño que representa una marca y que hace parte importante de cualquier estrategia de marketing.

Una guía muy completa con consejos y pasos para diseñar:

- Ten en cuenta la competencia
- Adaptable
- Diseña elementos

- Íconos
- Bocetos

EJEMPLOS:

5.1. QUÉ ES UN IMAGOTIPO

Un imagotipo es una de las formas de representación gráfica de una marca. En este, el icono y el nombre de la marca forman una unidad visual, es decir, ambas conforman un conjunto visual. En el imagotipo, se combinan el icono y el texto en una única composición

EJEMPLOS:

5.2. PASO A PASO PARA HACER UN LOGOTIPO Y LOGOMARCA:

a. Para crear un logotipo o un logo marca de manera rápida y sencilla ingrese en el siguiente enlace:

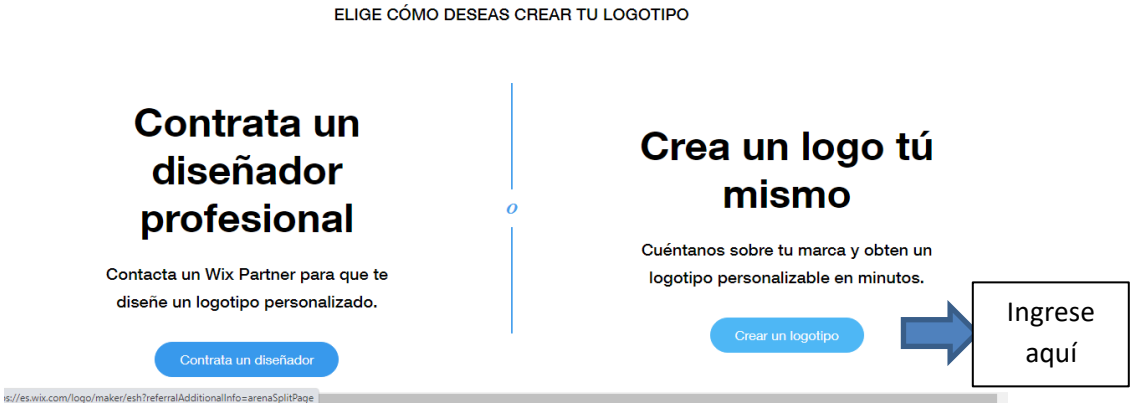
https://es.wix.com/logolangdesktop/es_logo_creator?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=1663696774%5e64888776395&experiment_id=%2Bcrear%20%2Blo

gotipos%20%2Bgratis%5eb%5e321315558615%5e&gclid=EAIaIQobChMIit6H9vid6gIVja_ICh15_QWHEAAYASAAEgLw9PD_BwE

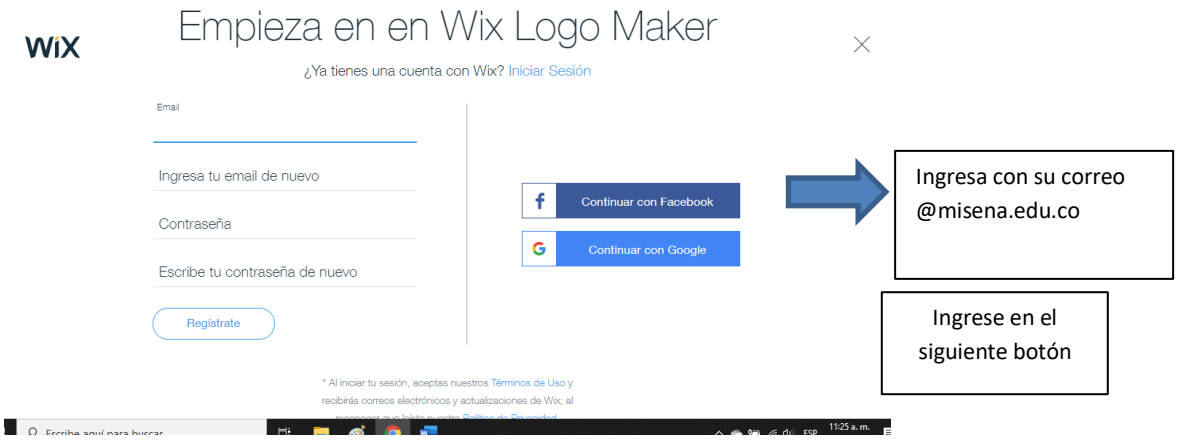
b. Ingrese en el botón “Obtén tu logo”



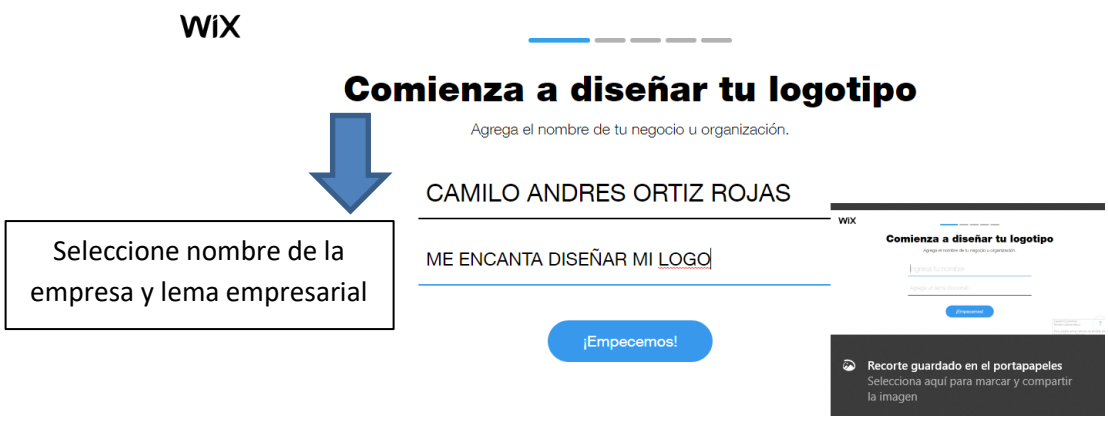
c. Ingrese a la opción “Crea un logo tú mismo”



d. Ingresar el “Continuar con Google”



e. Comience a diseñar su logotipo o logomarca



f. Seleccionar el tipo de industria de la idea de negocio



g. Elegir las opciones que más se ajusten a la idea de negocio

WiX

¿Cuál debe ser el estilo y el espíritu de tu logo?

Adaptaremos la fuente, los iconos y los colores para que coincidan con tu estilo.

Dinámico | Divertido | Juguetón
Moderno | Eterno | Creativo | Tecnológico
Fresco | Formal | Hipster

Seguir

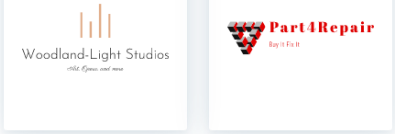
Seleccione todos los estilos que deberían ir en su logo

WiX

¿Cuál de estos logos te gusta más?

El diseño es importante. Ayúdanos a conocer mejor tu estilo.

1 — 5



No me gusta ninguno

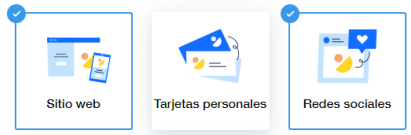
Omitir >

Seleccione las opciones que más se ajusten a su negocio y a su idea, pensar y como le gustaría que los demás le vieran.

WiX

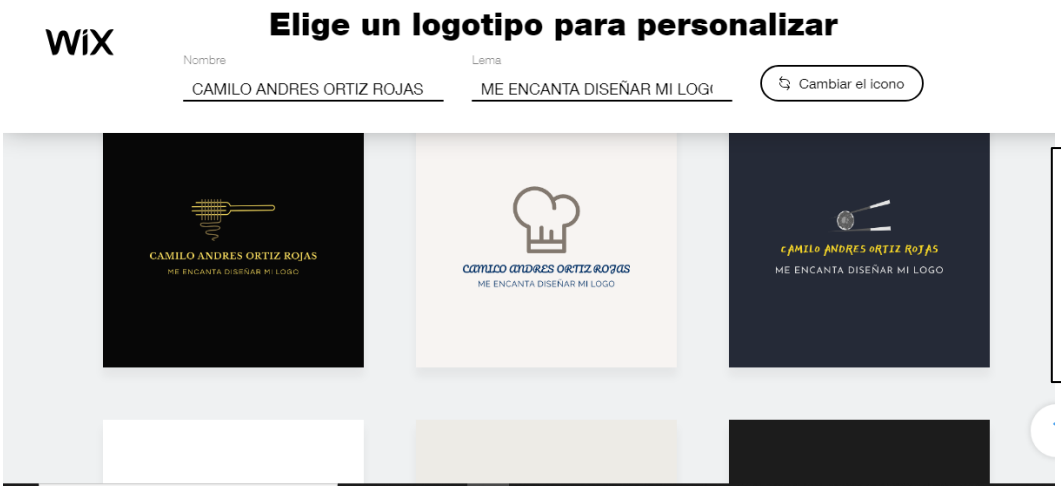
¿Dónde quieres usar tu logotipo?

Ayúdanos a conocer tus necesidades de marca.

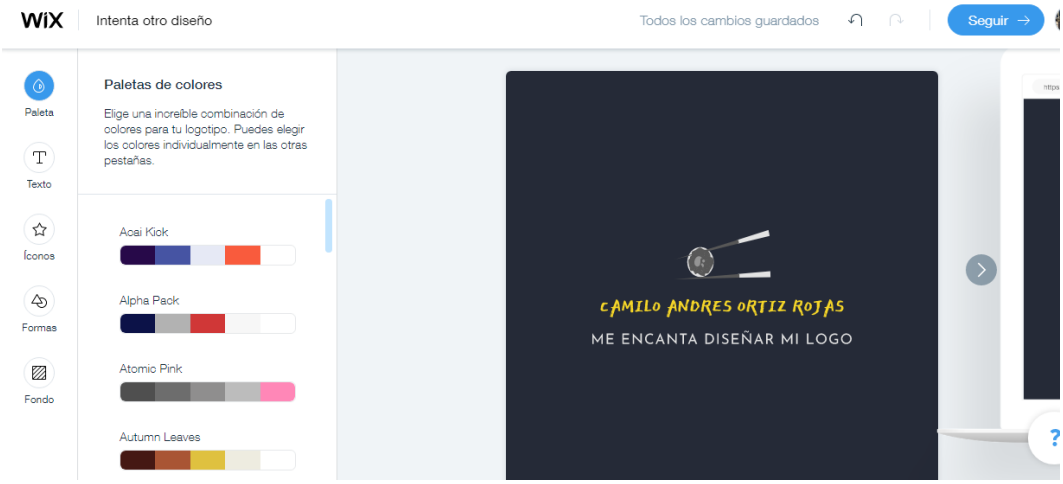


Seguir

Omitir >



¡LISTO! Selecciona el que más te guste y a disfrutar



7. VALORES CORPORATIVOS

Los valores corporativos de una empresa son una serie de elementos que definen y que destacan a una organización de su competencia, esto hace parte de su cultura organizacional, es decir, así como cada una de las personas poseen un conjunto de valores que los hacen destacar de otras personas, también las organizaciones lo poseen.

7.1. CINCO PASOS BÁSICOS PARA DEFINIR LOS VALORES CORPORATIVOS

a. **Definir las cosas importantes para nuestra empresa:**

Puede empezar elaborando una lista con las cosas más importantes para su negocio. Por ejemplo, si se dedica a la mensajería y la paquetería, sin duda que la puntualidad, la responsabilidad y la rapidez deben formar parte de dicha lista. Estas cosas casi siempre se definen en función del cliente o de procesos internos que consideremos indispensables para alcanzar resultados.

b. Establecer prioridades:

De esta lista es necesario subrayar los elementos más significativos. Recuerde que en un negocio no todo tiene la misma importancia. Es posible que la rapidez sea para usted el elemento de más valioso, mientras que otra empresa que se dedica a lo mismo prefiera priorizar la responsabilidad.

c. Reducir o eliminar las contradicciones:

Ojo, revise al detalle sus prioridades. Quizá encuentre contradicciones en ellas que puedan ocasionar problemas a la hora de definir sus valores corporativos.

d. Hábitos que respalden las prioridades:

El siguiente paso consiste en determinar qué hábitos o prácticas diarias pueden ayudar a fomentar los valores que hayamos elegido. Pero también puede pasar que un determinado valor no pueda llevarse a la práctica porque es inconsecuente con el modelo de organización. También esto habrá que tenerlo en cuenta.

e. Identificar rasgos distintivos:

Finalmente, otra forma de identificar los valores corporativos más adecuados es a partir de aquellos elementos, aspectos o rasgos que nos hacen diferentes al resto de empresas del mercado. Por ejemplo, si contamos con la tecnología más avanzada del sector, un valor que puede ir aparejado a ello será la eficiencia de los procesos.

Ejemplos:

Coca Cola Company – Latinoamérica

Vivir nuestros valores

Nuestros valores actúan como una brújula que guía nuestras acciones y describe nuestro comportamiento en el mundo.

Liderazgo: La valentía de moldear un futuro mejor

Colaboración: El apalancamiento en el genio colectivo

Integridad: Ser real

Responsabilidad: Si ha de ser, depende de mí

Pasión: Comprometidos en corazón y mente

Línea
Línea

orporativos

Vivimos la segu

Servimos con p

Somos uno y d acemos.

8. EVIDENCIA MODULO DESEMPEÑO Y EMPRESARIAL (EVIDENCIA DE PRODUCTO)

El aprendiz deberá hacer la entrega de: misión, visión, organigrama, valores corporativos y logotipo (en este punto se presenta el tipo de empresa y nombre de la empresa) a través de una página web, donde éste deberá ser socializado y sustentado por el aprendiz ante el instructor(es).

9. CONCLUSIONES

Las conclusiones de este módulo, el aprendiz deberá sintetizar los resultados obtenidos después de haber realizado cada uno de los componentes del módulo empresarial. Para la redacción de las conclusiones deberá tener en cuenta la siguiente referencia:

- ✓ Evidenciar los aspectos positivos al implementar cada uno de los aspectos del módulo empresarial a su idea de negocio
- ✓ Señalar las dificultades que tuvo al momento de implementar los aspectos del módulo empresarial
- ✓ Resaltar cuales son los aportes obtenidos en su proceso de formación con el módulo empresarial

9.1. EVIDENCIA DE LAS CONCLUSIONES

laces le permitirán tener un acercamiento en el diseño básico de la r
net a través de la plataforma wix:
https://www.youtube.com/watch?v=bMNNxVrB33Y&t=411s
https://www.youtube.com/watch?v=YVTVd6ost7s

El siguiente enlace corresponde a una página web gratis, que le permitirá diseñar el
`a manera
e tienen

Ingrese al siguiente enlace para verificar las normas APA:
http://biblioteca.sena.edu.co/images/PDF/InstructivoAPA.pdf

O remítase al material de apoyo, donde encontrará dicho documento

Las conclusiones deberán presentarse en PDF y con Normas APA de sexta generación, dicho documento deberá estar incluida en la página web desarrollado por usted.

10. BIBLIOGRAFIA

Consignar las fuentes bibliográficas de acuerdo con las Normas APA sexta edición.

11. ENTREGA DE EVIDENCIAS POR PARTE DEL APRENDIZ

Evidencias de Aprendizaje	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIA 1: En la página web (wix) o blog diseñado por el aprendiz debe evidenciar los siguientes componentes: misión, visión, organigrama, valores corporativos y logotipo (en este punto se presenta el tipo de empresa y nombre de la empresa) **EVIDENCIA 2:** Documento con las conclusiones en PDF y en normas APA (6ta generación) incluido en la página web o blog diseñado por el aprendiz	**Lista de Chequeo**

12. RESPONSABILIDADES APOYO DOCENTE

	COLEGIO	SOPORTE

APOYO	**Docente apoyo área emprendimiento y empresarialidad**	El área de emprendimiento de la I.E. asignará el correspondiente docente de apoyo para dar seguimiento y dirección al aprendiz en su proyecto productivo.
	Docente experto uso TIC	El área de TIC de la I.E. asignará el docente de apoyo quien dará direccionamiento y seguimiento al aprendiz en el diseño y creación de la página web o blog, donde a través de ésta se visualizará las evidencias.
	Docente experto en Empresarialismo	El área de Emprendimiento de la I.E. asignará el docente de apoyo quién estará acompañando, dar direccionamiento y seguimiento en la creación de los componentes básicos empresariales aplicados en el proyecto productivo.

13. EQUIPO SOPORTE TÉCNICO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Camilo Andrés Ortiz Maribel Marcela Serna Andrea Villamizar Gómez	Instructor Instructor Instructor	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos	Julio de 2020.