Talleres y Evidencias en Plataforma septiembre 2020

Se adjunta talleres y evidencias para las fichas:

2143082, Gestión Bancaria y de Entidades Financieras
2143082 (Espejo), Gestión Bancaria y de Entidades Financieras
2164924 Gestión Bancaria y de Entidades Financieras

GESTION BANCARIA Y DE ENTIDADES FINANCIERAS



Competencia: 210301002 Dar asesoría comercial y financiera que conduzca a la satisfacción de las expectativas y necesidades reales del cliente.

RAP: Identificar la constitución y legalización de personas jurídicas según la normatividad colombiana.



LA EMPRESA



Definición: es una organización creada para desarrollar actividades económicas que busca generar beneficios económicos a cambio de satisfacer las necesidades de un público (Clientes) , explorando nuevos mercados y estrategias competitivas.

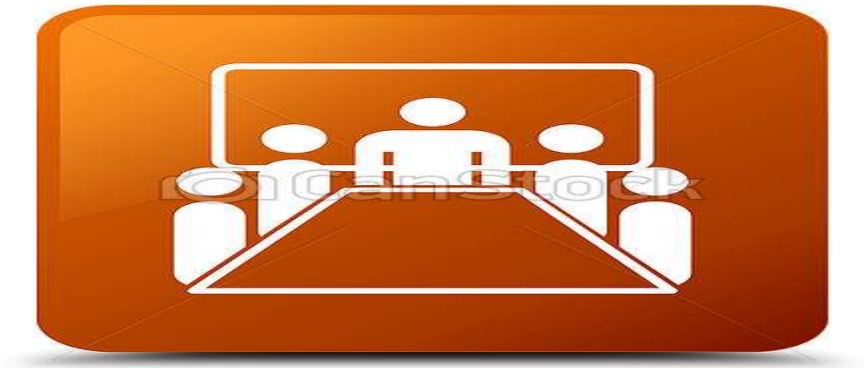
La empresa es una entidad económica organizada, formada por personas, capital y trabajo, factores que se reúnen para la producción, transformación, distribución, administración de bienes o para la prestación de un servicio, a través de uno o más establecimientos de comercio, con el ánimo de generar utilidades y distribuirlas entre las personas que la integran.

FACTORES PARA QUE UNA EMPRESA PUEDA REALIZAR SU ACTIVIDAD

Personas: Es el talento humano con que cuenta la empresa, conformado por las personas que ocupan los diferentes cargos dentro de la organización, como los administradores, los empleados, los directores.

Capital : Identificado por los aportes que hacen los propietarios (o) de la empresa, el cual puede estar representado en dinero en efectivo, bienes como los muebles y enseres, maquinaria y equipo, inventario de mercancías entre otros, bienes de carácter tangible.

Trabajo: Es el esfuerzo físico e intelectual que realizan las personas para lograr el objetivo de la empresa, en cualquiera de sus áreas, ya sea en la producción, en la dirección, en la prestación de un servicio.



DENOMINACION DE LAS EMPRESAS

a. Razón Social : Es el nombre mercantil con el cual una empresa inscribe en la Cámara de Comercio la actividad económica de una persona natural o jurídica.

Se recomienda que la razón social se relacione con su objeto, ya que va permitir un mayor reconocimiento en el mercado. Ejemplo: Almacenes Éxito, Avianca, Centro Comercial Campanario,

b. Logotipo de una empresa : Es un símbolo que identifica gráfica o visualmente a una empresa con el ánimo de hacerse conocer y destacarse fácilmente en su entorno, como las anteriores el logo también debe relacionarse con su objeto para facilitar su reconocimiento e identidad en el medio.

c. Objeto social de la empresa: Es la actividad que va a realizar la empresa, que va a producir, o a elaborar, o la prestación de un servicio.





Las empresas en Colombia se establecen por:

- Objetivo.
- Actividad económica.
- Procedencia de capital.
- Tamaño

CLASIFICACION DE LAS EMPRESAS
Según su objetivo

a. Con ánimo de lucro : Comprende aquellas empresas que pretenden con el desarrollo de su objeto social obtener utilidades para distribuirlas entre sus socios o aumentar su capital como es el caso de las personas naturales.

En las personas naturales, estas capitalizan su utilidad y lo que realizan son retiros en cabeza del capital. Ejemplo: Sociedades comerciales, sector financiero, el mercado cambiario, las empresas de personas naturales.

b. Sin ánimo de lucro : Son aquellas que fundamentan su objeto social en prestar un servicio a la comunidad, si bien es cierto que también generan utilidades mediante la explotación del objeto social, estas utilidades no son distribuidas, sino por el contrario son reinvertidas dentro del mismo objeto social. Ejemplo: El sector cooperativo, las cajas de compensación familiar, las organizaciones no gubernamentales.

c. Otras: Con el desarrollo del objeto social pretenden una utilidad, pero de acuerdo a la ley no se encuentran legalmente constituidas. Ejemplo: Consorcios, las uniones temporales







Clasificación según su actividad económica

En esencia, una actividad económica es un proceso en el que se genera o distribuye un producto o un servicio. Al generar un producto o servicio, nuestra entidad está creando valor. Generalmente, la creación de valor lleva a la obtención de una renta, y es ahí donde la actividad económica adquiere relevancia fiscal.

Según la actividad a la que se dediquen podemos hablar de empresas del:

1. Sector primario (Agricultura, Minería)
2. Sector secundario (industria)
3. Sector terciario (servicios)



Según su actividad económica

a. Agropecuario: Se relaciona con actividades que producen bienes agrícolas y pecuarios en grandes cantidades, en granjas, invernaderos o haciendas

Ejemplo: avícolas, porcinas, cultivos.

b. Minera: Su actividad es la explotación de los suelos en busca de materiales económicamente rentables. Ejemplo: petroleras, piedras preciosas.

c. Industrial: Actividad que se dedica a la transformación de materias primas en un producto terminado o semi-elaborado. Son aquellas que adquieren una materia prima, la procesan y venden un nuevo producto terminado para la venta. Ejemplo: confecciones, productoras de alimentos.





Según su actividad económica

d. Comerciales: Esta actividad se dedica a la compra y venta de cualquier tipo de productos, al por mayor y al por menor.

Estas adquieren un producto terminado y lo venden, es decir que no sufre ningún cambio. Ejemplo: Distribuidora de calzado, supermercados.

e. Servicios: Esta actividad busca satisfacer necesidades y prestar servicios en salud, educación, transporte, seguros, recreación, entre otros.

Como su nombre lo indica son aquellas **empresas** que ofrecen al público en general algún tipo de **servicio** sobre un producto tangible o intangible, en este sentido pueden clasificarse como **empresas de servicio** privado, público, buscan prestar un servicio a la comunidad. Ejemplo: Servicios públicos, médicos, seguros, Telefonía, Internet entre otros.

ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO
DE POPAYAN S.A. E.S.P.



Según la procedencia de capital

a. Privadas: Se consideran de este tipo cuando la constitución de la empresa se realizo con aportes de personas o empresas privadas.

Ejemplo: una empresa familiar, un centro recreacional privado.

b. Oficiales o Públicas : Son empresas que se crean y operan con aportes del estado.

Ejemplo: hospitales departamentales, instituciones de educación oficial.

c. Economía Mixta : Son empresas creadas con aportes de personas o empresas particulares y del estado. Ejemplo: Ecopetrol







Según el Número de Propietarios

a. Personas naturales: Persona Natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal.

b. Persona jurídica: Es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, (Representante Legal)

c. Empresas unipersonales: Son constituidas por una persona natural o jurídica que al reunir los requisitos legales para ejercer una actividad mercantil o no, destina parte de sus activos para la realización de la misma. Una vez inscrita en el registro mercantil, la empresa unipersonal forma una persona jurídica.

d. **Las sociedades:** Son aquellas constituidas por dos o mas personas llamadas socios; Ejemplo: David & Vélez, Cía. Ltda., de propiedad de Jaime David y Julio Vélez.

La Sociedad por Acciones Simplificada (**SAS**) es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables

Según el tamaño

a. Microempresas: Empresas con máximo 10 trabajadores cuyos activos totales no excedan los 500 salarios mínimos legales vigentes. (Ingresos menores a $811 millones)

b. Pequeñas: Empresas con trabajadores entre 11 y 50, cuyos activos totales deben estar entre los 501 y 5001 salarios mínimos legales vigentes. (Ingresos desde $811 hasta $7.027 millones)

c. Medianas: Empresas con trabajadores entre 51 y 200, cuyos activos totales deben estar entre los 5001 y 15000 salarios mínimos legales vigentes. (Ingresos desde $7.027 hasta $59.527 millones

d. Grandes: Empresas con más de 200 trabajadores, cuyos activos totales deben superan los 15.000 salarios mínimos legales vigentes. (Ingresos mayores a $59.527 millones)



Cómo se clasifican las micro, pequeñas y medianas empresas?



CLASIFICACION DE LAS PERSONAS

a. Persona natural: Son personas que obtienen la renta de su trabajo personal.

b. Persona jurídica: Creadas por varias personas para conformar sociedades que se identifican básicamente por una razón social

Es una persona ficticia capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones por medio de un representante legal






GRACIAS
Martin Adolfo Alegría
SENA

Persona natural y persona jurídica

Una empresa puede estar constituida legalmente como Persona Natural o Persona Jurídica, por lo que una decisión que debemos tomar al momento de constituir legalmente nuestra empresaes la de elegir si la constituiremos bajo la forma de Persona Natural o bajo la forma de Persona Jurídica.
Anuncios
Veamos a continuación la definición de cada una de estas personerías, sus diferencias, y las ventajas y desventajas que presenta cada una de ellas:

Persona Natural

Persona Natural es una persona humana que ejerce derechos y cumple obligaciones a título personal.



Al constituir una empresa como Persona Natural, la persona asume a título personal todas obligaciones de la empresa.

Lo que implica que la persona asume la responsabilidad y garantiza con todo el patrimonio que posea (los bienes que estén a su nombre), las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa.

Si, por ejemplo, la empresa quiebra y es obligada a pagar alguna deuda, la persona deberá hacerse responsable por ella a título personal y, en caso de no pagarla, sus bienes personales podrían ser embargados.

Ventajas Persona Natural

- la constitución de la empresa es sencilla y rápida, no presenta mayores trámites, la documentación requerida es mínima.

- la constitución de la empresa no requiere de mucha inversión, no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
- no se les exige llevar y presentar tantos documentos contables.
- si la empresa no obtiene los resultados esperados, el giro del negocio puede ser replanteado sin ningún inconveniente.
- las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.
- la propiedad, el control y la administración recae en una sola persona.
- se puede ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción.
- pueden acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.

Desventajas Persona Natural

- tiene responsabilidad ilimitada, es decir, el dueño asume de forma ilimitada toda la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, lo que significa que deberá garantizar dichas deudas u obligaciones con su patrimonio o bienes personales.
- capital limitado solo a lo que pueda aportar el dueño.
- presenta menos posibilidades de acceder a créditos financieros (los bancos o entidades financieras suelen mostrar poca disposición a conceder préstamos a Personas Naturales).
- falta de continuidad en caso de incapacidad del dueño.

Anuncios

Persona Jurídica

Persona Jurídica es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ésta.

Al constituir una empresa como Persona Jurídica, es la empresa (y no el dueño) quien asume todas las obligaciones de ésta.

Lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan solo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre (tanto capital como patrimonio).

Si, por ejemplo, la empresa quiebra y es obligada a pagar alguna deuda, ésta se pagará solo con los bienes que pueda tener la empresa a su nombre, sin poder obligar al dueño o a los dueños a tener que hacerse responsable por ella con sus bienes personales.

Ventajas Persona Jurídica

- tiene responsabilidad limitada, es decir, el dueño o los dueños de la empresa asumen solo de forma limitada la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, las cuales solo se garantizan con los bienes, capital o patrimonio que pueda tener la empresa.
- mayor disponibilidad de capital, ya que éste pude ser aportado por varios socios.
- mayores posibilidades de acceder a créditos financieros (los bancos o entidades financieras suelen mostrar mayor disposición a conceder préstamos a Personas Jurídicas antes que a Personas Naturales).
- posibilidad de acceder a concursos públicos sin mayores restricciones.
- el propietario y los socios trabajadores de la empresa pueden acceder a beneficios sociales y seguros.

Desventajas Persona Jurídica

- mayor dificultad al momento de constituirla, presenta una mayor cantidad de trámites y requisitos.
- requiere de una mayor inversión para su constitución.
- se les exige llevar y presentar una mayor cantidad de documentos contables.
- la propiedad, el control y la administración pueden recaer en varias personas (socios).
- presenta una mayor cantidad de restricciones al momento de querer ampliar o reducir el patrimonio de la empresa.
- presenta una mayor dificultad para liquidarse o disolverse.

Gestión Bancaria y de Entidades Financieras

Actividad de Transferencia No. 2

Implementación Planeacion Estratégica en la Empresa

Estimado aprendiz bienvenido a la actividad de aprendizaje No. 2, Interpretar y aplicar los conceptos asociados con la Planeacion Estrategia en una Empresa.

MISION – VISION – POLITICA – OBJETIVO – META

Estos términos suelen generar confusión porque no hay un criterio unificado sobre su significado y uso, pero en el momento de definir, establecer e implementar las políticas de la empresa, los conceptos asociados a estos términos son de gran utilidad.

MISION

La misión de una empresa es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de una empresa. A diferencia de la visión, la declaración de la misión contesta la pregunta:
"¿cuál es nuestra razón de ser?"

La razón de establecer la **misión** de una empresa es que ésta sirva como punto de referencia que permita que todos los miembros de la empresa actúen en función de ésta, es decir, lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas, bajo la luz de ésta; logrando así, coherencia y organización.

La **misión** le da identidad y personalidad a una empresa, mostrando a agentes externos tales como clientes o proveedores, el ámbito en el cuál se desarrolla, y permitiendo distinguirla de otras empresas similares.

La definición de la **misión** ayuda a clarificar las posiciones y creencias de los integrantes de la dirección de la empresa y a unificar criterios básicos. No es estrictamente necesario definirla para arribar a las políticas, especialmente en el caso de un único director o dueño, pero siempre es recomendable hacerlo, sobre todo para transmitir al personal los valores que constituyen la base de la cultura de la empresa.

Para definirla debe haberse realizado entre otras las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuál es su negocio?
- ✓ ¿Cuáles son sus valores?
- ✓ ¿Quiénes son sus clientes?
- ✓ ¿Para qué existe la empresa?
- ✓ ¿Cuáles son sus productos y mercados?
- ✓ ¿Cuáles son sus objetivos organizacionales?
- ✓ ¿Cuál es su responsabilidad y derechos frente a sus colaboradores y cuál su responsabilidad social?

La misión en términos generales es la formulación de los propósitos de su empresa, y por ser tan importante para crear compromisos e inducir comportamientos en su organización.

Para formular la misión de su empresa, se debe tener en cuenta los siguientes elementos:

- Clientes: ¿quiénes son nuestros clientes?
- Productos: ¿cuáles son nuestros principales productos o servicios?
- Mercado: ¿cuáles son nuestros mercados?
- Tecnología: ¿cuál es nuestra tecnología?
- Interés por el crecimiento: ¿nos interesamos por alcanzar objetivos económicos?
- Filosofía: ¿cuáles son nuestras creencias, valores o principios?
- Capacidades: ¿cuál es nuestra diferenciación o nuestra ventaja competitiva?
- Interés por la imagen pública: ¿nos preocupamos por asuntos sociales, comunitarios o ambientales?
- Interés por los empleados: ¿nos interesamos por nuestros trabajadores?

Bancolombia
le estamos poniendo el alma

Misión: Somos el mejor aliado de los clientes en la satisfacción de sus necesidades financieras. Proveemos una amplia gama de productos y servicios con innovación, eficiencia y amabilidad, y generamos valor a nuestros clientes, colaboradores, accionistas y a la comunidad.

VISION

La visión de una empresa es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse. A diferencia de la misión la declaración de la visión contesta la pregunta: **"¿Qué queremos ser?"**

La razón de establecer la visión de una empresa, es que ésta sirva como guía que permita enfocar los esfuerzos de todos los miembros de la empresa hacia una misma dirección, es decir, lograr que se establezcan objetivos, diseñen estrategias, tomen decisiones y se ejecuten tareas, bajo la guía de ésta; logrando así, coherencia y orden.

El establecer la visión de una empresa, también permite que ésta sirva como fuente de inspiración, logrando que todos los miembros de la empresa se sientan identificados, comprometidos y motivados en poder alcanzarla.

La visión es imprescindible, sobre ella se construyen las políticas de la empresa.

Ejemplos de **visión** son:

- ✓ Si la empresa es mediana, ¿seguirá siendo mediana o la dirección quiere construir una gran empresa?
- ✓ Si la empresa es líder en su país, ¿se plantea extender su liderazgo al continente o al mundo?

Para definirla ha debido preguntarse: ¿Dónde quiere que su empresa esté dentro de 3 o 5 años?

La visión provee el marco de referencia de lo que su empresa es y quiere ser en el futuro.

Debe ser comprometedora y motivante. Quizás la empresa nunca podrá realizar su visión, pero trabajará siempre en pos de ella. Si la política es el faro, la visión es la estrella.

Una buena visión de empresa, debe tener las siguientes características:

- ✓ Debe ser positiva, atractiva, alentadora e inspiradora, debe promover el sentido de identificación y compromiso de todos los miembros de la empresa.
- ✓ Debe estar alineada y ser coherente con los valores, principios y la cultura de la empresa.
- ✓ Debe ser clara y comprensible para todos, debe ser entendible y fácil de seguir.

Para formular la visión de una empresa, debemos responder a los siguientes interrogantes:

- ➢ ¿Cuál es la imagen futura que queremos proyectar de nuestra empresa?
- ➢ ¿Cuáles son nuestros deseos o aspiraciones?
- ➢ ¿Hacia dónde nos dirigimos?
- ➢ ¿Hacia dónde queremos llegar?



Visión: Ser una Organización comprometida con la excelencia, que satisface las necesidades financieras de los clientes, con soluciones integrales e innovadoras.

LAS POLITICAS DE UNA EMPRESA

La empresa no solo debe de encargarse de vender un producto o un servicio, sino que tiene que crear una imagen de marca y de la propia empresa, de tal manera que sea positiva y fácilmente identificable por cualquier consumidor o trabajador. Para cuidar su percepción desde el exterior, es esencial que la empresa cree unas directrices férreas sobre su forma de gestión del negocio, o, dicho de otra forma, que tenga unas Políticas Institucionales reconocidas por todos.

Las políticas Institucionales son todas aquellas directrices a las que la empresa decide acogerse, de tal forma que dichas directivas e ideas sean las que motiven las normas generales de actuación de la empresa, determinando así los valores que posee la misma.

De este modo, las políticas de toda compañía suelen estar recogidas por escrito, de tal forma que estén a la mano de todos aquellos colectivos a los que van dirigidas, generalmente clientes, proveedores, accionistas y trabajadores o clientes internos.

Si bien puede parecer trivial, el primer requisito es definir políticas “cumplibles”. Para ello, al definir las políticas, es necesario identificar y analizar los factores internos y externos que inciden en el cumplimiento de las mismas.

El análisis interno incluirá:

- ✓ La cultura de la empresa
- ✓ Los recursos disponibles
- ✓ Otras debilidades y fortalezas de la empresa

El análisis externo: Las variables del entorno, tanto nacional como internacional

- ✓ Económico
- ✓ Sociales
- ✓ Tecnológicas
- ✓ Político-legales
- ✓ La competencia
- ✓ Otras amenazas y oportunidades

La necesidad de este análisis se hace evidente si consideramos factores como, por ejemplo, el tipo de cambio o las barreras arancelarias. La incidencia de estos factores sobre el éxito de políticas que apunten a la importación, exportación o sustitución de importaciones es por todos conocida.

El entorno rápidamente cambiante en el cual la empresa se desenvuelve obliga a revisar y actualizar constantemente las políticas.

Las políticas y los sistemas de gestión. Las estadísticas que emite ISO anualmente muestran un constante incremento en el número de empresas que certifican Sistemas de Gestión de la Calidad y Ambientales. Por otro lado, con el objeto de cumplir con la legislación vigente, las empresas desarrollan e implementan Sistemas de Seguridad e Higiene y Sistemas Administrativo Contables.

Estos sistemas, así como otros que las empresas incorporan de acuerdo a sus necesidades, requieren compromisos específicos.

De manera que, al definir las políticas, es conveniente considerar los requisitos tanto de los sistemas vigentes como de aquellos cuya incorporación está prevista en un futuro próximo.

Comunicación.
De nada sirven las políticas si no son comunicadas y comprendidas por todos los integrantes de la empresa. Comprendidas significa que cada empleado es capaz de describir, con sus propias palabras, de qué manera su trabajo contribuye al cumplimiento de las políticas de la empresa.

No es una exageración “empapelar” la empresa con las políticas, sólo se alcanzarán los objetivos si el personal incorpora las políticas a su manera de pensar y lo refleja en sus actitudes.

La dirección debe ser plenamente consciente de su papel en este proceso, no hay posibilidades de éxito si ella no “predica con el ejemplo”. El personal sigue atentamente las actitudes de la dirección y sólo incorpora las políticas a su manera de pensar y actuar cuando verifica que la dirección ya lo ha hecho.

La dirección es la “guardiana” de las políticas y lo demuestra día tras día y siempre en cada una de sus palabras, actitudes, acciones y decisiones; “No es difícil establecer las políticas, lo difícil es cumplirlas”.

Para cuidar su percepción desde el exterior, es esencial que la empresa cree unas directrices férreas sobre su forma de gestión del negocio, o, dicho de otra forma, que tenga unas Políticas Institucionales reconocidas por todos.

Las políticas Institucionales son todas aquellas directrices a las que la empresa decide acogerse, de tal forma que dichas directivas e ideas sean las que motiven las normas generales de actuación de la empresa, determinando así los valores que posee la misma.

De este modo, las políticas de toda compañía suelen estar recogidas por escrito, de tal forma que estén a la mano de todos aquellos colectivos a los que van dirigidas, generalmente clientes, proveedores, accionistas y trabajadores o clientes internos.

Está claro que el principal objetivo de su empresa es vender. ¿Pero cómo piensas hacerlo? Definir una política comercial clara es imprescindible para no desperdiciar recursos e implicar a tu equipo.

Una política comercial es el conjunto de criterios y principios que guían a tu empresa a la hora de vender, tanto en las relaciones con los clientes como en la regulación de los comerciales. Se presupone que todas las empresas disponen de una, pero a la hora de la verdad muchos negocios no la han definido adecuadamente. Esto provoca falta de organización, confusiones, pérdida de oportunidades comerciales y una disminución de la implicación del equipo.

Una política comercial básica debe contemplar los siguientes aspectos:

- ✓ **Objetivos de venta:** cuáles son las metas que has establecido para cada periodo o ejercicio y el método para determinarlas, ya que deben ser racionales y realistas.

- ✓ **Condiciones de venta:** principalmente, las condiciones de pago que deben aceptar los clientes y la forma en que se servirá la mercancía adquirida (a domicilio, en tienda, etc.)

- ✓ **Organización de la fuerza de venta:** en este apartado debes incluir el organigrama del departamento comercial, las funciones de cada cargo y cómo se reparten las zonas.

- ✓ **Política de remuneración:** resume las condiciones salariales de los vendedores y las fórmulas mediante las cuales se calculan las comisiones y los incentivos para cada empleado.

- ✓ **Canales de venta:** qué medios usarás para llegar al cliente (venta directa, online, distribuidores, etc.) y qué peso tiene cada canal tiene en tu estrategia comercial.

- ✓ **Sistemas de control:** de qué manera vas a controlar la actividad comercial y el cumplimiento de las políticas que has definido (informes, herramientas de gestión, etc.)

Lo ideal es que recopiles toda esta información en un manual que puedan consultar tus vendedores, para aclarar dudas o cuando se incorporen al departamento. De cualquier forma, limita su distribución, ya que contiene información que no debe conocer tu competencia.

Poner por escrito tu política comercial supone trabajo, pero el proceso te permitirá reflexionar sobre la manera de vender de tu empresa. Además, una vez lo hayas hecho encontrarás muchas utilidades al documento para la formación, mejora interna, análisis competitivo, etc.

Una **política comercial** es el conjunto de criterios y principios que guían a tu **empresa** a la hora de vender, tanto en las relaciones con los clientes como en la regulación de los **comerciales**.

EJEMPLOS DE POLÍTICAS DE UNA EMPRESA

Algunos ejemplos de políticas de una empresa pueden ser:

- Brindar un **curso de capacitación** obligatorio a todo nuevo ingreso a la organización.
- Aportar **soluciones a las necesidades de la comunidad** que rodea la empresa como parte de los resultados finales de la misma.
- Demostrar **cero tolerancia a la corrupción**, especialmente entre sus cargos altos y medios.
- Manejar **precios siempre accesibles** al consumidor.
- **Contribuir con la formación** de una generación de trabajadores nacionales de manera directa e indirecta.
- Siempre **brindar a sus clientes** lo que desean.

- Fomentar el **espíritu de trabajo** desde los líderes hacia los trabajadores.
- Brindar a los empleados de la empresa un **entorno amigable**, divertido y reconfortante para sus labores cotidianas.
- **Valorar la ley** y el bienestar común por encima de cualquier tipo de ingreso económico u oportunidad de mercado.

Política Comercial y de **Crédito Bancolombia**. El buen servicio es deber de todos. Aprende sobre seguridad Cuidarte, proteger tu dinero y tu información, son temas que te dan tranquilidad. Utilizar canales o cuentas de otros para realizar transacciones alterando el resultado, alterando las fechas de pago, entre otros

Política de Responsabilidad Social Empresarial

En el Grupo Bancolombia trabaja el tema de responsabilidad social empresarial de manera fuerte con el fin de ayudar a sus clientes en el desarrollo del país por medio de tres focos: el económico, que busca generar valor a sus grupos de interés; el social, que tiene como fin impactar de manera positiva a las comunidades donde desarrollan la actividad financiera, y el ambiental, al impulsar proyectos responsables y sensibilizar sobre el cuidado del medio ambiente.

Responsabilidad social

Abril 27 de 2020

Bancolombia anunció 17,4 billones de pesos de cupos aprobados para 293 mil pymes y negocios independientes.

Bancolombia continúa apoyando a sus clientes pymes, negocios independientes y empresariales con una disminución de tasas de interés.

LOS OBJETIVOS DE UNA EMPRESA

Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar.

Importancia de los objetivos: Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, éstos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.

Otras de las razones para establecer objetivos son:

- ✓ Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- ✓ Sirven de guía para la formulación de estrategias.
- ✓ Sirven de guía para la asignación de recursos.
- ✓ Sirven de base para la realización de tareas o actividades.
- ✓ Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con
- ✓ los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área, de cada grupo o de cada trabajador.
- ✓ Generan coordinación, organización y control.
- ✓ Generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción.
- ✓ Revelan prioridades.
- ✓ Producen sinergia.

- ✓ Disminuyen la incertidumbre.

Características de los objetivos. Los objetivos deben ser:

- ✓ **Medibles**. Los objetivos deben ser mensurables, es decir, deben ser cuantitativos y estar ligados a un límite de tiempo.

  Por ejemplo, en vez del objetivo: "aumentar las ventas", un objetivo medible sería: "aumentar las ventas en un 20% para el próximo mes". Sin embargo, es posible utilizar objetivos genéricos, pero siempre y cuando éstos estén acompañados de objetivos específicos o medibles que, en conjunto, permitan alcanzar los genéricos.

- ✓ **Claros**. Los objetivos deben tener una definición clara, entendible y precisa, no deben prestarse a confusiones ni dejar demasiados márgenes de interpretación.

- ✓ **Alcanzables**. Los objetivos deben ser posibles de alcanzar, deben estar dentro de las posibilidades de la empresa, teniendo en cuenta la capacidad o recursos (humanos, financieros, tecnológicos, etc.) que ésta posea. Se debe tener en cuenta también la disponibilidad de tiempo necesario para cumplirlos.

- ✓ **Desafiantes.** Deben ser retadores, pero realistas. No deben ser algo que de todas maneras sucederá, sino algo que signifique un desafió o un reto. Objetivos poco ambiciosos no son de mucha utilidad, aunque objetivos fáciles al principio pueden servir de estímulo para no abandonar el camino apenas éste se haya iniciado.

- ✓ **Realistas**. Deben tener en cuenta las condiciones y circunstancias del entorno en donde se pretenden cumplir, por ejemplo, un objetivo poco realista sería aumentar de 10 a 1000 empleados en un mes. Los objetivos deben ser razonables, teniendo en cuenta el entorno, la capacidad y los recursos de la empresa.

- ✓ **Coherentes.** Deben estar alineados y ser coherentes con otros objetivos, con la visión, la misión, las políticas, la cultura organizacional y valores de la empresa.

Tipos de objetivos: De acuerdo a su naturaleza, los objetivos se clasifican en:

a) **Objetivos generales:** Son expresiones genéricas, algunos ejemplos de objetivos generales o genéricos son:
   - ✓ Ser el líder del mercado.
   - ✓ Incrementar las ventas.
   - ✓ Generar mayores utilidades.
   - ✓ Obtener una mayor rentabilidad.

   Dentro de los objetivos generales, se encuentra la **visión** de la empresa, que es el principal objetivo general que persigue una empresa.

b) **Objetivos específicos:** Son objetivos concretos necesarios para lograr los objetivos generales, están expresados en cantidad y tiempo, algunos ejemplos de objetivos específicos son:
   - ✓ Aumentar las ventas mensuales en un 20%.
   - ✓ Generar utilidades mensuales mayores a US$20 000 a partir del próximo año.
   - ✓ Obtener una rentabilidad anual del 25%.
   - ✓ Lograr una participación de mercado del 20% para el segundo semestre.

En ocasiones a los objetivos específicos se le conoce como metas.

De acuerdo al alcance del tiempo, los objetivos se pueden clasificar en:

a) **Objetivos de largo plazo (Estratégicos)**: Son objetivos a nivel de la organización, sirven para definir el rumbo de la empresa. Se hacen generalmente para un periodo de cinco años, y tres como mínimo. Cada objetivo estratégico requiere una serie de objetivos tácticos.

b) **Objetivos de mediano plazo (Tácticos):** Son objetivos a nivel de áreas o departamentos, se establecen en función de los objetivos estratégicos. Se hacen generalmente para un periodo de uno a tres años. Cada objetivo táctico requiere una serie de objetivos operacionales.

c) **Objetivos de corto plazo (Operacionales):** Son objetivos a nivel de operaciones, se establecen en función de los objetivos tácticos. Se hacen generalmente para un plazo no mayor de un año.

METAS

Sin duda, para el éxito de cualquier empresa es fundamental establecer metas, especialmente para aquellos empresarios que podrían distraerse en el camino hacia el éxito.

En palabras simples, las metas dirigen las acciones y le proporcionan un objetivo. Adicionalmente, sirven para medir el éxito de su empresa. De acuerdo con esto, la manera de enfocar el establecimiento de metas será determinante para lograr las metas propuestas por cada empresario.

Muchos concuerdan en que las metas son importantes, sin embargo, pocas personas escriben sus metas o tienen planes de acción que les permitan conseguirlas.

Por esto, recuerde que establecer metas es cada vez más fácil, ya que cuando haya establecido metas y las haya logrado, se sentirá impulsado a establecer aún más.

Existen una serie de sugerencias y consejos que aparecen a continuación, que le ayudarán a establecer sus metas.

Establezca metas a corto y a largo plazo. Una buena forma de comenzar, es establecer metas mensuales, trimestrales, anuales y hasta metas a 3 años o a 5 años. Una buena forma de generar metas a corto plazo es tener en cuenta las metas a largo plazo.

Por ejemplo, ¿Desea ganar alguna cantidad determinada o desea tener un número determinado de clientes antes de un momento en particular? En caso de que este proceso le cueste o no consiga fijar de manera clara e inmediata las metas, tómese unos minutos y piense sobre la meta profesional que desearía lograr.

Apreciado aprendiz es momento de contextualizar los conocimientos necesarios sobre La Empresa y su planeación estratégica, la cual debe involucrar tanto al cliente interno como externo, donde la administración del talento humano está relacionada con la planeación, organización, desarrollo y coordinación y el control establecido para promover el desempeño eficiente del personal, lo cual le permitirá dar cumplimiento al objetivo de su proyecto formativo “Creación de una empresa didáctica para aplicar criterios de reconocimiento y medición de los hechos económicos.” .

ACTIVIDAD DE TRANSFERENCIA

De acuerdo a la actividad **"Proceso Legal y Administrativo en la Constitución de una Empresa"** Cada grupo a partir del **"proceso legal y administrativo en la constitución de la unidad didáctica creada"** realizara la aplicación con la siguiente información:

1. Reseña histórica de la organización
2. Razón Social
3. Objeto Social
4. **Clasificación Actividad Económica**
    a) Según su objetivo
    b) Según el sector económico y actividad económica
    c) Según la procedencia del capital
    d) Según su tamaño
    e) Según su forma jurídica
5. Imagen Corporativa (Logo) y Slogan
6. Planeación Estratégica (Misión, Visión, Valores corporativos)
7. Objetivos Generales y Específicos
8. Objetivos Estratégicos, Tácticos y Operacionales
9. Política de Responsabilidad Social
10. Política del Desarrollo Humano
11. Política Comercial
12. Portafolio de Productos y Servicios
13. Estrategias para la fidelización de clientes.

Como evidencia realice una presentación en la herramienta ofimática que elija el grupo, la cual será socializada en el ambiente de formación.

Estrategias: (Didácticas activas)

- ✓ Lectura compresiva
- ✓ Taller práctico
- ✓ Juego de Roles

Tiempo invertido en el desarrollo de la actividad 10 horas (5 horas de trabajo presencial- 5 horas de trabajo autónomo

Martin Adolfo Alegría
Instructor Red Administrativa y financiera.