COMPETENCIA.

RECONOCER RECURSOS FINANCIEROS DE ACUERDO CON METODOLOGÍA Y NORMATIVA.

RESULTADO DE APRENDIZAJE:

IDENTIFICAR LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL, NORMATIVA LABORAL, COMERCIAL, CONTABLE FINANCIERA Y TRIBUTARIA, DE ACUERDO CON EL TIPO DE ORGANIZACIÓN.

¿Qué es una Empresa? Definición y Elementos Claves

•Es una organización creada para producir bienes o servicios con el objetivo de satisfacer necesidades y obtener ganancias. Utilizando recursos materiales, financieros y humanos.

•Las Empresas son una fuente importante de empleo, proporcionando oportunidades laborales y contribuyendo al desarrollo socioeconómico de una región.



Características principales de una empresa

- Puede ser público, privado, mixtas.
- Busca generar valor y contribuir a la economía.
- Tiene una estructura organizada (recursos humanos, materiales y financieros).
- Busca un beneficio económico (utilidades), aunque también existen empresas sin fines de lucro.
- Opera en un mercado (local, nacional o internacional).
- Asume riesgos (económicos, legales, competitivos).



Diferencias entre Bienes y Servicios en una Empresa

a) Bienes:

•Son productos físicos y tangibles que pueden tocarse, almacenarse y transportarse.

•Ejemplos: Un teléfono móvil, un libro, una camiseta, una computadora.

b) Servicios:

•Son actividades intangibles que satisfacen necesidades o deseos, pero no resultan en la propiedad de algo físico.

•Ejemplos: Educación (esta clase), corte de cabello, servicios bancarios, reparación de un auto.

Diferencias Clave (Cuadro Comparativo)

Característica	Bienes	Servicios
Tangibilidad	Físicos (se pueden tocar).	Intangibles (no se pueden tocar).
Almacenamiento	Pueden guardarse en inventario.	No se pueden almacenar.
Producción y Consumo	Producidos primero, consumidos después.	Producidos y consumidos al mismo tiempo (ej: un concierto).
Calidad	Más fácil de estandarizar.	Varía según quien los provea (ej: un profesor vs. otro).
Ejemplos de Empresas	Apple (iPhone), Nike (zapatillas).	Netflix (streaming), Clínica médica.

Importancia para las Empresas

Bienes: Requieren inversión en materia prima, producción y logística.

Servicios: Dependen de habilidades humanas, tecnología y experiencia del cliente.





"¿Cómo creen que la pandemia afectó más: a empresas de bienes o de servicios? ¿Por qué?"

Clasificación de las empresas según su tamaño:

- **Microempresa** : Menos de 10 empleados.
- **Pequeña empresa** : Entre 10 y 50 empleados.
- **Mediana empresa** : Entre 51 y 250 empleados.
- **Gran empresa** : Más de 250 empleados.



Clasificación de las empresas según su Propiedad:

- **Privadas:** Propiedad de particulares o empresas
- **Públicas**: Administradas por el estado.
- **Mixtas**: Combinan inversión pública y privada.



Tipos de Sectores Económicos

Qué son los Sectores económicos: Agrupan las actividades económicas por su naturaleza.

Clasificación principal:

- **Sector Primario:** Actividades que obtienen recursos directamente de la naturaleza.
- **Sector Secundario**: Actividades que transforman las materias primas en productos elaborados.
- **Sector Terciario:** Actividades que ofrecen servicios.
- **Sector Cuaternario**: Actividades basadas en el conocimiento y la información.

Sector Primario: La Base de la Economía

- Definición detallada: Producción de materias primas a partir de la explotación directa de los recursos naturales.

- Ejemplos principales:
  - Agricultura
  - Ganadería
  - Pesca
  - Minería
  - Silvicultura (Explotación Forestal)
- Importancia: Proveedor de alimentos y materias primas para otros sectores.

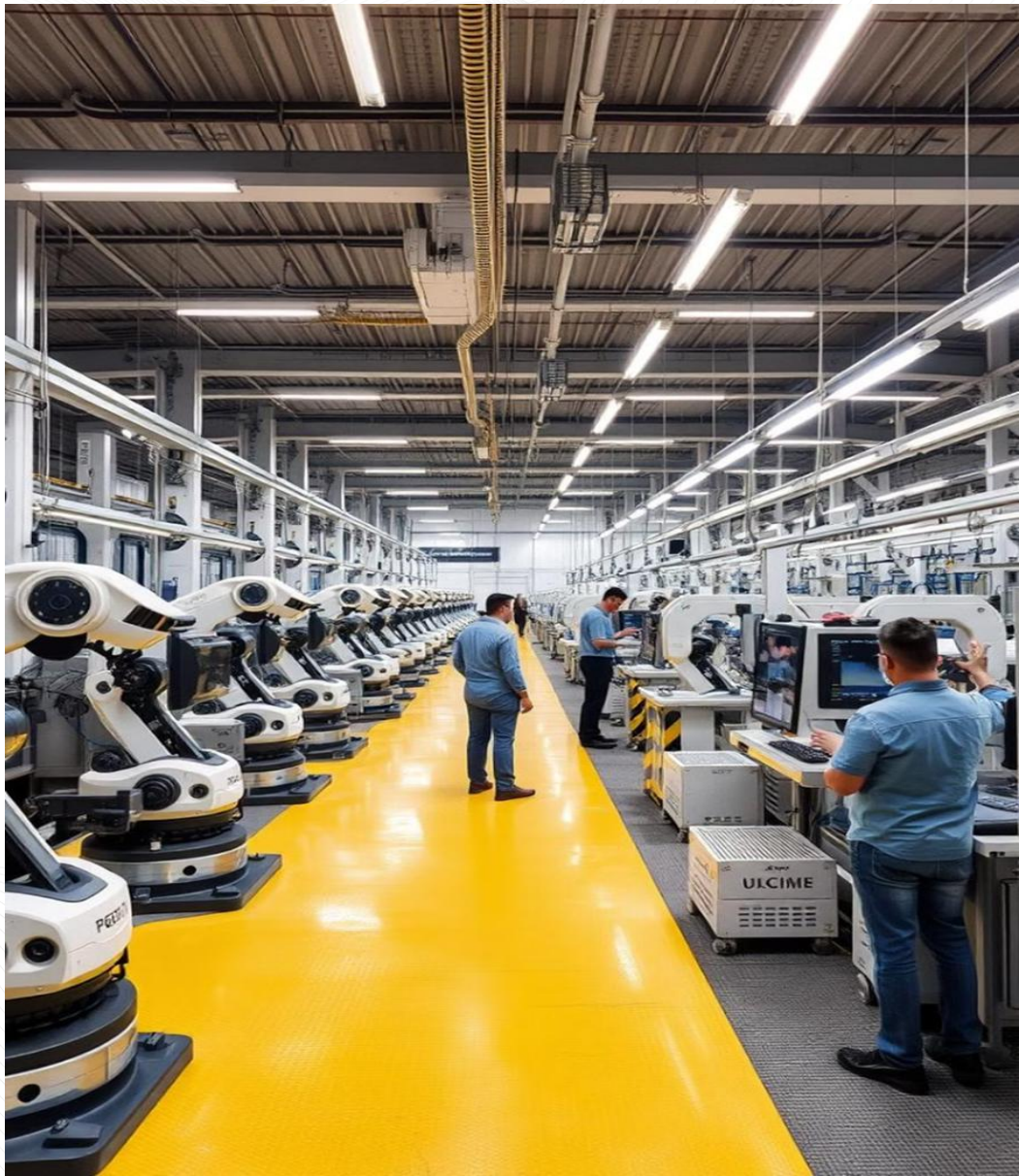


Sector Secundario: La Transformación de las Materias Primas

- Definición detallada: Transformación de las materias primas obtenidas en el sector primario en productos elaborados.

- Ejemplos principales:
  - Industria Manufacturera (Alimentos, Textil, Automotriz, etc.)
  - Construcción
  - Energía (Generación, Distribución)

- Importancia: Generador de empleo y productos con mayor valor añadido.



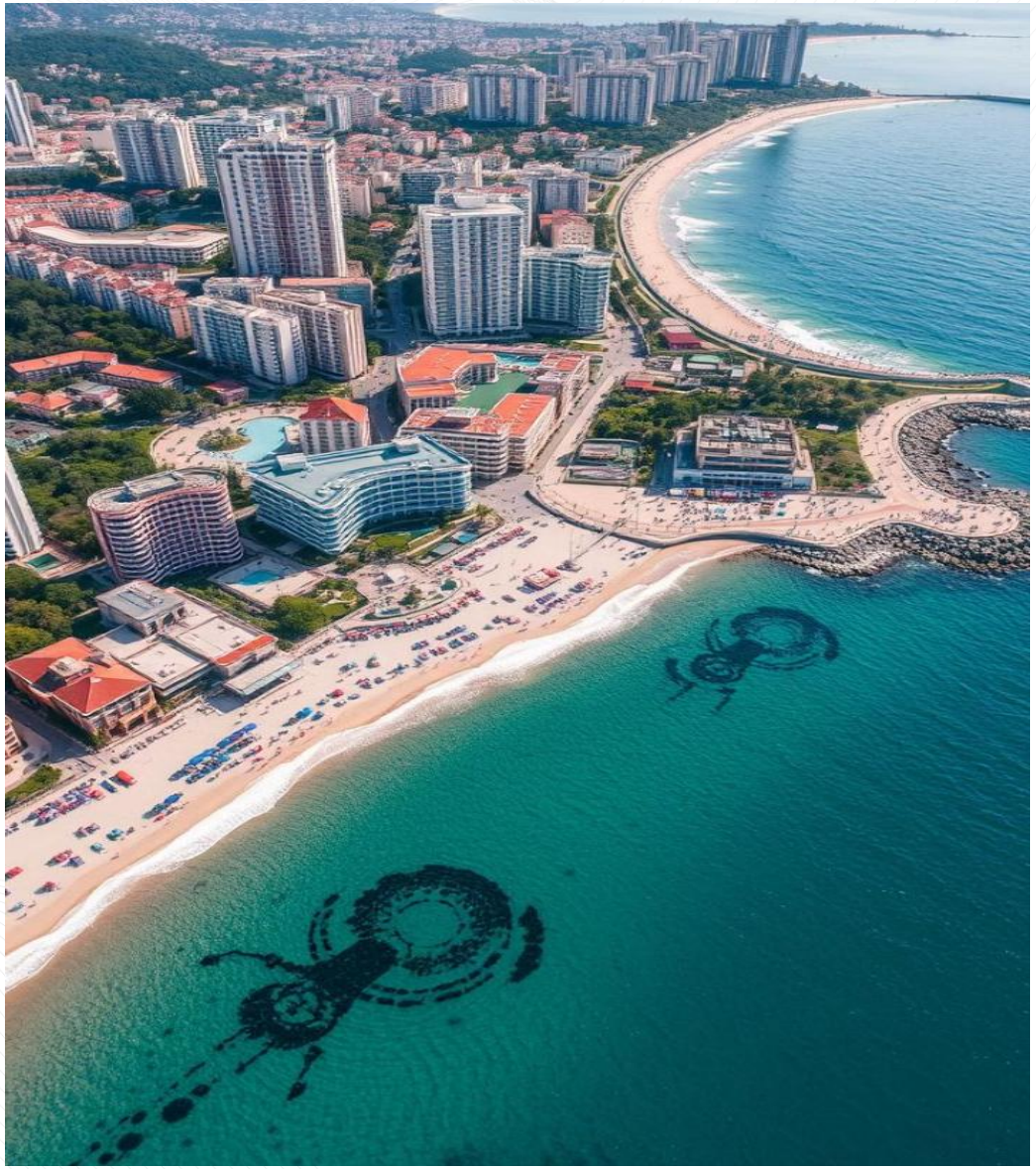
Sector Terciario: La Oferta de Servicios

•Definición detallada: Ofrecimiento de servicios a empresas y particulares. No produce bienes tangibles.

•Ejemplos principales:

- Comercio (Mayorista, Minorista)
- Transporte
- Turismo
- Educación
- Sanidad
- Servicios Financieros

•Importancia: Fundamental en las economías modernas; genera empleo y facilita el desarrollo de otros sectores.



Sector Cuaternario: Conocimiento e Información



- Definición detallada: Actividades basadas en el conocimiento y la información, incluyendo investigación, desarrollo e innovación.

- Ejemplos principales:
  - Investigación Científica
  - Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)
  - Consultoría
- Importancia: Impulsa la innovación y el desarrollo económico a largo plazo

Actividades Económicas: El Motor de la Economía

•Definición: Proceso mediante el cual las personas satisfacen sus necesidades a través de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios.



•Principales actividades económicas:

- Producción Creación de bienes (ej: fábrica de muebles).
- Distribución Transporte y comercialización (ej: cadena de supermercados).
- Consumo Adquisición de productos por parte de los usuarios finales.
- Inversión Adquirir propiedades, como edificios

Actividades Económicas: El Motor de la Economía

Sectores Económicos

Los sectores agrupan actividades según su función en la economía:

Sector	Definición	Ejemplos de Empresas
Primario	Extracción de recursos naturales.	Agricultura, minería, pesca.
Secundario	Transformación de materias primas.	Fábricas de textiles, construcción.
Terciario	Prestación de servicios.	Bancos, hospitales, turismo.

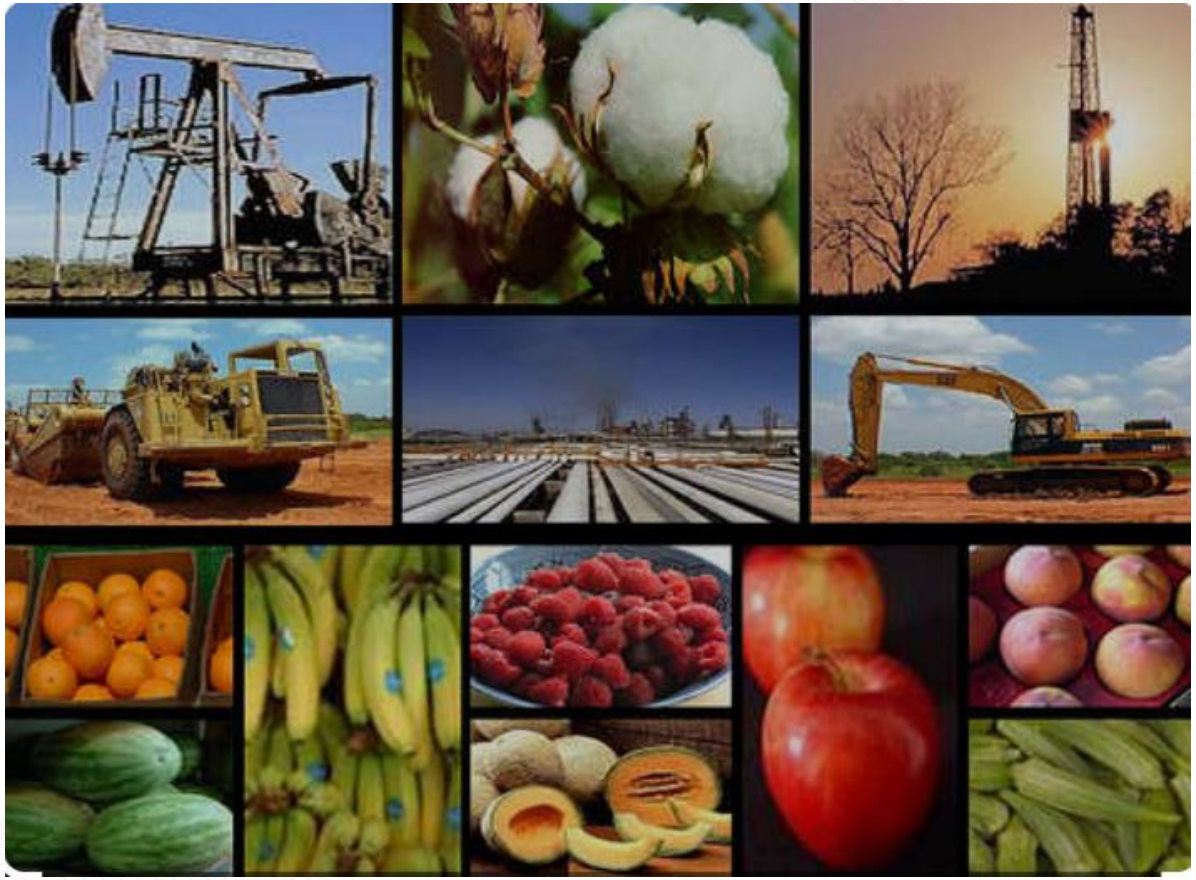
Nota: Algunos autores incluyen el **sector cuaternario** (tecnología, investigación), pero nos enfocaremos en los tres principales.

Actividades Económicas: El Motor de la Economía

Ejemplos:

- Un agricultor que siembra maíz.
- Una fábrica que produce ropa.
- Una tienda que vende celulares.
- Un restaurante que sirve comidas.
- Un médico que atiende pacientes.

¿Por qué son importantes las actividades económicas? Porque son la base de la vida diaria: gracias a ellas obtenemos alimentos, ropa, casas, servicios de salud, educación, entretenimiento… Además, ayudan a mover el dinero dentro de un país y crean empleo.



¿En dónde puedo encontrar el código de mi actividad económica (CIIU)?

1.En el RUT (Registro Único Tributario):
Cada empresa registrada formalmente en Colombia tiene un RUT donde aparece su actividad económica principal y secundaria, identificadas con un código llamado **Código CIIU**.

2.En el certificado de Cámara de Comercio:
Cuando una empresa está inscrita en la Cámara de Comercio, su certificado de existencia y representación legal describe claramente su actividad económica.

3.En la página web de la empresa:
Muchas empresas publican qué hacen en su página oficial, especialmente en la sección de “Quiénes somos” o “Servicios”.

4.Consultando en el portal de la DIAN:
La DIAN permite consultar información pública de las empresas, incluyendo su actividad económica.

5.Directamente preguntando a la empresa:
Si es una empresa pequeña o local y no encuentras la información en internet, puedes llamarlos o enviar un correo preguntando cuál es su actividad económica principal.

¿Qué es el Código CIIU?

El **Código CIIU** (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) es un número que **identifica la actividad económica que realiza una empresa o una persona**.

¿Para qué sirve?

Sirve para **clasificar** las empresas según lo que hacen, por ejemplo:

- Una empresa que cultiva café tiene un código.
- Una que fabrica zapatos tiene otro código.
- Un restaurante tiene otro diferente.

Ejemplo sencillo:

- Un supermercado puede tener el CIIU **4711** (Comercio al por menor en establecimientos no especializados).
- Un hotel puede tener el CIIU **5510** (Actividades de alojamiento en hoteles).

¿Quién usa el código CIIU?

- **La DIAN** para los impuestos.
- **Las Cámaras de Comercio** para registrar empresas.
- **El DANE** para estadísticas económicas.

Importante:

El CIIU no es inventado, **lo asigna el gobierno** basándose en una lista oficial. En Colombia, la versión actualizada es el **CIIU** (adaptada para el país).



DIAN — Formulario del Registro Único Tributario — 001

2. Concepto: 02 Actualización

4. Número de formulario: 141164652369

(415)7707212489984(8020) 000014116465236 9

5. Número de Identificación Tributaria (NIT)	6. DV	12. Dirección seccional	14. Buzón electrónico
3 4 3 2 1 1 8 3	0	Impuestos y Aduanas de Popayán 1 7	

IDENTIFICACIÓN

24. Tipo de contribuyente	25. Tipo de documento	26. Número de Identificación
Persona natural o sucesión ilíquida 2	Cédula de Ciudadanía 1 3	3 4 3 2 1 1 8 3

Lugar de expedición	28. País	29. Departamento	30. Ciudad/Municipio
COLOMBIA	1 6 9	Cauca 1 9	Popayán 0 0 1

31. Primer apellido	32. Segundo apellido	33. Primer nombre	34. Otros nombres
FERNANDEZ	GUZMAN	MARTHA	PATRICIA

35. Razón social

36. Nombre comercial — 37. Sigla

UBICACIÓN

38. País	39. Departamento	40. Ciudad/Municipio
COLOMBIA 1 6 9	Cauca 1 9	Popayán 0 0 1

41. Dirección principal: CL 78 N 19 179 CON HABITANIA POR 2 CA 8 CONJ LANDSBYG

42. Correo electrónico: patriciafernandez106@gmail.com

43. Código postal	44. Teléfono 1	45. Teléfono 2
	3 1 6 5 0 0 3 5 0 6	6 0 2 8 3 3 4 9 3 8

CLASIFICACIÓN

Actividad económica				Ocupación	
Actividad principal		Actividad secundaria		Otras actividades			
46. Código	47. Fecha inicio actividad	48. Código	49. Fecha inicio actividad	50. Código	1	2	51. Código	52. Número establecimientos
8 5 4 1	2 0 2 5 0 2 2 6							

CERTIFICADO SIN COSTO

LOGOTIPO

•Definición: Un **logotipo** (o simplemente *logo*) es un **símbolo gráfico** que representa a una marca, empresa, organización o producto. Es una parte fundamental de su **identidad visual** y ayuda a que el público lo reconozca fácilmente.

Características de logotipos:

1. **Diseño único**: Debe ser original y distintivo para diferenciarse de otras marcas.
2. **Simplicidad**: Un buen logo es fácil de recordar y reconocer, incluso en tamaños pequeños.
3. **Versatilidad**: Funciona en diferentes formatos (papel, digital, merchandising, (Estrategia de marketing que busca maximizar las ventas y mejorar la experiencia del cliente en el punto de venta, a través de la adecuada disposición, presentación y promoción de los productos).
4. **Relación con la marca**: Puede incluir elementos que reflejen los valores o actividad de la empresa (ejemplo: un árbol para una marca ecológica).

TIPOS DE LOGOTIPOS

- **Isotipo**: Solo el icono o símbolo (ejemplo: la manzana de Apple).
- **Logotipo**: Solo texto con diseño único (ejemplo: Google).
- **Isologo**: Combinación de imagen y texto (ejemplo: Burger King).

Imagotipo: Es el resultado de combinar un logotipo y un isotipo



CONCEPTOS DE LOGOTIPOS

Un isotipo **es una imagen, dibujo, símbolo o monograma que se utiliza para representar a la marca sin necesidad de texto**. no necesita ninguna otra explicación. Cuando ves esa manzana mordida, inmediatamente sabes que se refiere a Apple.



Un ejemplo de logotipo es el de **Google**. Su logotipo es simplemente su nombre, pero su composición tipográfica está diseñada de tal manera que es inmediatamente reconocible en todo el mundo. Otros ejemplos son Zara o Bershka.



CONCEPTOS DE LOGOTIPOS

El isologo es similar al imagotipo, ya que es una representación gráfica que combina elementos de un logotipo (texto) y un isotipo (imagen).
Esto significa que un isologo es un diseño más complejo y con una fuerte presencia visual, **donde el texto y la imagen se entrelazan y se refuerzan mutuamente para formar una representación única y coherente de la marca.**



Un imagotipo es el resultado de combinar un logotipo y un isotipo. Por lo tanto, **contiene tanto elementos gráficos como texto.** Sin embargo, estos **pueden separarse y funcionar de forma independiente** si es necesario.



ESLOGAN

•Definición: Un **eslogan** es una frase **corta, llamativa y fácil de recordar** que usan las empresas, marcas o campañas para transmitir un **mensaje claro y persuasivo**. Sirve para que las personas recuerden la marca y lo que representa.

✍️ **Características del eslogan**

Un buen eslogan debe ser:

1. Breve: No debe ser una frase larga, máximo 8 o 10 palabras.

2. Creativo: Tiene que llamar la atención.

3. Fácil de recordar: Que quede en la memoria de quien lo escucha.

4. Representativo: Debe reflejar la esencia de la marca o mensaje.

5. Emocional o persuasivo: Puede usar sentimientos o promesas.

Ejemplos de eslóganes famosos

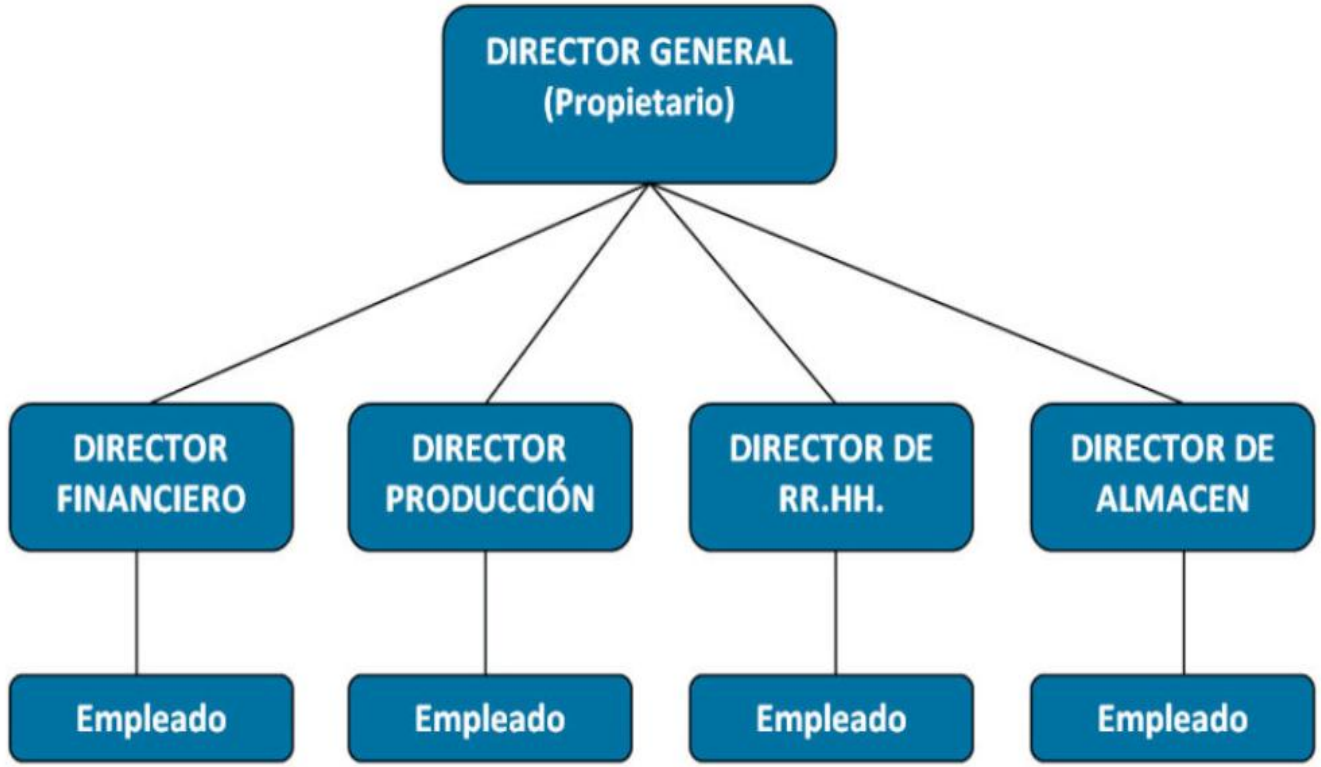
Marca	Eslogan	Que Transmite
Nike	Just do it (Simplemente hazlo)	Fomenta la acción y la superación.
McDonald’s	I’m lovin’ it (Me encanta)	Sensación de placer, alegría y satisfacción al comer en la cadena de comida rápida
Coca-Cola	Juntos para algo mejor	Asocia el producto con la energía y la alegría
Colgate	Sonrisas Brillantes, Futuros Brillantes	Importancia de la salud bucal para un futuro mejo
Alpina	Alpina por un mundo delicioso	Alegría, sabor y compromiso con la nutrición, con la esperanza de hacer del mundo un lugar mejor.
Toyota	Conduciendo hacia el mañana	Innovación y futuro.
Red Bull	Te da Alas	Energía y libertad.

ORGANIGRAMA

Un organigrama es una representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa, institución o grupo. **Sirve para mostrar cómo están organizadas las áreas o personas, y quién depende de quién.**

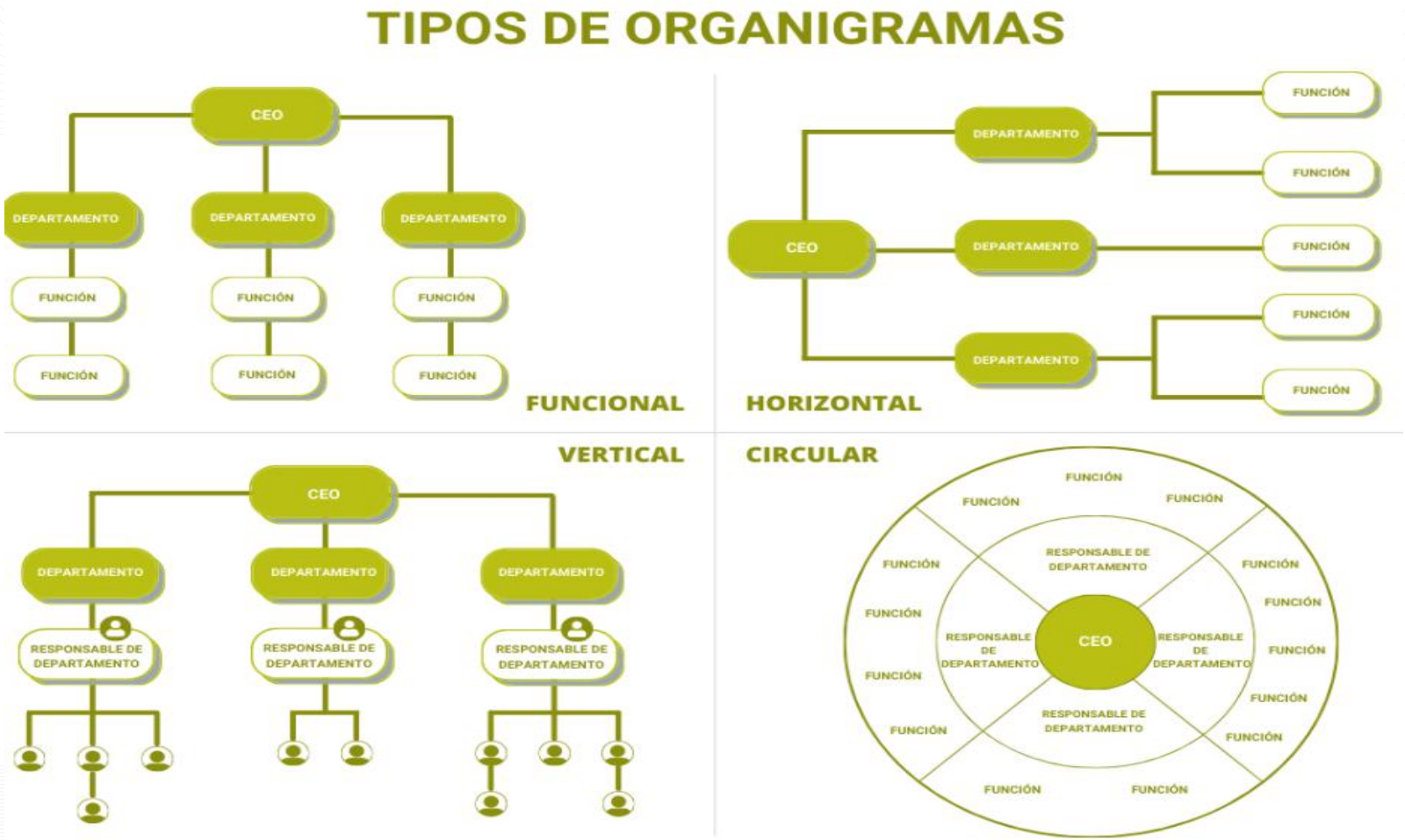
📘 **Ventajas de usar un organigrama**

- Ayuda a entender **quién hace qué**.
- Facilita la **comunicación interna**.
- Aclara los **niveles de autoridad y responsabilidad**.
- Mejora la organización del trabajo.



TIPOS DE ORGANIGRAMAS

Vertical: Muestra la jerarquía de arriba hacia abajo (el más común).
Horizontal: De izquierda a derecha.
Circular: El nivel superior está en el centro y los demás alrededor.
Mixto: Combina varios estilos según lo necesite la organización.



CONCLUSIONES

Las empresas juegan un papel fundamental en la economía, operando en diferentes sectores y desarrollando diversas actividades económicas. Conocer estos conceptos nos ayuda a entender mejor el mundo empresarial y su impacto en nuestra sociedad.

Las empresas son el motor de la economía, y entender su clasificación nos ayuda a analizar cómo funcionan los mercados



GRACIAS

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Líneas de atención al ciudadano, empresarios y PQRS:
Bogotá: +(57) 601 736 60 60
Línea gratuita resto del país: 018000 91 02 70
Línea nacional: +(57) 601 546 15 00