

PROGRAMA FORTALECIMIENTO COMUNA 9- BUENOS AIRES

Álvaro Javier Correa Vélez¹
Laura Catalina Cifuentes Monroy²
Jorge Alexander Gómez Mazo³



¹ Economista de la Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAUULA) , Decano Actual de la Facultad de Economía de la misma institución y Especialista en Finanzas, Preparación y Evaluación de Proyectos de la Universidad de Antioquia (U de A). Correo electrónico: alvaro.correa@medellin.gov.co

² Estudiante de quinto año de la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAUULA), Asesora del consultorio empresarial Pymempresa Global (PYGLO) de las Facultades de Ingenierías y Economía.
Correo electrónico: lauracatalinacm@hotmail.com

³ Estudiante de quinto año de la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAUULA), Asesor del consultorio empresarial Pymempresa Global (PYGLO) de las Facultades de Ingenierías y Economía.
Correo electrónico: jgomezmazo@yahoo.es

PROGRAMA FORTALECIMIENTO COMUNA 9- BUENOS AIRES

RESUMEN

Este proceso se desarrolló en el marco del programa de planeación y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín, que busca ampliar y profundizar la participación democrática de la ciudadanía en el desarrollo de sus comunidades y de paso fortalecer la transparencia en la gestión de los recursos municipales.

Cada modulo busca identificar elementos básicos para determinar la situación actual de la empresa.

La segunda parte trata específicamente sobre el Plan de Fortalecimiento en el que se hace alusión a los seis (6) tipos de relaciones que como empresario se establece con: El Estado, los clientes, los proveedores, las personas que prestan su fuerza de trabajo, las personas que forman la Empresa y la relación con los bienes de la Empresa. Finalmente, se presenta el plan de acción del fortalecimiento.

Palabras claves: Responsabilidad Social, Predios, Rentabilidad, Comuna.

PROGRAM FOR STRENGTHENING OF THE 9TH CITY DISTRICT - BUENOS AIRES NEIGHBORHOOD

ABSTRACT

This process developed in the frame of the program of planning and Participative Budget of the Medellín's Mayor's Office, which seeks to extend and to deepen the democratic participation of the citizens in the development of their communities and on the way to strengthen the transparency in the management of the municipal resources.

Every module seeks to identify basic elements to determine the current situation of the company.

The second part talks specifically about the Plan of Strengthening in the one that mentions the six (6) types of relationships that as businessman are established with: The State, the clients, the suppliers, the persons who give their workforce, the persons who make up the company and the relationship with the goods of the company. Finally, the action plan of the strengthening is presented.

Key words: Social responsibility, Lands, Profitability, City District.

Introducción

El Departamento de Proyección, atendiendo la invitación realizada por la Universidad Autónoma Latinoamericana, como cooperante del Municipio de Medellín, en la administración de los recursos de Presupuesto Participativo de la comuna 9 –Buenos Aires-, realizó 30 planes de fortalecimiento, su unidad productiva es una de ellas.

La población objeto de estudio fueron los predios de la Comuna 9 que se encuentran con dirección definida según Planeación del Municipio de Medellín. El número de predios censados es de 19344. La Comuna 9 se encuentra conformada por 17 barrios así: Caicedo, Alejandro Echevarria, Miraflores, Buenos Aires, Génova, El Salvador, La Milagrosa, Loreto, La Asomadera #1, La Asomadera #2, La Asomadera #3, Cataluña, Cerros del Vergel, Bombona #2, Barrios de Jesús, Ocho de Marzo y Juan Pablo II.

FORTALECIMIENTO COMUNA 9

Este proceso se desarrolló en el marco del programa de planeación y Presupuesto Participativo de la Alcaldía de Medellín, que busca ampliar y profundizar la participación democrática de la ciudadanía en el desarrollo de sus comunidades y de paso fortalecer la transparencia en la gestión de los recursos municipales.

Para tal efecto la Universidad Autónoma Latinoamericana designó un grupo interdisciplinario de profesionales quienes con su experiencia y conocimiento le aportaron elementos esenciales que deben aplicarse a su Unidad como una forma de contribuir a su mejoramiento y a la toma de decisiones acertadas.

Para realizar el diagnóstico se utilizó una encuesta dirigida al sector cultural dicho documento contiene preguntas que hacen refe-

rencia a las siguientes áreas: Administración, producción, operaciones, mercadeo, ventas, calidad, finanzas, gestión tecnológica, sistemas de información, aspecto social y legal. Cada módulo busca identificar elementos básicos para determinar la situación actual de la empresa.

Basados en los resultados obtenidos se registra la valoración por cada área en porcentajes, lo que indica el grado a que se lleva cada actividad en términos de: conocimiento, documentación, aplicación y control.

Para ordenar sus ideas, esfuerzos y bienes es importante que se piense y observe la forma como la sociedad (el Estado) ha regulado, mediante normas, las acciones económicas que emprende y aquellas que en el futuro cercano desarrollará.

Entonces se dice que su empresa es socialmente responsable cuando las actividades que realiza se orientan a la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus miembros, de sus clientes, de la sociedad en general y de quienes se benefician de su actividad, así como también, al cuidado y preservación del entorno social y ambiental en el que se desenvuelve.

Partiendo del deber moral, ético y social que tenemos con nosotros mismos y con las demás personas, puede decirse que Responsabilidad Social es:

“La capacidad de respuesta que tiene una empresa o una entidad, frente a los efectos e implicaciones de sus acciones sobre los diferentes grupos con los que se relaciona”¹.

Es importante que como empresarios se mantenga actualizados, por esta razón se les recomienda buscar en las diferentes instituciones de educación formal (universidades, tecnológicos), y de educación no formal (centros de capacitación para microempresarios),

¹ Tomado de la Página Web: www.ccre.org.co

el Sena, las cajas de compensación familiar, aquellos cursos, diplomados, seminarios y conferencias que le ayuden a actualizarse y a ser cada día mejor.

Para facilitar la labor empresarial es muy importante que se piense en actualizarse en el manejo de nuevas tecnologías de información. Para ello requiere adquirir para la unidad productiva al menos un equipo de computo que permita almacenar bases de datos de clientes, proveedores y empresas con las que puede realizar alianzas. Igualmente puede tener a mano los formatos de los diferentes contratos, cartas y demás comunicaciones y textos necesarios en el buen desempeño de un negocio.

En el mundo actual tener una cuenta de correo electrónico y acceso a la Internet son una necesidad para todo empresario, puesto que a través de estos medios se pueden ampliar y agilizar las comunicaciones, lo que hace que se puedan mejorar los servicios y por tanto la posición su empresa en el mercado. Aproveche todas las herramientas que le ofrece el Internet, como Messenger, Chat, correo electrónico para aplicarlas en beneficio de su negocio, por ejemplo haciendo publicidad, enviando listas de productos y servicios a través del correo, recibiendo y haciendo pedidos a través de los Chat y del correo electrónico.

La tecnología de telefonía celular se ha impuesto con muy buena acogida en el mercado, a tal punto que casi todas las personas hoy cuentan con un teléfono móvil. Esto hace que este medio de comunicación se pueda convertir en un medio para agilizar sus servicios y para acercar más a sus clientes.

El Plan es una guía de consulta dividida en cuatro partes: la primera, hace referencia al diagnóstico el cual, con las respuestas dadas al cuestionario de preguntas en las diversas áreas de la empresa, se ayudó a construir la matriz DOFA para señalar las debilidades,

oportunidades, fortalezas y amenazas de su unidad productiva y el Mapa de Competitividad que muestra las áreas que deben ser objeto de fortalecimiento de forma inmediata. La segunda parte trata específicamente sobre el Plan de Fortalecimiento en el que se hace alusión a los seis (6) tipos de relaciones que como empresario se establece con: El Estado, los clientes, los proveedores, las personas que prestan su fuerza de trabajo, las personas que forman la Empresa y la relación con los bienes de la Empresa. En cada una de éstas están contemplados todos los aspectos por mejorar en la Empresa, se hacen recomendaciones, se explican los procedimientos, las estrategias y las acciones que se deben emprender. En esta parte también se hace alusión a un tema que cada vez se torna de mayor importancia, la Responsabilidad Social Empresarial e igualmente, se plantea la Asociatividad como alternativa de desarrollo grupal. Finalmente, se presenta el plan de acción del fortalecimiento.

Este fortalecimiento se realizó con el apoyo informativo brindado principalmente por los empresarios de la comuna 9 y por la Superintendencia de Industria y Comercio, la Cámara de Comercio de Medellín, la Secretaría del Senado de Colombia y de Incubar Colombia a través de sus instalaciones y sus sitios Web; también fueron consultados los códigos Laboral, Civil y Comercial de nuestra República y planes de fortalecimiento realizados por el Departamento de Proyección de la universidad autónoma Latinoamericana 2006-2007.

CONCLUSIONES

No debemos echar en saco roto lo mencionado con antelación por eso debemos leer y evaluar constantemente el plan de fortalecimiento, miremos cuáles estrategias han dado mejor resultado, cuáles no ha aplicado y creemos nuevas estrategias y escribámoslas

para controlarlas. Recordemos que ésta es nuestra carta de navegación de ahora en adelante y que el éxito de nuestra empresa está en la adecuada aplicación de éste.

Consigamos un programa que le permita evaluar los métodos y tiempos de producción o de prestación del servicio y mejorar así sus niveles de eficiencia, que se verán reflejados en mayores ganancias y rentabilidad para su empresa.

El éxito empresarial, depende siempre de su capacidad como empresario para identificar y realizar oportuna, adecuada, eficiente y rentablemente las oportunidades del momento. Para esto es necesario siempre mejorarse a si mismo y realizar mejor la labor empresarial transformando las debilidades en fortalezas y los desafíos en oportunidades.

BIBLIOGRAFIA

www.ccre.org.co

<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

<http://www.promonegocios.net/mercado-tecnia/producto-definicion-concepto.html>

<http://www.scribd.com/doc/208385/Comuna>

<http://es.mimi.hu/economia/empleo.html>

<http://www.promonegocios.net/mercado-tecnia/producto-definicion-concepto.html>

http://ingenieria.uniandes.edu.co/cifi/Proyectos/definicion_proyecto.php