

UNIVERSIDAD ANDINA SIMON BOLIVAR
MAESTRIA EN DERECHO ECONÓMICO



PROYECTO DE INNOVACIÓN PROFESIONAL

“DISEÑO Y APLICACIÓN DEL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE INGENIERÍA COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD LA SALLE”

PRESENTADA PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAESTRIA EN DERECHO ECONÓMICO

Postulante: Christian Fabián Daza Cainzo

Docente tutor: Msc. Mary Villena Almendras

LA PAZ – BOLIVIA

2011

DEDICATORIA

A todas las personas que me acompañaron en mi crecimiento personal y me ayudan día a día con su ejemplo y amor a ser mejor persona y profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, porque nada en este mundo se mueve ni ocurre si no es su voluntad.

A la Universidad Andina Simón Bolívar, por haber abierto sus puertas para continuar mi formación como profesional.

RESÚMEN

El presente proyecto de innovación profesional versa acerca de cómo se desarrolló y ejecutó el programa de contenidos de la asignatura de Derecho Comercial en las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle.

Para fundamentar esta investigación se tomó en cuenta la corriente pedagógica del constructivismo, el aporte de ésta se ve reflejada en las medidas de gestión para solucionar el problema identificado, además se presentan contenidos vinculados al Derecho Comercial.

Por otra parte se presentan los resultados de la medida de gestión que se ejecutó en la Carrera de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle en la asignatura de Derecho Comercial, así también el respaldo del desarrollo del proyecto.

Finalmente se presentan las conclusiones del programa de contenidos de la asignatura de Derecho Comercial en las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle.

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	10
1. PRESENTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.....	10
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN.....	10
UBICACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.....	10
TIPO DE ACTIVIDAD.....	10
MISIÓN.....	10
VISIÓN.....	11
CARACTERÍSTICAS DE LA INSTITUCIÓN.....	12
FUENTE DE INGRESO DE LA INSTITUCIÓN.....	12
ORGANIGRAMA DE LA INSTITUCIÓN.....	12
2. PROBLEMA DETECTADO.....	13
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN.....	18
RELEVANCIA.....	18
APORTE TEÓRICO.....	19
APORTE METODOLÓGICO.....	19
VIABILIDAD.....	20
4. OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN.....	20
4.1. OBJETIVO GENERAL.....	20
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
5. MÉTODO.....	21
MÉTODO DEDUCTIVO.....	21
MÉTODO ANALÍTICO.....	22
6. MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL.....	22
6.1. EL DERECHO COMERCIAL.....	22
6.2. EL DERECHO COMERCIAL DESDE EL PUNTO DE VISTA OBJETIVO Y SUBJETIVO.....	24
6.3. FUENTES DEL DERECHO COMERCIAL.....	26
CÓDIGO DE COMERCIO.....	26
USOS COMERCIALES.....	26
JURISPRUDENCIA.....	27
DOCTRINA COMERCIAL.....	27
6.4. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL EN LA UNIVERSIDAD LA SALLE.....	27
EL ACTO DE COMERCIO.....	28
DE LOS AUXILIARES DE COMERCIO.....	29
SOCIEDADES COMERCIALES.....	31
CONJUNTO DE PERSONAS.....	32
APORTES.....	33
ACTIVIDAD COMERCIAL.....	33
DISTRIBUCIÓN.....	34
TÍTULOS VALORES.....	34
CONTRATOS COMERCIALES.....	35
6.5. LA IMPORTANCIA DEL DERECHO COMERCIAL EN EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE EN LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA.....	36
6.5.1. ASPECTOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL.....	37

6.5.2. ASPECTOS ADICIONALES DE LA MATERIA DE DERECHO COMERCIAL.....	41
6.6. ELEMENTOS DEL PROGRAMA DE ASIGNATURA.....	43
A). OBJETIVO.....	43
B). CONTENIDOS.....	44
C). ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS.....	45
D). RECURSOS MATERIALES Y DIDÁCTICOS.....	47
E). EVALUACIÓN.....	47
7. MEDIDAS DE GESTIÓN PARA SOLUCIONAR EL PROBLEMA DETECTADO.....	48
7.1. ASPECTOS GENERALES.....	48
A). NOMBRE DEL PROYECTO.....	48
B). ANÁLISIS DE NECESIDADES.....	49
7.1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	49
A). OBJETIVO GENERAL.....	49
B). OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	49
7.1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	50
7.2. DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INNOVACIÓN QUE SE QUISO LOGRAR.....	51
7.3. FASES DEL PROYECTO.....	51
1º FASE: COMUNICACIÓN Y GESTIÓN.....	51
2º FASE: EJECUCIÓN.....	52
OBJETIVOS Y CONTENIDOS MÍNIMOS.....	53
ESTABLECIDOS POR LA UNIVERSIDAD LA SALLE	
A). OBJETIVO.....	53
B). CONTENIDOS MÍNIMOS	53
OBJETIVOS Y PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL PARA LAS CARRERAS DE INGENIERÍA COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD LA SALLE.....	54
A). OBJETIVO GENERAL.....	55
B). OBJETIVOS BÁSICOS.....	55
C). OBJETIVOS ADICIONALES.....	56
PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL	
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL.....	57
CAPÍTULO 2: EL ACTO DE COMERCIO.....	59
CAPÍTULO 3: DE LOS AUXILIARES DE COMERCIO.....	61
CAPÍTULO 4: SOCIEDADES COMERCIALES. ASPECTOS GENERALES.....	63
CAPÍTULO 5: SOCIEDADES COMERCIALES PERSONALES.....	65
CAPÍTULO 6: SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.....	67
CAPÍTULO 7: SOCIEDAD ANÓNIMA. PARTE 1.....	69
CAPÍTULO 8: SOCIEDAD ANÓNIMA. PARTE 2.....	71
CAPÍTULO 9: SOCIEDADES EN COMANDITA POR ACCIONES, SOCIEDADES MIXTAS Y SOCIEDADES CONSTITUIDAS EN EL EXTRANJERO.....	73
CAPÍTULO 10: REORGANIZACIÓN SOCIETARIA, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE SOCIEDADES.....	75
CAPÍTULO 11: EMPRESA MERCANTIL.....	77
CAPÍTULO 12: TÍTULOS VALORES. PARTE 1.....	79
CAPÍTULO 13: TÍTULOS VALORES. PARTE 2.....	81
CAPÍTULO 14: CONTRATOS COMERCIALES.....	83
3º FASE: EVALUACIÓN.....	86

ENCARGADA DE LA COORDINACIÓN DEL PROGRAMA86	
ESTUDIANTES QUE CURSARON LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL86	
DEL ANÁLISIS REALIZADO.....	87
8. RESULTADOS.....	89
UNIVERSIDAD.....	89
DOCENTE.....	89
ESTUDIANTES.....	90
9. CONCLUSIONES.....	90
OBJETIVO ESPECÍFICO Nº 1.....	90
OBJETIVO ESPECÍFICO Nº 2.....	91
OBJETIVO ESPECÍFICO Nº 3.....	92
CONCLUSIONES A PARTIR DEL OBJETIVO GENERAL.....	95
REFERENCIAS.....	99
ANEXO.....	102

INTRODUCCIÓN

Una de las demandas de la sociedad boliviana es que la Educación Superior oferte profesionales con una formación académica de calidad que sean capaces de solucionar problemas y promover proyectos innovadores, siendo la Universidad La Salle, una de estas instituciones de formación profesional que está empeñada en lograr este objetivo.

Por lo que, en esta oportunidad, se realizó un proyecto de innovación profesional basado en la elaboración y aplicación de un programa en la asignatura de Derecho Comercial, con el fin de dar respuestas satisfactorias a las demandas de la sociedad.

El proyecto tomó en cuenta en primer lugar la presentación de la institución donde se explica la organización, estructura, misión y visión de la Universidad La Salle en Bolivia. Por otra parte, se presenta el análisis del problema detectado que se refleja en la elaboración del programa de la asignatura de Derecho Comercial, cuyos beneficiarios son los estudiantes de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública. Además, se presenta la justificación del proyecto de innovación profesional en la asignatura de Derecho Comercial en las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle que permite comprender su pertinencia, viabilidad y aporte a la investigación científica.

También contiene el objetivo general y objetivos específicos, el primero que posibilita comprender el alcance de la investigación, los segundos que permiten el logro del primero, además se presenta el método.

Por otra parte, se desarrolla el marco de referencia conceptual, el cual sirvió de respaldo al proyecto de innovación profesional, porque se tomó en cuenta el fundamento teórico y características del fenómeno investigado.

También se presenta la medida de gestión para solucionar el problema detectado, traducida en el programa de contenidos de la asignatura de Derecho Comercial en la Carrera de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle. Una vez presentada la medida de gestión para solucionar el problema, siendo este el programa de contenidos de la asignatura de Derecho Comercial en las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle, también corresponde presentar los resultados obtenidos de su aplicación.

Finalmente el proyecto cuenta con la elaboración aplicación del programa en tres fases que fueron elaborada tomando en cuenta los objetivos, y desde luego se presentan las referencias.

1. PRESENTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

a) Nombre de la institución

Universidad La Salle en Bolivia

b) Ubicación de la institución

La Universidad La Salle está ubicada en el Departamento de La Paz, provincia Murillo, en la Ciudad de La Paz, Bolognia, Avenida Jorge Carrasco S/N y la ciudad de El Alto, en la zona de Villa Adela, Plaza de la Cruz, Radio San Gabriel.

c) Tipo de actividad

La Universidad La Salle desarrolla actividades vinculadas a la Educación Superior en Pre-grado. En tal sentido cuenta entre su oferta académica con las carreras de Licenciatura en Educación, Derecho, Psicología, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

d) Misión

La misión de la Universidad La Salle es la “formación integral de profesionales, orientados hacia la indagación de la verdad para la

transformación social y productiva de Bolivia en un marco de equidad y justicia social”.

e) Visión

La Universidad La Salle busca llegar a ser reconocida, nacional e internacionalmente, tomando en cuenta los siguientes criterios respecto a su visión:

Formar profesionales de excelencia académica y humana.

Su plantel docente, de sólida formación profesional y comprometido con la filosofía educativa lasallista.

Su estrecho vínculo con la sociedad boliviana a través de sus actividades de interacción social e investigación.

Su contribución a la democratización de la educación como instrumento de desarrollo personal y de la comunidad.

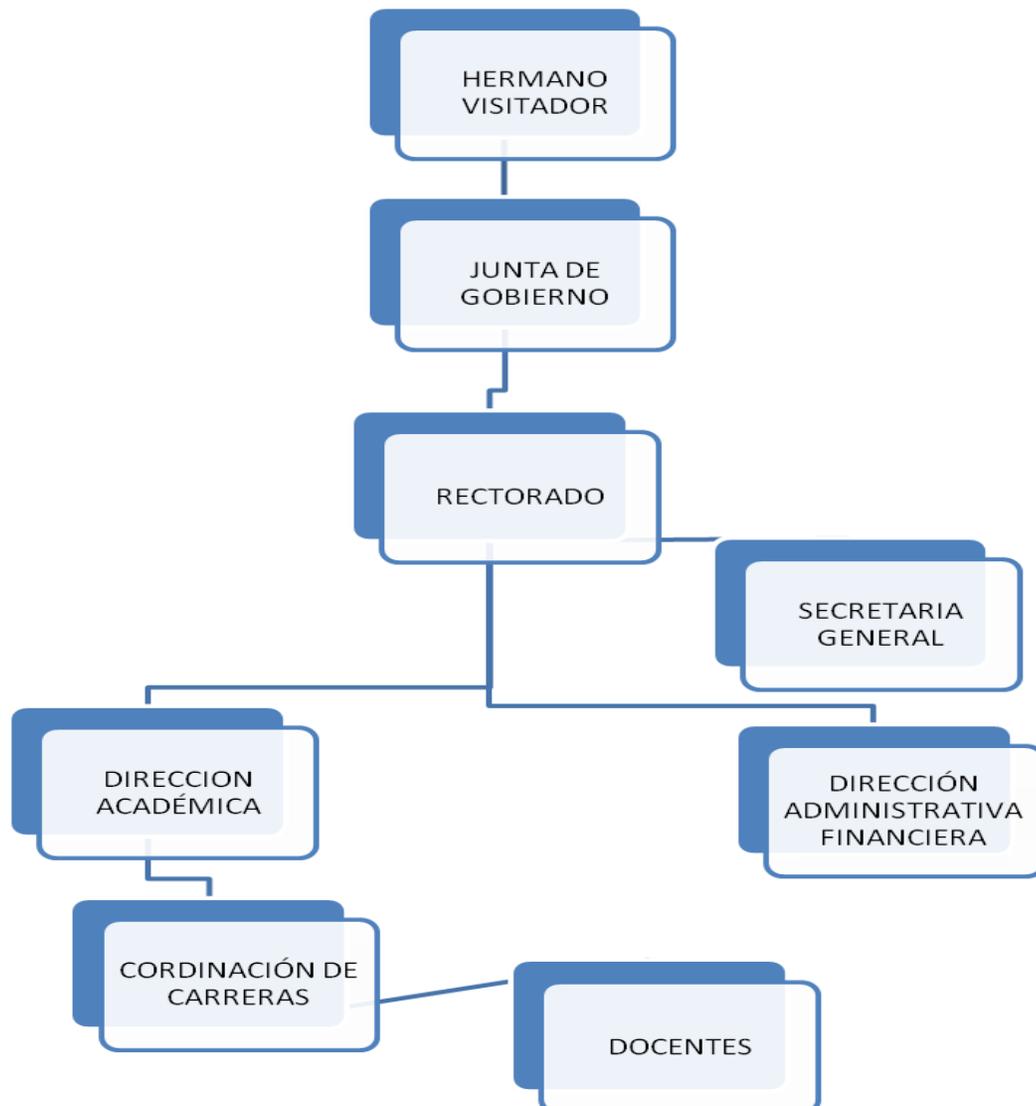
f) Características de la institución

Esta Universidad cuenta con una inspiración Católica, perteneciente a la Comunidad de los Hermanos de La Salle.

g) Fuente de ingreso de la institución

La Universidad La Salle cuenta respecto a sus ingresos solamente con el pago de las mensualidades de los estudiantes.

h) Organigrama de la institución



2. PROBLEMA DETECTADO

En el marco del proceso enseñanza – aprendizaje, en la formación de los estudiantes de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle, para el presente proyecto de innovación profesional de estas carreras se tomó en cuenta que en su malla curricular, cursaban en un primer semestre la asignatura de Introducción al Derecho y en el segundo semestre estaba asignada la materia de Derecho Comercial, la misma, contaba con un objetivo y algunos contenidos mínimos curriculares elementales, no acordes a la complejidad e importancia de la materia. Al cual indudablemente no se le podía llamar “programa” y consecuentemente iba a influir negativamente en la buena formación de estos futuros profesionales.

Esta realidad se tornó en un gran desafío para mi persona, porque el Derecho Comercial es una disciplina técnica en cuanto a su contenido y los estudiantes al ser protagonistas del aprendizaje de esta disciplina tenían el derecho de recibir una buena formación en este campo jurídico ligado a sus carreras.

En este sentido, para una mejor comprensión del problema identificado, fue necesario tomar en cuenta la delimitación temática temporal y espacial, las cuales se desarrollan a continuación.

Con relación a la delimitación temática, se consideró al Derecho Comercial que pertenece de manera directa al Derecho Económico, puesto que en

su contenido se sientan las bases de la organización de los sujetos de la actividad económica de un Estado (fundamentalmente los comerciantes, industriales y de servicios), adicionalmente regula los principales documentos jurídicos que se emplean en la actividad económica.

La relación existente entre Derecho Comercial y Economía y por ende también con el Derecho Económico es sumamente importante, conforme a lo establecido en el Manual de Derecho Mercantil de Manuel Broseta Pont que indica que toda la evolución de esta rama del Derecho está referida necesariamente a los factores económicos que influyeron en el cambio de la sociedad de alguna manera y directamente sobre la legislación y/o regulación comercial vigente en cada época histórica.

La íntima vinculación entre Derecho Económico y Derecho Comercial puede entenderse tomando en cuenta lo establecido por Alfonso Insuela Pereira, citado por Witker en su obra Introducción al Derecho Económico, el Derecho Económico significa: “el complejo de normas que regulan la acción del Estado sobre las estructuras del sistema económico y las relaciones entre los agentes de la economía.”, si se entiende que los agentes de la economía se encuentran representados desde el punto de vista jurídico formal por el Estado y los comerciantes, se observa una estrecha relación y pertenencia entre el Derecho Económico y el Derecho Comercial.

Por ende, la formación en la maestría de Derecho Económico fue fundamental porque se pudo aplicar los conocimientos adquiridos de principios o nociones básicas de Economía para entender el enfoque de

pensamiento de los estudiantes (formados en ésta ciencia social) y también la aplicación de muchos de los institutos del Derecho Económico como ser el Derecho Bancario, la contratación comercial y otras ramas especiales del Derecho Económico.

Respecto a la delimitación temporal, para una mejor comprensión, se tomó en cuenta el inicio de esta investigación desde la estructuración del contenido analítico de la asignatura de Derecho Comercial en la Universidad La Salle, que se dio durante el receso del primer semestre del año 2005 y la aplicación de este a partir del segundo semestre de la gestión 2005, el cual sigue vigente.

Al tomar en cuenta la delimitación espacial, es decir, el lugar donde se realizó el proyecto de innovación, se tomó en cuenta el Departamento de La Paz, provincia Murillo, ciudad de La Paz, en la zona de Bolognia y en la ciudad de El Alto en la zona de Villa Adela, donde se encuentran las dos sedes de la Universidad La Salle en Bolivia.

Para la mejor comprensión del problema identificado se presenta el siguiente análisis:

Al momento de diseñar el programa de la asignatura de Derecho Comercial se presentó una situación particular, como se explicó, esta asignatura prácticamente estaba consignada nominalmente porque carecía de una estructura de programa curricular, porque tenía formulado únicamente un objetivo y contenidos elementales y no de las

características necesarias para una formación profesional integral y de calidad.

Es decir, que si los estudiantes y mi persona aplicaban el contenido mínimo únicamente para el aprendizaje de esta materia, los mismos tendrían y arrastrarían una serie de problemas en el mercado laboral porque su formación y conocimiento de Derecho Comercial sería deficiente.

Entonces, aplicando la base de formación adquirida en la Maestría en Derecho Económico se diseñó un Programa que cumpla a cabalidad con las necesidades de la Universidad de formar estudiantes en esta área del Derecho, y también poder cumplir las expectativas de los estudiantes que al finalizar el curso cuenten con una base suficiente que les permite identificar ciertos aspectos del Derecho, los que utilizarán constantemente en su vida profesional.

Cabe destacar que la actividad económica cuenta con una regulación especial, fundamentada primordialmente en el área del Derecho, por ende, es muy importante que un Ingeniero Comercial o un Contador Público conozcan los contenidos sustanciales del Derecho Comercial que se centra principalmente en dos aspectos:

Los sujetos que participan del comercio: personas naturales y jurídicas constituidas en lo que se conocen como sociedades comerciales.

Los principales instrumentos y contratos en el área de los negocios: títulos valores, contratos comerciales, bancarios, seguro, etc.

La formación obtenida en la Maestría en Derecho Económico me permitió evidenciar y conocer de mejor manera el concepto de los agentes económicos traducidos en lo que representan los comerciantes para el Derecho Comercial y también el aprendizaje obtenido en los diferentes módulos permite transmitir a los estudiantes las distintas formas en las que se desenvuelven los agentes económicos en los mercados. Por ello pude adquirir los conocimientos suficientes para organizar de manera adecuada un contenido analítico de la asignatura de Derecho Comercial.

En lo referente al factor social, se debe resaltar que si la formación de un Ingeniero Comercial o un Contador Público es insuficiente, este no poseerá los conocimientos necesarios, lo que le impedirá brindar un buen servicio a la sociedad; puesto que su relación con los aspectos jurídicos de la empresa será insuficiente para los distintos emprendimientos en los que ejerza su actividad profesional, tomando en cuenta los instrumentos jurídicos dados por el Derecho Comercial.

En síntesis el problema en cuanto al logro de conocimientos jurídicos en la materia de Derecho Comercial, se plateaba como una situación preocupante en torno a la formación de los estudiantes por contar las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública con un programa demasiado incipiente que no aportaría eficazmente a la construcción de sus saberes y por ende de profesionales de calidad que aporten al país de manera productiva y creativa.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN

El Derecho Comercial es la rama del Derecho que se encuentra más en contacto con la actividad económica en general, su contenido se ocupa de regular a las personas (naturales y jurídicas) que ejercen la actividad comercial (entendida como toda la actividad económica y no únicamente el comercio en el sentido que es conocido por la economía) y también a los principales instrumentos financieros que sirven para el desarrollo de las actividades económicas.

Dada la importancia de esta asignatura para la formación profesional de los estudiantes de las carreras de Ingeniería Comercial y de Contaduría Pública, tomé la decisión en coordinación con las autoridades de diseñar y aplicar un programa pertinente de esta disciplina de estudios que otorgue respuestas a las demandas de la Universidad, los estudiantes y la sociedad, toda vez que se vive en una época de constante cambio y el Derecho Comercial debe ser parte de la misma.

Relevancia

La relevancia del proyecto de innovación profesional estuvo orientada a que los estudiantes construyan sus conocimientos jurídicos en Derecho Comercial, para que estén en condiciones de desenvolverse en la actividad económica en el ámbito comercial y mercantil, es decir, que comprendan el funcionamiento legal de los institutos establecidos por el Código de Comercio.

La importancia de este proyecto radica en que los estudiantes mejoren sus conocimientos jurídicos respecto a las operaciones comerciales en las que están inmersas las actividades de los profesionales de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

Además, por las características del programa, los estudiantes tuvieron la oportunidad de constituirse en protagonistas de sus aprendizajes tanto teórico como prácticos en el aula. Esta dinamización en el aula permitió que estos estudiantes fueran formados de forma integral en torno al Derecho Comercial, vinculado a su futuro desempeño profesional.

También se debe considerar la pertinencia de esta investigación en el sentido que esta se desarrolla tomando en cuenta las normas jurídicas vigentes con relación a la asignatura.

Aporte teórico

Este proyecto de innovación profesional brindó un aporte teórico que permitió establecer las bases teóricas para el diseño de un programa de la asignatura de Derecho Comercial y para su aplicación en aula.

Aporte metodológico

Este proyecto de innovación profesional fue un aporte a la investigación científica en el sentido que se elaboró tomando en cuenta métodos de

investigación, que permitieron tener un estudio sistematizado, que pueda ser tomado en cuenta por otros investigadores.

Viabilidad

Este proyecto de innovación profesional fue viable, toda vez que se tuvo acceso a los estudiantes de ambas sedes y también a las Autoridades de la Universidad La Salle, en el diseño y aplicación del Programa de Derecho Comercial en las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

4. OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN

4.1. OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la formación académica de los estudiantes de segundo semestre de las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle a partir del diseño y aplicación del programa de la asignatura de Derecho Comercial.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar la importancia teórica del Derecho Comercial en la formación de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

Establecer la importancia del Derecho Comercial en el proceso enseñanza aprendizaje de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública a partir del diseño y aplicación de un programa de la asignatura.

Presentar las fases del proyecto de innovación profesional en la asignatura de Derecho Comercial.

5. MÉTODO

Para el desarrollo del proyecto de innovación profesional se tomaron en cuenta los siguientes métodos:

Método deductivo

El método deductivo es aquel "... proceso del conocimiento que se inicia con la observación de fenómenos generales con el propósito de señalar las verdades particulares contenidas explícitamente en la situación general" (Méndez, 2001, p. 141-145).

Se tomó en cuenta este método porque permitió obtener una visión general del proceso enseñanza aprendizaje y el contenido del Derecho Comercial, para luego construir un Programa de esta asignatura dirigido a estudiantes de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

Método analítico

El método analítico “Consiste en la descomposición, separación, aislamiento del conocimiento a priori en los elementos del conocimiento puro del entendimiento” (Ramos, 2004, p. 498).

La utilización de este método permitió separar los diferentes elementos del Derecho Comercial para innovar en el diseño y aplicación del programa de Derecho Comercial en las mencionadas carreras.

6. MARCO DE REFERENCIA CONCEPTUAL

6.1. El Derecho Comercial

El Derecho Comercial es una rama del derecho privado que regula las relaciones jurídicas de la actividad económica de un Estado. Por esta razón, dentro de la ciencia jurídica y de la vida económica de un país, el Derecho Comercial contiene una vital importancia.

Existe especial dificultad en encontrar una conceptualización de lo que representa el Derecho Comercial como disciplina jurídica. Por ende, a diferencia de lo que pasa en otras disciplinas jurídicas, el concepto de Derecho Comercial se relaciona más con su objeto de estudio que con una definición precisa de lo que representa, en este sentido se identifican dos criterios, uno objetivo centrado en el estudio del acto de comercio o lo que corresponde a la actividad comercial y otro subjetivo con enfoque en

la persona del comerciante, es decir, de la persona que ejerce la actividad comercial.

Palma (s/a, p.20) por su parte establece que “Hoy día el Derecho Comercial es real, en el sentido de que rige los actos de comercio, considerados en sí mismos independientemente de la profesión de las personas que los ejecutan. En consecuencia, el primer objetivo del Derecho Comercial es regir aquellos actos que la ley califica de actos de comercio”. Sin embargo, esta idea no es absoluta; es cierto que todo acto de comercio queda regido por el Código de Comercio, pero cuando una persona hace de tales actos su profesión habitual adquiere un carácter especial, pasa a tener la profesión de comerciante y en cuanto comerciante, queda regido por el Derecho Comercial que le impone ciertas obligaciones que no pesan sobre el simple particular que ejecuta un acto de comercio...”.

Como sinónimo de Derecho Comercial se identifica al Derecho Mercantil, que si bien posee sutiles diferencias, para el objeto del presente trabajo pueden ser empleados como sinónimos. Y en el sentido de la dificultad de definir este conceptos es importante resaltar lo consignado por Broseta Pont (s/a, p. 61) “Ahora bien lo anterior no impide reconocer la «crisis» por la que atraviesa el concepto de Derecho mercantil en la actualidad, y la sensación de incapacidad para seguir explicando y construyendo el Derecho mercantil con arreglo a una única perspectiva, aunque ésta sea la de la empresa”.

Esta dificultad también se explica en la imposibilidad de equiparar el concepto de comercio con el de acto de comercio, si bien, para el conocimiento general el comercio consiste en la actividad de hacer circular bienes en un determinado mercado, este concepto no tiene concordancia con lo que representa el acto de comercio para las distintas legislaciones.

6.2. El Derecho Comercial desde el punto de vista objetivo y subjetivo

Una de las grandes dificultades que se presenta a la hora de estudiar el Derecho Comercial consiste en situar el ámbito de su aplicación, es decir, la materia que comprende su objeto.

Para la solución de esta situación, se lo puede analizar desde dos puntos de vista:

El Derecho Comercial desde el punto de vista objetivo de acuerdo a lo que se explica (Morales Guillén, 1999 , p. 5): "...considera únicamente los *actos de comercio*, sin tener en cuenta las personas que intervienen en ellos".

Para esta concepción, el estudio del Derecho Comercial debe comprender únicamente el estudio de los actos que se consideran comerciales, por ejemplo, debe enfocarse en la compraventa mercantil y no en la persona que realiza la actividad de vender los bienes. De ahí el nombre de concepción objetiva.

En el lado opuesto de la doctrina se encuentra la concepción subjetiva que indica que "...el de comercio es un derecho de los comerciantes, elaborado para su clase social como un ordenamiento profesional con jurisdicción especial. Deja la determinación de las condiciones requeridas para integrar la corporación profesional, supeditada al carácter de los actos que la persona realice, lo que supone una noción objetiva." (Ibid, p. 6).

Para explicar esta teoría debe indicarse que el Derecho Comercial desde el punto de vista subjetivo se preocupa por establecer las características de los sujetos que se dedican a la actividad comercial, es decir, que será Derecho Comercial todo lo relacionado a los actos de los Comerciantes, enfocados en la persona y los actos que esta realice.

Y finalmente, se encuentra la teoría mixta, que a decir de Morales Guillén (Ibid), "Supone más dificultades que soluciones al generar un círculo vicioso: determinar qué es comerciante para definir lo que es acto de comercio y averiguar en que consiste éste para saber quién es comerciante".

Más allá de esta apreciación, la teoría Mixta, que se ocupa tanto del acto de comercio como del comerciante, es la postura escogida por nuestra legislación comercial vigente, es decir, el Código de Comercio analiza el contenido y requisitos del Comerciante como así también del acto de comercio en sus artículos 4, 5 y 6.

Por lo anteriormente presentado respecto a Bolivia, se toma en cuenta la última teoría para analizar el contenido del Derecho Comercial.

6.3. Fuentes del Derecho Comercial

La consigna común que se encuentra al querer explicar las fuentes de alguna rama del Derecho, consiste en indicar que fuente es aquel lugar de donde surge o se alimenta una disciplina jurídica.

En este caso, esta acepción es útil para establecer donde se encuentran las bases teóricas y prácticas necesarias para saber donde están las principales bases y desarrollo del Derecho Comercial.

En primer lugar se debe consignar como algunas fuentes del Derecho Comercial:

Código de Comercio

En Bolivia, traducido en el Decreto Ley Nro. 14379 de fecha 25 de febrero de 1977. Es un compendio de normas jurídicas referentes al Comercio y a los comerciantes en general. La aplicación de esta rama del Derecho debe circunscribirse en primer lugar a la aplicación de esta norma jurídica.

Usos comerciales

Relacionado de manera directa con la aplicación de la costumbre en el Comercio. De acuerdo a lo que se explica (Broseta Pont, p. 75), "...los usos de comercio son verdaderas

normas de Derecho objetivo, con la particularidad de que han sido generadas por la propia práctica repetida y constante determinada conducta en el tráfico mercantil...”.

Jurisprudencia

Constituida por aquellos fallos dados por la más alta autoridad judicial, tomándose en cuenta los vinculados a materia comercial.

Doctrina comercial

Consiste en las opiniones de estudiosos del Derecho Mercantil. Su importancia radica fundamentalmente en la posibilidad que poseen los estudiosos del Derecho de solucionar los problemas y llenar los vacíos jurídicos que se puedan presentar.

6.4. Contenidos mínimos de la asignatura de Derecho Comercial en la Universidad La Salle

Para la organización y estructuración adecuada de los contenidos analíticos de la asignatura de Derecho Comercial deben tenerse en cuenta el contenido del Derecho Comercial y los contenidos mínimos que la Universidad La Salle consigna para la enseñanza de la asignatura, los cuales se presentan a continuación.

El acto de comercio

Morales Guillén (s/a, p.32) manifiesta que “El vocablo acto de comercio se emplea como sinónimo de las expresiones negocio, operación o situación de hecho, generadores de toda especie de obligaciones comerciales, dice Vivante, que la ley ha separado de entre las extensas y complicadas relaciones que la actividad humana crea, para regularlas en el Derecho Comercial habida cuenta su particular naturaleza económica. Los negocios y operaciones que el Código de Comercio denomina actos de comercio, constituyen, agrega el ilustre profesor de las Universidades de Bolonia y Roma, el contenido objetivo de aquél en antítesis de su contenido personal o profesional (subjetivo), que se refiere al comerciante y a sus auxiliares”.

El acto de comercio reviste importancia porque tiene la facultad de delimitar las actividades que se van a considerar como aplicables al ámbito de estudio del Derecho Comercial, por ende, cuando comprendemos cuales son los actos de comercio se puede discernir que se encuentra dentro y que se ubica fuera de esta disciplina jurídica.

Desde el punto de vista de estudio, se enmarca como el aspecto objetivo del Derecho Comercial, por tomar en cuenta la necesidad de identificar la actividad y no así al sujeto que realiza la misma. Sin embargo, el describir las actividades también posibilitará de manera indirecta establecer que personas dedicadas a ciertas actividades deberán ser consideradas por la legislación como comerciantes.

Un punto dificultoso en lo referente al acto de comercio consiste en encontrar una definición del mismo. No se encuentra en la doctrina un concepto que logre sintetizar todo lo que representa el mismo, su heterogeneidad dificulta el poder sintetizar el alcance del término.

En Bolivia es el Código de Comercio en el artículo 6 donde se enuncia los actos de comercio, siendo estos entre otros, la compra de mercaderías o bienes muebles destinados a su venta en el mismo estado o después de alguna transformación, y la subsecuente enajenación de ellos, así como su permuta, la adquisición o alquiler de maquinaria en general o implementos para alquilarlos o subalquilarlos y el alquiler o subalquiler de los mismos, la compra venta de una empresa mercantil o establecimiento comercial o la enajenación de acciones, cuotas o partes de interés del fondo social, etc.

La extensa lista dada por el Código de Comercio, permite establecer que el acto de comercio como tal, no abarca pura y exclusivamente a las actividades que en el mundo de la administración se conocen como comerciales, sino que también es objeto de estudio del Derecho Comercial, a manera de ejemplo, la actividad industrial, el turismo, los servicios financieros y demás.

De los auxiliares de comercio

Los auxiliares de comercio dentro del ámbito del Derecho representan personas naturales o jurídicas que brindan soporte o ayuda al titular de una empresa comercial. Si bien no son comerciantes en sentido estricto,

su participación en los actos y contratos comerciales adquiere vital importancia.

Para entender esta figura se menciona el siguiente criterio que hace referencia a los auxiliares de comercio:

“Son tales, quienes sin ser comerciantes ejercen el comercio por cuenta y a nombre de otro. Pues, para tener la calidad de comerciante son indispensables para quien ejerce el comercio con capacidad suficiente, las condiciones de efectuar ese ejercicio por cuenta propia y en nombre propia, así se valga de la representación” (Morales Guillén, 1999, p. 99).

También se encuentran muy asociados con la figura de los representantes, para entender claramente este concepto se puede citar a Vivante que indica:

“El carácter esencial de la representación está en que el representante, mientras obra dentro de los límites de los poderes que se le han conferido, no se obliga él mismo, sino a su principal. Para lograr este resultado, es preciso, que uno u otro hagan conocer a los terceros con quienes el representante trata un negocio, que éste no obra por sí, sino por su principal.

Mientras los terceros ignoran que aquel con el cual contratan es un representante, tienen derecho a suponer que trata por sí, y por consiguiente, pueden obligarle a cumplir personalmente el negocio. Pero,

tanto el representante como el principal, tienen el mayor interés en hacer conocer á los terceros la relación de representación; el primero para no obligarse personalmente, el segundo para facilitarle la posibilidad de llevar á cabo los negocios; y para ello se valdrán de circulares y de anuncios en los periódicos de más circulación.” (Vivante, 2002, p. 157)

Esta idea expresada por Vivante no encierra a todos los auxiliares de comercio, ya que los corredores y martilleros no son representantes en sentido estricto. Sin embargo, el concepto sirve para entender la importancia de un auxiliar de comercio dentro del ámbito comercial.

Sociedades comerciales

Las sociedades comerciales representan el punto más relevante del contenido del programa por extensión en cuanto a la materia de estudio y por importancia en lo que se refiere al proceso de aprendizaje del estudiante.

Por esta razón, es importante conceptualizarlas; para Villegas (pag. 13): “Desde un punto general y moderno podemos definir a la sociedad comercial como la cobertura jurídica de la empresa, o la forma jurídica de que esta se reviste. Por empresa entendemos toda organización de capital, trabajo y tecnología destinada a la producción de bienes y servicios, esto es una “unidad de producción económica”.

De acuerdo con lo expresado en la anterior definición, se comienza a entender lo que representa una sociedad comercial identificándola como la forma jurídica mediante la cual se desarrollan los emprendimientos de naturaleza empresarial.

De acuerdo con la normativa legal vigente, la definición de sociedad comercial se encuentra enmarcada dentro de la visión contractualista, es así que el Código de Comercio estipula en su artículo 125 lo siguiente:

“Por el contrato de sociedad comercial dos o más personas se obligan a efectuar aportes para aplicarlos al logro del fin común y repartirse entre sí los beneficios o soportar las pérdidas.”.

Del concepto establecido en el párrafo anterior se destacan varios elementos necesarios para la constitución y posterior desenvolvimiento de una sociedad comercial:

Conjunto de personas

Este elemento comprende a quienes se asocian entre sí, debiendo entenderse por persona en este caso a todo ente susceptible de adquirir derechos y contraer obligaciones, sean de existencia natural o jurídica de cualquier naturaleza (lo cual incluye al Estado o a personas jurídicas no comerciales).

Aportes

Cada una de las partes que se asocian efectúan contribuciones para la obtención de los medios que permitan llevar adelante una determinada actividad comercial. Los aportes pueden ser avaluables patrimonialmente (aspecto que se evidencia en la generalidad de los casos) o también pueden comprender contribuciones que no vayan a formar parte del capital social pero que obtienen una determinada participación en las utilidades o pérdidas de la sociedad, cual es el caso del aporte de trabajo o industria y normalmente (salvo algunas excepciones) conllevan el traspaso del derecho propietario que posee el socio sobre el bien o derecho en favor de la sociedad a la que se realiza el aporte.

Actividad comercial

La asociación para la cual se agrupan personas efectuando diferentes aportes tiene como meta la realización de una o varias actividades de comercio. Si bien la normativa vigente no dispone una limitante en cuanto a la cantidad de actividades que puede desarrollar una sociedad, las mismas deben estar explícitamente determinadas en el contrato social, conforme lo dispone el inciso 4) del artículo 127 del Código de Comercio al indicar que la actividad debe ser precisa y determinada.

Distribución

Este elemento tiene relación con la finalidad por la cual las partes se agrupan en sociedad: la obtención de una ganancia económica. En sentido negativo tiene que ver con la forma en la cual se asumen las cargas patrimoniales que se presentan en las sociedades comerciales producto del desarrollo del giro comercial. En la generalidad de los casos, la distribución (tanto de ganancias como de pérdidas) se efectúa en consideración al aporte de capital que cada socio haya efectuado, aunque esta no es una regla absoluta, pudiendo establecerse criterios que no se adecuen exactamente a lo anteriormente expuesto, por ejemplo en el caso de las sociedades en las que existe aporte de trabajo.

Títulos valores

Los títulos valores son documentos mercantiles que facilitan el comercio y que poseen mucha relevancia en el sentido que son documentos aplicados cotidianamente en el mundo de los negocios.

Tienen la función principal de asegurar pagos, lo que se manifiesta como una especie de seguridad jurídica para los comerciantes. Al respecto debe destacarse lo que nos indica Vivante (2002, p.192): “En principio, no sería necesario de ningún modo poseer un documento para hacer valer un crédito contra el deudor o para cederlo a otra persona, pero hay en el comercio moderno una tendencia hartó evidente a atribuir al documento una importancia real para el ejercicio del crédito. El motivo de esta tendencia está en que, confiando al título la suerte del crédito se facilita la

circulación y la extinción de éste, porque quien tiene en sus manos el título sabe que en lo sucesivo ningún otro podrá hacer valer el mismo crédito”.

En este caso resulta relevante consignar la descripción de título valor que da el Código de Comercio en el Artículo 491, estableciendo que “es el documento necesario para legitimar el ejercicio del derecho literal y autónomo consignado en el mismo”.

Contratos comerciales

Los contratos comerciales representan la última parte del programa y en este apartado deben otorgarse los contenidos necesarios para que el estudiante conozca la importancia del contrato, comenzando desde el concepto general de contrato desde la perspectiva del Derecho Civil y la teoría general que construye esta rama del Derecho Comercial, para concluir con el estudio específico de alguno de los contratos más empleados tanto en el comercio como en la actividad bancaria.

“Mediante los contratos propios del tráfico mercantil el hombre procura satisfacer todas sus necesidades materiales, espirituales, científicas, de esparcimiento, etc., recurriendo a las empresas productoras y distribuidoras de los bienes y servicios que se lanzan al mercado a dicho fin” (Farina, p.1).

6.5. La importancia del Derecho Comercial en el proceso enseñanza aprendizaje en la Carrera de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública

El Derecho Comercial como parte de la ciencia jurídica posee mucha relación con las ramas de estudios de las ciencias económicas por la razón principal de que su objeto de estudio es precisamente regular la actividad económica.

“Respecto a las ciencias sociales, haremos notar tan sólo que son estrechísimas las conexiones del Derecho mercantil con la economía política, por cuanto el uno toma de la otra el conocimiento de las instituciones propias del comercio, el cual es manifiestamente necesario para entender y aplicar como conviene las reglas jurídicas relativas a esas mismas instituciones” (Supino, p. 17).

Si bien, la economía política es tan sólo una parte de la ciencia económica. El Derecho Comercial no solamente se relaciona con esta rama, dado que para una persona formada en esta disciplina será muy útil conocer la normativa jurídica que se desenvuelve alrededor de su profesión.

Por ende, la principal función para un estudiante de Ingeniería Comercial y de Contaduría Pública que aborde el estudio del Derecho Comercial consistirá en conocer la normativa jurídica en la que se desarrolla la actividad económica en el ámbito comercial y mercantil.

También será muy importante para el estudiante poder comprender el funcionamiento legal de los institutos establecidos por el Código de Comercio.

De igual manera, el profesional dedicado a la Ingeniería Comercial o a la Contaduría afrontará en su vida numerosas oportunidades en las que deba realizar actos relacionados con la contratación mercantil dentro de su organización, por este motivo la materia de Derecho Comercial le brindará las bases necesarias para conocer el aspecto jurídico de los principales contratos y operaciones comerciales desde el punto de vista doctrinal y algunos esbozos prácticos para entender esta parte del derecho.

6.5.1. Aspectos básicos de la asignatura de Derecho Comercial

Una vez asumida la importancia de formar a un estudiante de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle, se deben consignar los aspectos más destacados en los que necesariamente deberán adquirir saberes de contenidos, los cuales se manifiestan en lo siguiente:

El estudiante deberá conocer el desarrollo histórico y la evolución del Derecho Comercial en el tiempo. Este estudio desde el punto de vista teórico es importante porque permite a la persona que comienza a relacionarse con esta área del Derecho, entender la estrecha relación que existe entre lo jurídico y lo económico. Comprenderá que la economía para su funcionamiento en el ámbito social requiere de una regulación

legal que se ha venido dando desde casi el principio de los tiempos y fundamentalmente desde el comienzo de la actividad comercial.

Otro aspecto básico en la formación del estudiante consiste en adquirir las capacidades necesarias para poder discernir los requisitos que deben reunirse para ejercer el comercio. Así también, podrá determinar las características de la actividad comercial y las obligaciones de los comerciantes desde el punto de vista jurídico.

Todos los aspectos antes mencionados son relevantes para determinar en primer lugar el ámbito de estudio que rige al Derecho Comercial, como antes se dijo, la disciplina mercantil se explica desde la óptica subjetiva y objetiva. Por ello es importante que el estudiante conozca ambos puntos de vista para comprender quienes son las personas habilitadas por el Derecho para desenvolverse en el mercado y también será necesario conocer que actos se considerarán comerciales para el Derecho y por ende cuales se envuelven dentro del marco de legalidad.

Un punto fundamental en el desarrollo de la enseñanza del estudiante y del programa de estudio de la asignatura de Derecho Comercial consiste en comprender la forma de constitución, estructura, funcionamiento, reorganización y terminación de las sociedades comerciales en lo que se refiere a la normativa jurídica que regula la materia. Las sociedades comerciales se presentan como figuras nuevas y ajenas en algunos casos al conocimiento de las personas que no estudian esta rama del Derecho.

Para entender la importancia de este punto, debe decirse que las sociedades comerciales representan en la actividad económica privada los principales agentes de los mercados, por ende, es muy importante que los estudiantes de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública conozcan a los mismos. Las actividades empresariales están ligadas casi en su totalidad a estas formas de organización jurídica y económica.

A través de este tipo de organización se constituyen en los diferentes mercados las principales industrias, la actividad bancaria, la actividad financiera, las empresas dedicadas a las actividades extractivas (petróleo, minería, etc.), es decir, las organizaciones económicas de mayor relevancia en el ámbito de los negocios, por ende, adquiere mucha importancia que el estudiante conozca la organización y reglas jurídicas aplicables a estos sujetos de derecho.

Otra habilidad relevante que será desarrollada al impartir la cátedra, consistirá en que el estudiante pueda conocer la utilidad práctica y la normativa legal aplicable a los títulos valores.

Estos documentos de carácter legal poseen mucha importancia en el mundo de los negocios porque se erigen en instrumentos muy útiles en el mismo.

Los títulos valores se desenvuelven y emplean con mucha regularidad en los temas económicos y financieros, por ejemplo, algunos títulos valores como el cheque se emplean como medios de pago. Las letras de cambio o lo pagarés se erigen como habituales títulos representativos de crédito y

en operaciones más complejas encontramos otros títulos valores muy importantes como es el caso de los bonos.

En general, los títulos valores poseen una relevancia fundamental en la actividad económica, por ende, la normativa que regula los mismos, los requisitos que se deben cumplir para girar los mismos y la explicación jurídica de su importancia, será relevante a la hora de formar a un estudiante en esta área del derecho.

Por último, otro aspecto básico en la formación de los estudiantes de Ingeniería Comercial y de Contaduría Pública consistirá en desarrollar las habilidades necesarias que les permitan comprender la estructura jurídica de los contratos comerciales y la utilidad práctica de los mismos.

Si bien, en un primer momento la redacción y confección de esta clase de documentos es atribución de los profesionales abogados, es sumamente útil para un futuro economista, administrador o contador de una determinada organización económica el conocer el alcance de un determinado contrato y también poder identificar los aspectos más relevantes que deben considerarse a la hora de interpretar estos documentos.

6.5.2. Aspectos Adicionales de la materia de Derecho Comercial

Al referirse a los aspectos adicionales, se pretende establecer ciertas habilidades complementarias que podrá adquirir el estudiante en el proceso de enseñanza – aprendizaje de la asignatura de Derecho Comercial, que si bien no representan lo más importante (que se encuentra consignado en el punto anterior), serán de mucha utilidad para su formación profesional.

Entre las destrezas que pretenden inculcarse a los estudiantes se deben consignar:

Conocer algunas visiones de tipo doctrinal en lo que se refiere a las sociedades comerciales. Este complemento dentro del proceso enseñanza aprendizaje le permitirá al estudiante conocer visiones de ciertos aspectos de las sociedades comerciales que no se encuentran normados en la legislación boliviana.

Tener una visión más amplia del aspecto comercial también sirve en el ámbito de los negocios internacionales, entendiendo que existen además otras formas de sociedades comerciales, que si bien no figuran en la legislación nacional podrán ser de utilidad para el tema de las relaciones y negocios que se generen.

Otro de los aspectos complementarios consiste en dotar al estudiante de los mecanismos necesarios para interpretar y/o elaborar correctamente un instrumento de constitución de una sociedad comercial.

Como se mencionó antes, la elaboración de los documentos legales es función de un profesional abogado, pero es innegable que es muy útil para un ingeniero comercial tener habilidades para interpretar básicamente un documento legal y también poder adquirir ciertas capacidades para elaborar estos documentos, ya que en muchas circunstancias por la especialidad de su profesión se requerirá de su concurso en la construcción de esta clase de documentos.

Dentro de las habilidades complementarias a impartir a los estudiantes de ingeniería comercial se encontrará la de interpretar documentos de modificación a los contratos de constitución de las sociedades comerciales.

Lo anteriormente mencionado será de utilidad para poder diseñar correctamente las estrategias desde el punto de vista legal para realizar, por ejemplo, un aumento de capital dentro de su organización. Estos actos son cotidianos e importantes en la vida de las empresas, por ende el adquirir capacidades interpretativas de los instrumentos de modificación les será de mucha utilidad.

En el ámbito empresarial, adquieren relevante importancia los contratos comerciales, un ingeniero comercial o contador deberá lidiar con el manejo de estos documentos continuamente en el desarrollo de su profesión.

Por esta razón, es importante desarrollar capacidades en el estudiante que le permitan obtener habilidades de comprensión en cuanto a los términos, clases y categorías de los diferentes contratos. Tanto en el ámbito comercial como así también en el financiero, el Derecho Comercial se encarga de regularlos diferentes convenios que se pueden celebrar.

De igual forma es importante enseñar las características de las cláusulas contractuales, los alcances y fines de los diferentes contratos para así conseguir un aprendizaje integral de los alumnos.

6.6. Elementos del programa de asignatura

Al diseñar un programa de asignatura se debe considerar, el objetivo de los contenidos a desarrollarse, los contenidos como tal, las estrategias, los recursos materiales y didácticos, como también la evaluación, los cuales se presentan a continuación:

a). Objetivo

Es relevante identificar el objetivo general porque se traduce en lo que queremos lograr con el estudiante en el desarrollo de su proceso de aprendizaje durante el periodo en el que curse la materia.

Para tener éxito en la formación del estudiante, los objetivos trazados tienen que estar delimitados con claridad y ser posibles de alcanzar con el fin de formar y dotar de los principales conocimientos. Los objetivos

planteados dentro de un programa de asignatura sirven como guía para medir el aprovechamiento de los estudiantes y como medidas de evaluación.

Lo anteriormente señalado permite comprender la importancia de los objetivos propuestos en el programa de la asignatura de Derecho Comercial, objetivos presentados para la asignatura en general y para los capítulos en particular.

b). Contenidos

El contenido como otro componente del proceso de enseñanza - aprendizaje guarda una relación de correspondencia con la competencia (Alvarez, 1992, 63).

Este concepto sirve para identificar que el contenido tiene que tener estricta relación con lo que se quiere lograr del estudiante, es decir, la asignatura objeto de estudio debe constar de lo que el docente pretende que él estudie.

El contenido “es una estructura social es un resumen de la cultura académica y compuesta por programas escolares parcelados en materias o asignaturas diversas, tiene un significado más bien intelectual y cultural” (Benedicto, 2001, 123).

De todo esto se puede resumir que el contenido representa el conjunto de conocimientos que se desean impartir, en el caso en particular, todos los temas de Derecho Comercial que se buscarán desarrollar e inculcar al estudiante durante el segundo semestre en el que cursa la asignatura.

c). Estrategias didácticas

Un punto importante para diseñar un programa de asignatura es tomar en cuenta, además de los contenidos, los mecanismos que se van a seguir para lograr que el proceso de aprendizaje sea eficaz y se puedan cumplir los objetivos trazados para la asignatura.

Lo anteriormente consignado se traduce en las estrategias o mecanismos de enseñanza que se van a emplear con los estudiantes de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública, para que el avance de contenidos sea eficaz.

Para comprender la importancia de las estrategias metodológicas, es pertinente citar a Bernal (1990) que las denomina estrategias metodológicas de enseñanza–aprendizaje como una secuencia de actividades planificadas y organizadas sistemáticamente, permitiendo la construcción de un conocimiento escolar y en particular se articulan con las comunidades. Asimismo estas estrategias son procesos ejecutivos mediante los cuales se eligen, coordinan y aplican las habilidades, se vinculan con el aprendizaje significativo y con el aprender a aprender.

Esto en el sentido de administración de la clase tiene que ver en el caso concreto con un aspecto muy importante puesto que como se dijo antes, los estudiantes que cursan esta asignatura no poseen formación jurídica, por ende, las estrategias que se empleen serán fundamentales para que el estudiante adquiera las competencias necesarias de la materia objeto de estudio.

Según Díaz Hernandez (2009) el propósito de las estrategias didácticas de enseñanza del docente, básicamente van dirigidas a que el estudiante aprenda (primero aprender a aprender) para que analice, interprete o procese la información de la situación y finalmente construya mentalmente la realidad que se les presenta, y por qué no decirlo, dictamine o formule la solución de problemas.

Estas estrategias didácticas que el docente universitario ejecuta en el momento del proceso de enseñanza - aprendizaje, son fundamentales para el desarrollo de estudiantes críticos, participativos, analíticos y reflexivos que de alguna manera contribuirá de forma individual o colectiva a fin de que esos nuevos conocimientos de los estudiantes ayuden a la solución de problemas de las comunidades o la sociedad.

En el sentido específico de la asignatura de Derecho Comercial será muy importante dentro de la elaboración de estas estrategias tener en cuenta la forma de utilización de documentos jurídicos y el empleo de ejemplos didácticos que sirvan al estudiante que no cuenta con una formación jurídica sólida a comprender aspectos complejos de esta rama del Derecho.

d). Recursos materiales y didácticos

Se entiende por recurso didáctico cualquier medio, persona, material, procedimiento, etc., que con una finalidad de apoyo, se incorpora en el proceso de aprendizaje para que cada estudiante alcance el límite superior de sus capacidades y potenciar así su aprendizaje (Sánchez, 1991, s/n).

En el aprendizaje de la asignatura de Derecho Comercial los recursos didácticos estarán relacionados con el manejo en primer término de documentos normativos, haciendo especial énfasis en el Código de Comercio y en documentos de contenido jurídico, a manera de ejemplo se puede citar el empleo de contratos tipo.

e). Evaluación

La evaluación es un mecanismo que sirve al docente en primer lugar para medir el grado de aprovechamiento que ha tenido el estudiante en la materia y también se emplea para poder identificar las falencias de formación que pudieran tenerse y de esta manera retroalimentar el proceso de enseñanza aprendizaje.

Desde una perspectiva funcional, la evaluación educativa es un proceso de reflexión sistemática, orientada sobre todo a la mejora de la calidad de las acciones de los sujetos, de las intervenciones de los profesionales,

del funcionamiento institucional o de las aplicaciones a la realidad de los sistemas ligados a la actividad educativa (Mateo, 2002, 6).

Dada la naturaleza de la materia y los requerimientos de la Universidad La Salle la evaluación debe contener como principal foco un examen presencial que representa un gran porcentaje de la nota del estudiante, sin embargo, el docente queda en absoluta libertad para elegir otros medios complementarios de evaluación.

7. MEDIDAS DE GESTIÓN PARA SOLUCIONAR EL PROBLEMA

DETECTADO

7.1. ASPECTOS GENERALES

a). NOMBRE DEL PROYECTO

“DISEÑO Y APLICACIÓN DEL PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DE LAS CARRERAS DE INGENIERÍA COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD LA SALLE”

b). ANÁLISIS DE NECESIDADES

Como ya se explicó anteriormente, si bien en la malla curricular de ambas carreras existía la asignatura de Derecho Comercial, su programa no estaba consolidado.

Entonces mi persona, de acuerdo a los conocimientos en Derecho Comercial no podía quedarse indiferente ante esta falencia curricular y conformarse con la aplicación mecánica del mencionado programa con las debilidades detectadas en el mismo, lo cual podría significar un perjuicio en la formación de los estudiantes que en futuro podría significar también una debilidad competitiva en relación a otros profesionales.

7.1.2. OBJETIVOS DEL PROYECTO

a). OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la formación académica de los estudiantes de segundo semestre de las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle a partir del diseño y aplicación del programa de la asignatura de Derecho Comercial.

b). OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar la importancia teórica del Derecho Comercial en la formación de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

Establecer la importancia del Derecho Comercial en el proceso enseñanza aprendizaje de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública a partir del diseño y aplicación de un programa de la asignatura

Presentar las fases del proyecto de innovación profesional en la asignatura de Derecho Comercial

7.1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Puesto que la Universidad La Salle ha sido creada para ofertar al país profesionales que representen agentes de cambio de la sociedad, ante esta situación emergente se planteó la necesidad de diseñar y aplicar un programa de Derecho Comercial completo y consolidado, en favor de los estudiantes de segundo semestre de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública, con el propósito de que comprendan el Derecho Comercial y la relación que esta disciplina tiene con su profesión, considerando que esta rama del Derecho regula la actividad económica. También se pretendió que el estudiante se familiarice y adquiera capacidades en el manejo e interpretación de los documentos comerciales más importantes empleados en el mundo de los negocios.

El proyecto se ejecutó en la Universidad La Salle que está ubicada en el Departamento de La Paz, provincia Murillo, en la Ciudad de La Paz, zona de Bologna, Avenida Jorge Carrasco S/N y la ciudad de El Alto, en la zona de Villa Adela, Plaza de la Cruz, Radio San Gabriel.

7.2. DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INNOVACIÓN QUE SE QUISO LOGRAR

A través de la realización de este proyecto de innovación profesional se planteó como objetivo el diseñar un programa del contenido analítico de la asignatura de Derecho Comercial para los estudiantes de segundo semestre de las carreras de de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle.

7.3. FASES DEL PROYECTO

Respecto a las fases de este proyecto de innovación profesional, se presentan a continuación.

1º FASE: COMUNICACIÓN Y GESTIÓN

En esta fase se socializó la propuesta del programa de contenidos de la asignatura de Derecho Comercial para mejorar los conocimientos jurídicos de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle, ante la instancia administrativa y académica de esta universidad.

La autorización respecto a la ejecución, es decir, para la aplicación del contenido en el desarrollo de la asignatura de Derecho Comercial, se dio a partir de la presentación del programa y la implementación durante el

mencionado período de clases. Al ser el único docente de la asignatura no se requirió de una preparación ni capacitación previa, dado que se trató de un documento de mi autoría.

Inversión:	No se realizó inversión alguna de dinero en la elaboración del Contenido analítico
Responsables:	Responsable de la Carrera de Derecho y docente de la asignatura
Beneficiarios:	Estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle.
Periodo de ejecución:	Propuesto para la gestión 2005, pero por los resultados positivos continúa aplicándose actualmente.

2º FASE: EJECUCIÓN

El programa de la asignatura de Derecho Comercial que fue diseñado y se aplicó en el segundo semestre de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle, es presentado a continuación. Como punto de partida se contó con los contenidos mínimos que me fueron otorgados por la Universidad, los cuales se detallan a continuación:

OBJETIVOS Y CONTENIDOS MÍNIMOS

ESTABLECIDOS POR LA UNIVERSIDAD LA SALLE

a). Objetivo

Al finalizar el curso el estudiante conocerá la importancia y necesidad de las relaciones comerciales reguladas por las distintas normas de comercio. Para ello analizará el Código de Comercio y su aplicación en el medio nacional.

b). Contenidos mínimos

- Proceso histórico del Derecho Comercial.
- Proceso evolutivo del Derecho Comercial nacional.
- Fuentes del Derecho Mercantil.
- Actos de comercio y capacidad para ejercer el comercio.
- Obligaciones para ejercer el comercio.
- Sociedades comerciales. Aspectos generales relativos a la constitución de sociedades comerciales.
- Sociedades con predominio del elemento personal .
- Sociedades de predominio del factor capital.
- Sociedades anónimas. Aspectos generales y de capital.
- Sociedades anónimas. Aspectos de gestión y fiscalización.

- Sociedades de economía mixta.
- Sociedades constituidas en el extranjero.
- Otras formas asociativas.
- Disolución y liquidación de las sociedades.
- Fusión y transformación de las sociedades.
- La empresa mercantil. Los títulos de valor. Contratos comerciales.
- Joint venture. La operación de leasing. Factoring.

A partir de este punto se diagramaron los objetivos y el programa de la asignatura, los cuales son expuestos a continuación:

**OBJETIVOS Y PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE DERECHO
COMERCIAL PARA LAS CARRERAS DE INGENIERÍA
COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD LA
SALLE**

RESPONSABLE: Dr. Fabián Daza Cainzo

a). OBJETIVO GENERAL

Conocer la normativa jurídica en la que se desenvuelve la actividad económica en el ámbito comercial y mercantil. Comprender el funcionamiento legal de los institutos establecidos por el Código de Comercio. Conocer la organización jurídica de los principales contratos y operaciones comerciales desde el punto de vista doctrinal.

b). OBJETIVOS BÁSICOS

El estudiante que cursa y aprueba la materia estará capacitado para:

- Conocer el desarrollo histórico y la evolución del Derecho Comercial en el tiempo.
- Podrá establecer los requisitos que deben reunirse para ejercer el comercio. Así también, podrá determinar las características de la actividad comercial y las obligaciones de los comerciantes desde el punto de vista jurídico.
- Comprender la forma de constitución, estructura, funcionamiento, reorganización y terminación de las sociedades comerciales en lo que se refiere a la normativa jurídica que regula la materia.
- Conocer la utilidad y normativa de los títulos valores.

- Comprender la estructura jurídica de los contratos comerciales y la utilidad práctica de los mismos.

c). OBJETIVOS ADICIONALES

En forma adicional el estudiante será capaz de:

- Conocer algunas visiones de tipo doctrinal en lo que se refiere a las sociedades comerciales.
- Interpretar y/o elaborar correctamente un instrumento de constitución de una sociedad comercial.
- Interpretar documentos de modificación a los contratos de constitución de las sociedades comerciales.
- Elaborar básicamente documentos y contratos comerciales.

Una vez que se establecieron los objetivos del Programa, se procedió a construir el contenido de la Asignatura de Derecho Comercial, contemplando tanto los fines de la materia como los contenidos mínimos otorgados por la Universidad, al finalizar la descripción de cada capítulo se explica brevemente el contenido del mismo y la metodología de enseñanza, obteniendo lo siguiente:

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE DERECHO COMERCIAL

Capítulo 1: INTRODUCCIÓN AL DERECHO COMERCIAL.

OBJETIVO

Analizar el proceso evolutivo del Derecho Comercial general y nacional

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
Concepto de comercio				
Proceso histórico evolutivo del Derecho Comercial	Exposición magistral y participativa	Pizarrón Libro	Grupal	Diagnóstica
Proceso evolutivo del Derecho Comercial Nacional	Lluvia de ideas Preguntas	TIC's	Individual	Coevaluación
Fuentes del Derecho Comercial				

Este capítulo permitió que el estudiante adquiriera las siguientes habilidades:

- Comprender el contexto en el que se desarrolló el comercio desde el punto de vista jurídico.
- Entender que el concepto de comercio para el Derecho Comercial es mucho más amplio que para la ciencia de la Economía.
- Ubicarse en el ámbito temporal para conocer la evolución del Derecho Comercial.

Saber el lugar de donde emana esta área del derecho.

Capítulo 2: EL ACTO DE COMERCIO

OBJETIVO

Conocer los aspectos fundamentales para entender los actos que son objeto de estudio del Derecho Comercial y los sujetos habilitados para ejercer el comercio.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
2.1. Actos de comercio. Concepto.				
2.2. Elementos de relación: Sujeto, objeto y acto.	Exposición magistral y participativa	Pizarrón		
2.3. Actos Mixtos.	Construcción de ideas a partir de la lectura previa	Código de Comercio	Individual	●Diagnóstica
2.4. Actos y operaciones de comercio.	Ejemplos	Texto		●Heteroevaluación
2.5. Actos no comerciales.	Preguntas	TIC`s		
2.6. Empresas estatales.				
2.7. Registro de				

Comercio.				
2.8. Obligaciones de los comerciantes.				

Este capítulo permitió que el estudiante adquiriera las siguientes habilidades:

- Conocer que actividades de la vida diaria se reputan como mercantiles para el Derecho.
- Entender cómo se relaciona su actividad profesional con el Derecho.
- Comprender cuales son las personas que se califican como comerciantes desde la perspectiva jurídica y la participación del Estado en este ámbito.
- Conocer los requisitos que deben cumplir las personas naturales para ejercer el comercio desde el punto de vista formal.
- Discernir la importancia del Registro de Comercio

Capítulo 3: DE LOS AUXILIARES DE COMERCIO

OBJETIVO

Establecer los conceptos y definiciones de las personas que trabajan dentro del comercio como facilitadores de las actividades de los comerciantes.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
<p>3.1. Factores o administradores.</p> <p>3.2. Corredores de comercio.</p> <p>3.3. Rematadores o martilleros.</p>	<p>Exposición magistral y participativa</p> <p>Construcción de ideas a partir de la lectura previa</p> <p>Ejemplos</p> <p>Preguntas</p>	<p>Pizarrón</p> <p>Código de Comercio</p> <p>Texto</p> <p>TIC`s</p>	<p>Individual</p>	<p>•Diagnóstica</p> <p>•Heteroevaluación</p>

Este capítulo permitió que el estudiante adquiriera las siguientes habilidades:

- Comprender las distintas clases de auxiliares de comercio.
- Identificar alguna de las tareas de su profesión, en el sentido de que los Ingenieros Comerciales y Contadores Públicos podrán desempeñar estas labores.
- Comprender algunos conceptos de intermediación desde el punto de vista jurídico.

Capítulo 4: SOCIEDADES COMERCIALES. ASPECTOS GENERALES.

OBJETIVO

Conocer las características generales de las sociedades comerciales y comprender los requisitos que todas estas organizaciones deben cumplir con relación a la normativa legal vigente.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
4.1. Concepto, características y tipos societarios.	Exposición magistral y participativa	Pizarrón		
4.2. Requisitos mínimos para la creación de una sociedad comercial.	Construcción de ideas a partir de la lectura previa	Código de Comercio	Individual	•Diagnóstica
4.3. Normativas comunes para todos los tipos societarios.	Trabajo con publicaciones de periódico	Texto	Grupal	•Heteroevaluación
	Ejemplos	TIC`s		
	Preguntas			

Este capítulo permitió que el estudiante adquiriera las siguientes habilidades:

- Conocer lo que representa una sociedad comercial y las clases de sociedades que existen en Bolivia.
- Identificar los requisitos legales que deben cumplir las personas jurídicas organizadas como sociedades comerciales.
- Analizar correctamente los requisitos mínimos que debe contener un contrato de constitución de una sociedad.
- Entender los límites y reglas aplicables desde el punto de vista general a las sociedades comerciales.
- Comprender los diferentes aportes de capital que se pueden realizar en una organización comercial.
- Adquirir habilidades básicas de comprensión de documentos jurídicos relacionados al tema.

Capítulo 5: SOCIEDADES COMERCIALES PERSONALES.

OBJETIVO

Identificar las características generales de las sociedades colectivas y en comandita simple.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
<p>5.1. Sociedad colectiva.</p> <p>5.2. Sociedad en comandita simple.</p>	<p>Exposición magistral y participativa</p> <p>Construcción de ideas a partir de la lectura previa</p> <p>Trabajo con publicaciones de periódico</p> <p>Ejemplos</p> <p>Preguntas</p>	<p>Pizarrón</p> <p>Código de Comercio</p> <p>Texto</p>	<p>Individual</p> <p>Grupal</p>	<p>•Diagnóstica</p> <p>•Heteroevaluación</p>

Este capítulo permitió que el estudiante adquiriera las siguientes habilidades:

- Conocer la naturaleza y funcionamiento de las sociedades colectivas y en comandita simple.
- Discernir desde el punto de vista práctico, la clase de proyectos comerciales que se debe realizar a través de estas clases de organizaciones.

Capítulo 6: SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.

OBJETIVO

Describir la naturaleza jurídica de las sociedades de responsabilidad limitada y comprender las características generales de este tipo societario.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
<p>6.1. Características generales.</p> <p>6.2. Administración</p> <p>6.3. Asamblea de Socios.</p>	<p>Exposición magistral y participativa</p> <p>Construcción de ideas a partir de la lectura previa</p> <p>Trabajo con modelos de constitución</p> <p>Ejemplos</p> <p>Preguntas</p>	<p>Pizarrón</p> <p>Código de Comercio</p> <p>Texto</p> <p>TIC's</p>	<p>Individual</p> <p>Grupal</p>	<p>•Diagnóstica</p> <p>•Heteroevaluación</p>

Este capítulo permitió que el estudiante pueda:

- Conocer la naturaleza y funcionamiento de las sociedades de responsabilidad limitada.
- Analizar básicamente documentos de constitución de sociedades de responsabilidad limitada.
- Comprender los distintos órganos que componen este tipo societario y entender la importancia de cada uno de ellos.
- Trabajar con documentos de constitución de sociedades de responsabilidad limitada.

Capítulo 7: SOCIEDAD ANÓNIMA. PARTE 1.

OBJETIVO

Describir la naturaleza jurídica de las sociedades anónimas, comprender sus distintas formas de organización y entender su estructura de capital.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
7.1. Constitución por acto único y por suscripción pública de acciones. 7.2. Acciones. 7.3. Accionistas.	Exposición magistral y participativa Construcción de ideas a partir de la lectura previa Ejemplos Preguntas	Pizarrón Código de Comercio Texto TIC's	Individual	•Diagnóstica •Heteroevaluación

Este capítulo permitió que el estudiante fuera capaz de:

- Conocer la naturaleza de las sociedades anónimas.

- Comprender los procedimientos establecidos por la norma para la creación de una sociedad anónima.
- Entender la estructura de capital de la sociedad a través de las acciones.
- Conocer los derechos de los accionistas.

Capítulo 8: SOCIEDAD ANÓNIMA. PARTE 2.

OBJETIVO

Conocer el funcionamiento orgánico de las sociedades anónimas.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
8.1 Juntas de Accionistas. 8.2 Administración 8.3 Fiscalización.	Exposición magistral y participativa Construcción de ideas a partir de la lectura previa Trabajo con modelos de constitución Ejemplos Preguntas	Pizarrón Código de Comercio Texto	Individual Grupal	<ul style="list-style-type: none"> ●Diagnóstica ●Heteroevaluación

Este capítulo permitió que al estudiante:

- Conocer el funcionamiento y normativa de las Juntas de Accionistas.
- Comprender la forma de administración de las sociedades anónimas a través de la organización del Directorio Social.
- Entender la normativa y atribuciones de la Sindicatura.
- Conocer los requisitos legales para participar en los diferentes órganos societarios de las sociedades anónimas.

Capítulo 9: SOCIEDADES EN COMANDITA POR ACCIONES, SOCIEDADES MIXTAS Y SOCIEDADES CONSTITUIDAS EN EL EXTRANJERO.

OBJETIVO

Conocer la normativa y organización de las restantes formas de organización comercial establecidas por la normativa legal vigente.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
9.1. Sociedad en comandita por acciones. 9.2. Sociedad de economía mixta. 9.3. Sociedades extranjeras.	Exposición magistral y participativa Construcción de ideas a partir de la lectura previa Ejemplos Preguntas	Pizarrón Código de Comercio Texto TIC's	Individual	<ul style="list-style-type: none"> ●Diagnóstica ●Heteroevaluación

Este capítulo permitió que el estudiante pueda:

- Explicar las normas jurídicas que regulan las sociedades en comandita por acciones.
- Comprender la forma de participación que tiene el Estado a través de la organización y funcionamiento de las sociedades de economía mixta.
- Conocer las distintas modalidades que pueden adoptar las sociedades constituidas en el exterior para trabajar en Bolivia.
- Comprender los documentos y trámites necesarios que deben asumir estas formas de organización.

Capítulo 10: REORGANIZACIÓN SOCIETARIA, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE SOCIEDADES.

OBJETIVO

Comprender los procesos de reorganización societaria. Entender las causales y procedimientos para el cese de actividades de una sociedad comercial.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
10.1. Transformación.	Exposición magistral y participativa	Pizarrón		
10.2. Fusión. Escisión.	Construcción de ideas a partir de la lectura previa	Código de Comercio	Individual	●Diagnóstica
10.3. Disolución parcial y total de sociedades comerciales.	Ejemplos	Texto	Grupal	●Heteroevaluación
10.4. Proceso de liquidación.	Preguntas			

Este capítulo permitió que el estudiante pueda:

- Comprender las diferentes alternativas que tienen las sociedades comerciales para modificar su estructura y naturaleza.
- Conocer los requisitos legales que deben cumplir las sociedades para transformarse o fusionarse.
- Entender las características y visiones doctrinales del proceso de escisión.
- Conocer las causales para la disolución de una sociedad.
- Entender el procedimiento de liquidación de una sociedad anónima.
- Comprender la relación de todos estos procesos con su actividad profesional.

Capítulo 11: EMPRESA MERCANTIL

OBJETIVO

Conocer la normativa legal vigente relacionada con la empresa mercantil.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
11.1. Elementos de la empresa.	Exposición magistral y participativa	Pizarrón	Individual	●Diagnóstica ●Heteroevaluación
11.2. Local comercial.	Construcción de ideas a partir de la lectura previa	Código de Comercio Texto		
11.3. Empresa unipersonal.	Ejemplos Preguntas			

Este capítulo permitió que el estudiante pueda:

- Comprender la normativa que regula la existencia y funcionamiento de la empresa mercantil.
- Establecer las similitudes y diferencias que existen entre los conceptos de sociedad y empresa.
- Entender lo que representa en la práctica comercial el concepto de empresa unipersonal.

Capítulo 12: TÍTULOS VALORES. PARTE 1.

OBJETIVO

Conocer la normativa legal vigente relacionada con los títulos valores

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
<p>12.1 Concepto.</p> <p>12.2 Requisitos comunes.</p> <p>12.3 Títulos nominativos, a la orden y al portador.</p> <p>12.4 Letra de cambio.</p>	<p>Exposición magistral y participativa</p> <p>Construcción de ideas a partir de la lectura previa</p> <p>Trabajo con modelos de títulos valores</p> <p>Ejemplos</p> <p>Preguntas</p>	<p>Pizarrón</p> <p>Código de Comercio</p> <p>Texto</p>	<p>Individual</p>	<p>●Diagnóstica</p> <p>●Heteroevaluación</p>

Este capítulo permitió que el estudiante pueda:

- Conocer la naturaleza jurídica de los títulos valores.
- Entender los requisitos legales que deben cumplir los títulos valores.
- Comprender las diferentes formas de circulación de los valores.
- Entender la importancia para su profesión que poseen los títulos valores.
- Conocer la regulación normativa y aplicación práctica de las letras de cambio.

Capítulo 13: TÍTULOS VALORES. PARTE 2.

OBJETIVO

Conocer las normas jurídicas vigentes relacionadas con las distintas clases de títulos valores y conocer los procedimientos para recuperar los valores destruidos o perdidos.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
13.1. Pagaré. 13.2. Cheque. 13.3. Bonos. 13.4. Cédulas hipotecarias. 13.5. Certificado de depósito. Bono de prenda. 13.6. Carta de porte. 13.7. Factura cambiaria.	Exposición magistral y participativa Construcción de ideas a partir de la lectura previa Trabajo con modelos de títulos valores Ejemplos Preguntas	Pizarrón Código de Comercio Texto	Individual	•Diagnóstica •Heteroevaluación

13.8. Reposición, cancelación y reivindicación.				
--	--	--	--	--

Este capítulo permitió que el estudiante pueda:

- Conocer la regulación normativa y aplicación práctica de los distintos tipos de títulos valores.
- Aplicar a la realidad y de acuerdo a las necesidades de su organización los diferentes títulos valores.
- Comprender la importancia de cada uno de los valores reconocidos por el Código de Comercio.
- Entender los procedimientos legales para poder cancelar, reivindicar y reponer un título valor.

Capítulo 14: CONTRATOS COMERCIALES.

OBJETIVO

Conocer la normativa legal vigente relacionada con las distintas clases de contratos comerciales.

CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS	ORGANIZACIÓN DEL AULA	EVALUACIÓN
14.1. Concepto. Elementos. 14.2. Legislación civil aplicable. 14.3. Características distintivas de los contratos comerciales. 14.4. Contrato de Compraventa 14.4.1. El contrato de compra venta en la legislación civil. 14.4.2. Requisitos especiales del contrato de compra venta comercial.	Exposición magistral y participativa Construcción de ideas a partir de la lectura previa Exposición de estudiantes Preguntas	Pizarrón Código de Comercio Texto	Individual	•Diagnóstica •Heteroevaluación

<p>14.4.3. Modalidades.</p>				
<p>14.4.4. Términos de comercio internacional.</p>				
<p>14.5. Contratos bancarios.</p>				
<p>14.5.1. Disposiciones generales.</p>				
<p>14.5.2. Línea de crédito.</p>				
<p>14.5.3. Mutuo.</p>				
<p>14.5.4. Carta de crédito.</p>				
<p>14.5.5. Cuenta corriente bancaria.</p>				
<p>14.5.6. Depósito en cuentas de ahorro.</p>				

Este capítulo permitió que el estudiante pueda:

- Conocer lo que representa un contrato desde el enfoque jurídico.
- Conocer la regulación normativa y aplicación práctica de los distintos tipos de contratos comerciales.
- Entender la estructura básica de los diferentes contratos comerciales.
- Adquirir capacidades para el manejo de algunos criterios de negociación en la compraventa internacional a partir de la aplicación de los incoterms.
- Entender el enfoque jurídico de las actividades de intermediación financiera.

3º FASE: EVALUACIÓN

En la fase de evaluación, respecto al aporte del proyecto de innovación, se realizó el relevamiento de datos, tomando en cuenta a:

Encargada de la coordinación del programa Dra. Soledad Prado de Hassenteufel.

La encargada fue responsable de la coordinación del programa de la asignatura de Derecho Comercial durante la gestión 2007-2008, la cual manifestó que el programa diseñado y aplicado, es importante porque sirve de base para el estudio de otras asignaturas de los semestres superiores y ayuda al mejor rendimiento académico en los estudiantes.

Estudiantes que cursaron la asignatura de Derecho comercial

Los estudiantes consultados que cursaron la asignatura de Derecho Comercial, en las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública, indicaron que los contenidos diseñados y aplicados en esta asignatura fueron necesarios en su formación profesional. Asimismo, expresaron estar de acuerdo en que fueron suficientes, además que esta asignatura les sirvió de base y complemento de las restantes asignaturas de la Carrera y adicionalmente reconocieron que los conocimientos adquiridos

les han servido en la vida profesional, siendo que algunos ya realizan pasantías.

Análisis de la malla curricular de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública

Del análisis realizado: se estableció que:

La asignatura de Derecho Comercial sienta las bases necesarias para el avance y estudio de la materia de Contabilidad Avanzada CON 102, puesto que en su contenido esta materia aborda temas desde el aspecto contable referidos a títulos valores, empresas mercantiles y sociedades comerciales en casi toda la extensión de su programa; también posee influencia previa en la asignatura de Derecho Laboral puesto que los conceptos de empleador se traducen en el mundo de los negocios en lo que serán las empresas y sociedades comerciales, por ende, el antecedente de Derecho Mercantil será muy útil para conocer a los sujetos de la relación laboral.

La asignatura de Contabilidad Avanzada CON 103 posee un contenido analítico totalmente relacionado con la asignatura de Derecho Comercial puesto que toda su estructura está basada en el desarrollo contable de las Sociedades Comerciales, estudiando cada una de las clases de sociedad, los procesos de reorganización societarios y la disolución y liquidación de este tipo de organizaciones.

La asignatura de Finanzas III CON212, aborda temas relacionados con bonos, acciones y sociedades anónimas, de igual manera, estudia desde un punto de vista económico ciertos contratos como ser el warrant o el leasing, habiendo obtenido una formación previa en la materia de Derecho Comercial.

Para la asignatura de Emprendimiento ICA 355, el Derecho Comercial se erige como el antecedente jurídico que debe observar y cumplir el denominado emprendedor. En mérito a lo estudiado en la materia, el estudiante podrá adoptar la forma jurídica más conveniente de acuerdo al emprendimiento comercial que decida realizar.

También, la asignatura de Derecho Comercial respecto a sus contenidos posee influencia en la asignatura de Contabilidad Bancaria CON 220, puesto que en la misma se estudia todo lo referido a esta actividad de intermediación financiera. Tomando en cuenta que los bancos son sociedades anónimas donde se guarda estrecha vinculación que existe y de igual manera en el contenido analítico de Derecho Comercial se consigna el desarrollo de algunos de los contratos bancarios más usuales.

De igual manera, se puede indicar que el Derecho Comercial tiene importancia sobre las asignaturas correspondientes al área de administración puesto que todas ellas versan teniendo en cuenta un sujeto: la empresa, que desde el punto de vista jurídico es estudiado y desglosado en la materia de Derecho Comercial, por ende, una vez adquiridos los conocimientos de esta área del Derecho, los estudiantes

están capacitados para conocer la perspectiva jurídica del sujeto que están estudiando.

8. RESULTADOS

La aplicación del programa de la Asignatura de Derecho Comercial permitió que la materia desarrollada durante el semestre contenga los elementos necesarios para que el estudiante mejore sus conocimientos jurídicos vinculados a su carrera, por ello para una mejor comprensión de los resultados obtenidos se presenta tomando en cuenta a:

Universidad

Para la Universidad La Salle permitió obtener un programa de la asignatura de Derecho Comercial para las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

Docente

A nivel docente, este documento otorga la base de la planificación semestral de las clases, siendo que cada capítulo cuenta con un objetivo, contenidos, estrategias, recursos y materiales didácticos y la forma de evaluación. Además, debe tomarse en cuenta que el programa se elaboró conforme a la legislación vigente en Bolivia.

Estudiantes

De acuerdo con los objetivos planteados para la asignatura, el estudiante que cursa Derecho Comercial, podrá mejorar sus conocimientos jurídicos en esta rama del Derecho, para que en el ejercicio de su profesional pueda enfrentarse a los desafíos y plantear soluciones novedosas y creativas respecto a su actividad.

9. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES A PARTIR DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1:

Determinar la importancia teórica del Derecho Comercial en la formación de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública.

En el presente trabajo, se efectuó un desarrollo conceptual que permitió demostrar lo siguiente:

La importancia fundamental del Derecho Comercial radica en que es la rama del Derecho que se encarga de establecer las bases necesarias para regular la actividad económica de una sociedad y a los actores que en la misma participan. Este contacto entre el Derecho y la ciencia

económica hace que sea importante al Contador o Ingeniero conocer las normas jurídicas que regularán su actividad profesional.

El Derecho Comercial, como disciplina jurídica autónoma, acoge en su seno aspectos fundamentales de la actividad económica como ser la descripción y normativa de los actores que participan en el mercado, es decir, los comerciantes, su clasificación y requisitos que deben observar.

Asimismo, la pertenencia de las sociedades comerciales a esta rama del Derecho es una parte sustancial de la materia, por su extensión y por su importancia. Los actores principales de la actividad económica privada se erigen en sociedades comerciales, por ende, la comprensión de la normativa, la estructura jurídica de cada uno los tipos societarios es fundamental para la comprensión de este tipo de organizaciones.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2:

Establecer la importancia del Derecho Comercial en el proceso enseñanza aprendizaje de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública a partir del diseño y aplicación de un programa de la asignatura

Respecto al proceso enseñanza aprendizaje de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública se concluye que:

Es importante el Derecho Comercial porque regula el área profesional a la que se dedicará el Ingeniero Comercial y el Contador Público, es decir, los profesionales dedicados a esta ciencia desarrollarán su profesión en los distintos agentes económicos del mercado. Si se considera que el Derecho Comercial norma fundamentalmente a los agentes privados, es de lógica importancia para un profesional de esta área conocer la normativa jurídica en la que se desenvuelve su profesión.

Los estudiantes que cursan la asignatura logran conocer la normativa jurídica y la base doctrinal de los sujetos que intervienen en las actividades comerciales, es decir, comprenden la importancia de los comerciantes individuales y las sociedades comerciales, adicionalmente adquieren capacidades para poder interpretar e interactuar con los diferentes órganos de las personas jurídicas que se constituyen en sujetos de la actividad económica.

Los estudiantes adquieren capacidades para comprender e interpretar correctamente el contenido de los documentos comerciales, en un marco legal, lo que les permite manejar desde una perspectiva jurídica los principales contratos comerciales y títulos valores.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3:

Presentar las fases del proyecto de innovación profesional en la asignatura de Derecho Comercial

Las tres fases que se desarrollaron que corresponden a la comunicación y gestión, la ejecución y por último la evaluación fueron cumplidas a cabalidad y se fueron desarrollando a lo largo de la implementación del contenido analítico de la materia de Derecho Comercial.

La fase de comunicación y gestión fue la más corta en términos de tiempo puesto que a partir de mi contratación en la Institución Académica se fijó de manera inmediata la necesidad de organizar el contenido analítico extendido para la materia de Derecho Comercial.

En la fase de ejecución, se construyó el programa de la asignatura de Derecho Comercial para las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública, cuyo contenido se desglosa en 14 capítulos conforme se describe en el punto 7.3. del presente trabajo, lo que permite una formación integral en esta rama del derecho en la que se destaca fundamentalmente el estudio del comerciante, a través del análisis de las sociedades comerciales y la empresa comercial y el estudio de los principales actos jurídicos que hacen a la vida económica, es decir, los contratos comerciales y los títulos valores.

Por último, la fase de evaluación, la Universidad La Salle realizó un estudio constante sobre el desempeño del docente desde la óptica del Estudiante, la autoevaluación y la calificación del Coordinador de Carrera en cuanto a las obligaciones principales del catedrático y primordialmente el desarrollo de sus clases a lo largo del semestre.

Esta fase permitió mejorar el desarrollo de las clases dado que establece parámetros para definir la competencia del docente para enseñar la materia e ir corrigiendo los aspectos en los que debe mejorar en cuanto a las estrategias metodológicas para el buen aprendizaje de la materia por parte de los estudiantes. Es importante resaltar que esta fase se desarrolló en el pasado y es constante hacia el futuro, lo que permite ir optimizando el contenido de la materia a lo largo del tiempo.

CONCLUSIONES A PARTIR DEL OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la formación académica de los estudiantes de segundo semestre de las Carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública de la Universidad La Salle a partir del diseño y aplicación del programa de la asignatura de Derecho Comercial.

Desde el punto de vista crítico, conforme al desarrollo del trabajo se debe efectuar la siguiente puntualización:

El contar únicamente con cuatro períodos académicos semanales, hace que la formación del estudiante en la materia no pueda ser completa, debiendo enfocar la enseñanza específicamente en los aspectos imprescindibles del Derecho Comercial, pudiendo a futuro analizar la pertinencia de incrementar la carga horaria para abarcar otros aspectos importantes, como ser a manera de ejemplo, el estudio de algunos contratos de colaboración empresarial.

Esta escasa carga horaria también limita las posibilidades del docente para trabajar en aspectos prácticos del Derecho Comercial, es decir, que es recomendable que el estudiante tenga un tiempo más prolongado en lo que respecta al análisis y trabajo con documentos mercantiles para adquirir una mayor experiencia.

A futuro, debe continuarse optimizando el contenido de la materia y en la medida de las posibilidades sería importante modificar el enfoque de

estudio de la misma incorporando algunos temas relevantes para la formación profesional del estudiante como ser, aspectos básicos del Derecho Administrativo que tengan relación con la empresa y primordialmente la inserción de temas de Derecho Tributario, puesto que esta rama posee mucha relevancia en la formación de los Contadores Públicos e Ingenieros Comerciales, aunque se advierte que este vacío también podría ser objeto de una reforma de la currículum académica de las carreras y no necesariamente del contenido analítico de la asignatura de Derecho Comercial, por exceder al ámbito del objeto de estudio de esta disciplina jurídica.

Más allá de las limitaciones anteriormente descritas, el estudiante de Ingeniería Comercial o de Contaduría Pública de la Universidad La Salle que cursa la asignatura de Derecho Comercial obtiene una formación integral y actualizada, que le permite enfrentarse a los desafíos de su futura actividad profesional.

Es decir, un estudiante de estas carreras, conoce, comprende y aplica los aspectos teóricos en el ejercicio de su profesión, para ser un agente de cambio en la sociedad y es capaz de dar soluciones a los problemas que se le presenten.

Por lo tanto, un estudiante de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública adquiere las siguientes capacidades:

Comprende la normativa jurídica que regula el Derecho Comercial y por consiguiente entiende la relación que existe entre la actividad económica y el Derecho.

Conoce la evolución y desarrollo del Derecho Comercial en el tiempo.

Comprende la figura del comerciante desde el punto de vista jurídico y de igual manera entiende las actividades que se consideran como comerciales para el Derecho.

Conoce e interpreta correctamente las sociedades comerciales, desde su constitución, estructura, funcionamiento, reorganización y formas de terminación del contrato.

Comprende la utilidad de trabajar con títulos valores y conoce la normativa legal que los regula.

Entiende la figura del Contrato, conoce su estructura jurídica básica y la utilidad práctica de este instituto.

Además, estos conocimientos adquiridos le serán de utilidad en lo que resta de su carrera universitaria en otras materias, como se mencionó en la fase de evaluación en el punto de análisis de la currícula académica de las carreras de Ingeniería Comercial y Contaduría Pública, dado que la materia de Derecho Comercial y los conocimientos en ella adquiridos tienen influencia directa en cinco asignaturas de su pensum, por la

coincidencia de los temas que en ellas se abordan y también posee importancia en otras materias por la relación entre los institutos que se estudian y los temas que abarcan las mismas.

REFERENCIAS

Agreda Maldonado, Roberto. Diccionario de investigación científica. Grupo Editorial Kipus. Segunda edición. Cochabamba, 2007.

Alvarez de Zayas, Carlos. Metodología de la investigación científica. Cuarta edición. Grupo Editorial Kipus. Cochabamba, 2003.

Barrera Graf, Jorge. Derecho mercantil. Ed. Universidad Nacional Autónoma de México. México, 1991.

Broseta Pont, Manuel. Manual de Derecho Mercantil. Decimotercera edición. Editorial Tecnos. Barcelona, 1997.

Palma, Gabriel. Derecho Comercial. Talleres Gráficos Artullo. Chile, 1935.

Farina, Juan. Contratos comerciales modernos. 2da. edición actualizada. Editorial Astrea. Buenos Aires, 1999.

Hernández, Roberto; Metodología de la investigación. 3ra. edición. Editorial Mc Graw Hill. México, 2002.

Jimenez, Pablo. Metodología para las investigaciones jurídicas. 1ra edición. Editorial Umaco. San Pablo, 1998.

Mostajo Machicado, Max. Seminario Taller de Grado. 2005. La Paz, UMSA.

Mendez A., Carlos. Metodología. Tercera edición. Editorial Mc. Graw Hill. Bogotá, 2001.

Morales Guillén, Carlos. Código de Comercio concordado y anotado. Segunda edición. Editorial Gisbert y Cia. S.A. La Paz, 1999.

Piantoni, Mario Alberto; Quaglia, Alfredo Gustavo. Sociedades Civiles y Comerciales. Editorial Astrea. Buenos Aires, 1977.

Ramos, Suyo Juan Abraham. Elabore su tesis en Derecho. Primera edición. Editorial San Marcos. Lima, 2004.

Santivañez, Waldo. Método práctico de elaboración del diseño de tesis en derecho. Editorial UMSA. La Paz, 2005.

Vivante, César. Derecho Mercantil. Ed. Tribunal de Justicia del Distrito Federal. México, 2002.

Witker, Jorge, Larios Rogelio. Metodología jurídica. Mc. Graw Hill. México, 1997.

Witker, Jorge. Introducción al Derecho Económico. Mc Graw Hill. México, 1999.

ANEXOS