

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

CEAD: POPAYÁN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIOECONÓMICO DE LA
PERIFERIA DEL MUNICIPIO DEL TAMBO CAUCA Y DESPLAZADOS DE LA
CABECERA MUNICIPAL.

(INFORME DE PASANTÍA)

DEISY PONCE ORTEGA
CÓDIGO: 25.424.160

POPAYÁN CAUCA SEPTIEMBRE DE 2011

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD

CEAD: POPAYÁN

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y
DE NEGOCIOS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DEISY PONCE ORTEGA
CÓDIGO: 25.424.160

INFORME DE PASANTÍA PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL COMO
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

Mag. DORA SILVANA VELASCO
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS
TUTOR ACADÉMICO

Agradecimientos DEISY PONCE ORTEGA

Durante este tiempo, buenos y malos momentos ayudaron a fortalecer mi carácter, me brindaron una perspectiva de la vida mucho más amplia y me han enseñado a ser más cautelosa pero sin dejar de ser auténtica. Al finalizar mis estudios de grado en la carrera de administración de empresas y luego de haber permanecido en la universidad casi 5 años, existen un grupo de personas a las que no puedo dejar de reconocer debido a que durante todo este tiempo estuvieron presentes de una u otra forma evitando que me perdiera en el proceso y que saliera airosa de esta experiencia.

A Dios....porque a pesar de que muchas veces puse mis intereses por encima de ti nunca me faltaste y aunque no soy tu hija más devota, en ti confío. Siempre me haz ayudado a seguir adelante y por ti aún no pierdo la esperanza, sé que todos pueden decepcionarme menos tú y reconozco que sin ti no hubiese podido sobrevivir todo este tiempo Muchas Gracias.

***A mi familia:** Por ser más de lo que les pedí y de lo que en algunas ocasiones merecía. Por dar más de lo que necesité. Por brindarme todo lo que me hizo falta antes de que lo notara, antes de que lo pidiera. Por valerse de sus experiencias para enseñarme el valor de prever. Por tener la paciencia que tantas veces he necesitado. Les agradezco principalmente por haberme dejado ser, porque estoy orgullosa de quien soy y de quien he sido. Por velar por mí. Junto a ustedes aprendí que soy justo lo que siempre he querido ser. **A mami MRJA del Socorro Ortega,** por apoyarme en los momentos en que me mantuve inmutable. Por respetar mi persona y abrir paso a mis decisiones. Por confiar en mi sentido común y ayudarme a educarlo. Por "ver" a través de mí mejor que muchos. Por ser un modelo ejemplar de madre. Junto a ti aprendí que amar es suficiente. **A papi Bolívar Ponce,** por entender mi carácter y enseñarme a moldearlo. Por instruir mi lógica respetando mis propósitos y atribuciones. Por darle siempre un lugar importante a las cosas que quiero que para muchos otros no son prioridad. Por ser un ejemplo de fortaleza, valor y coraje. Junto a ti aprendí que la fortaleza te la da la intención. **A mi hijo Miguel Esteban Salas Ponce** porque su presencia ha sido y será siempre el motivo más grande que ha impulsado para lograr esta meta.*

***A Emilce Lame Orozco...** porque eres mi mejor amiga y siempre me escuchaste, a pesar de la distancia siempre te haz mantenido constante en tu sinceridad y amistad. Por inspirarme con tus logros espero no cambies. Gracias.*

***A la universidad Nacional Abierta Y A Distancia (UNAD)** por brindarme la oportunidad de crecer con experiencias y entre personas inigualables que nunca olvidaré. Allí aprendí que no hace falta ser reconocida para sentirse orgullosa de una misma. Que se es grande tan solo por dejarse ser y mantenerse como tal a pesar de cuantos jalones te dé la vida..*

***A La Alcaldía Municipal De El Tambo Cauca:** Al señor, lorenzo Antonio Noguera, Por servir de enlace entre mis aspiraciones y mis logros, por brindarme todo su apoyo y ser partícipe activo en la consecución de mis metas en la propuesta de experiencia profesional aplicada.*

CONTENIDO

1. TITULO	7
1.1 INTRODUCCIÓN	7
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.3 FORMULACIÓN EL PROBLEMA	8
1.4 OBJETIVOS	8
1.4.1 Objetivo general	8
1.4.2 Objetivos específicos	9
1.5 LIMITACIONES.	9
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1 ANTECEDENTES	11
2.2 BASES TEÓRICAS.	12
2.3 MARCO CONCEPTUAL.	14
3. MARCO METODOLÓGICO	16
3.1 NIVEL DE INVESTIGACIÓN.	16
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	16
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.	16
3.3.1 Población	16
3.3.2 Tamaño de una muestra	16
3.4 TÉCNICAS E INVESTIGACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	18
3.5 TÉCNICAS PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.	23
4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	34
4.1 GRAFICO DE GAM	35
5. CONCLUSIONES.	37
6. RECOMENDACIONES	38
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	41

LISTA DE GRAFICAS

Gráfica 1. Nivel de formación	23
Gráfica 2. Nivel de ingresos económicos	24
Gráfica 3. Fuente de ingresos económicos	24
Gráfica 4. Acceso a tierras	25
Gráfica 5. Que titulo de propiedad posee	25
Gráfica 6. Comercialización de productos	26
Gráfica 7. Clase de productos comercializados	26
Gráfica 8. Clase de mercados al que se dirige los productos	27
Gráfica 9. Aplicación de tecnologías a labores agrícolas	27
Gráfica 10. Asistencia técnica	28
Gráfica 11. Ha realizado estudios de suelo	28
Gráfica 12. Conocimiento en la importancia del estudio de suelos	29
Gráfica 13. Participación de las familias en proyectos	29
Gráfica 14. Capacitación y seguimiento al proceso	30
Gráfica 15. Nucleos familiares que han iniciado procesos productivos	30
Gráfica 16. Solicitudes de crédito	31
Gráfica 17. Razones por las cuales las familias no solicitan créditos	31
Gráfica 18. Actividades económicas que se desarrollan en la zona	32
Gráfica 19. Aporta la comunidad para el mejoramiento de vías	32
Gráfica 20. Servicios públicos con los que cuenta la región	33
Gráfica 21. Disposición de la comunidad para recibir formación en procesos empresariales	33

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. Identificación del municipio	42
Anexo B. Escuesta para determinar un diagnostico socioeconómico de la periferia del Municipio del El Tambo y los desplazados de la Cabecera Municipal	46
Anexo C. Plan de capacitación periferia y desplazados del municipio del El Tambo Cauca	50
Anexo D. Firmas	83
Anexo E. Álbum fotográfico	90

1. TITULO

Formación para el emprendimiento socioeconómico de la periferia del Municipio Del Tambo Cauca y desplazados de la cabecera municipal.

1.1 INTRODUCCIÓN

Para que una región sea competitiva con respecto a otra es necesario identificar las fortalezas que tiene, las oportunidades que se brindan y reconocer la importancia de los recursos que posee; situación que debe aprovechar el municipio del el Tambo Cauca para el desarrollo socioeconómico que conlleva a mejorar los niveles de satisfacción y motivación de las familias campesinas.

Mediante el diagnostico de la situación real se identifica dichas oportunidades, y fortalezas que posee la región para aplicar un plan de acción necesario para mitigar la actitud de recelo y apatía que presenta las familias campesinas al emprendimiento de acciones que sirvan para optimizar el desarrollo de procesos productivo que conllevan a mejorar el nivel de vida.

A través de la aplicación de un modelo de gestión competitivo y la utilización de técnicas adecuadas a las capacidades de las familias campesinas, será necesario iniciar un proceso mediante el cual se rescate la confianza, el entusiasmo, interés y motivación para el desarrollo de actividades productivas en el municipio.

Han sido muchos los procesos iniciados que se han quedado estancados o no han obtenido los resultados esperados, fracasos que han logrado que los productores campesinos pierdan el entusiasmo e interés en el desarrollo de activas productivas sostenibles; sin embargo los productores hacen parte de todo procesos que se inicia solo con la intención de recibir los bienes o servicios que los proyectos ofrecen, pero una vez se termina la ejecución de los proyecto le dan otro destino a lo que reciben y no dan continuidad a los procesos. Con este proyecto se pretende aplicar nuevas las reglas del juego a través de técnicas que permitan llevar a buen término el proceso de formación para el emprendimiento socioeconomico en las 15 veredas de la periferia y las familias desplazadas del municipio de El Tambo Cauca.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Son muchos los aporte que las instituciones o empresas hacen al desarrollo socioeconómico de una región; beneficiaria de ello es El Municipio de El Tambo Cauca quien a través de muchas entidades ha logrado canalizar recursos para el desarrollo de actividades enfocadas al mejoramiento del nivel de vida de las

familias campesinas; actividades que no han tenido los resultados esperados, si se consideraran muchos aspectos que el municipio tiene para ubicarlo en uno de los municipios mas competitivos del departamento del Cauca, pero debido al fracaso en los procesos por el recelo, la apatía, la falta de entusiasmo y el desinterés de los productores, los nuevos procesos no se han desarrollado de forma adecuada para motivar y despertar el entusiasmo de las familias campesinas, logrando que se desaprovechen los recurso que el municipio posee, las fortaleza y oportunidades que se brindan no solo a nivel local, sino nacional e internacional para el desarrollo de la región.

En la actualidad la región cuenta con cobertura en servicios publico en la periferia del municipio y las zonas donde están ubicadas las familias desplazadas, buenas vías de acceso, variedad en los climas, buenas fuentes de agua y una ubicación geográfica que contribuiría al desarrollo socioeconómico de la región, si lograra el aprovechamiento de las oportunidades que las instituciones y empresas brindan para en el desarrollo económico del país.

Solo se requiere realizar un proceso de articulación de todas las actividades y los recursos existentes, trabajando de la mano y al mismo ritmo que lo hace el gobierno nacional dedicado a conseguir nuevos mercados a nivel internacional para nuestros productos; es una actividad casi obligatoria que si no se hace va a llevar al fracaso al desarrollo socioeconómico de la región, razón por la cual es necesario iniciar un proceso de formación de las capacidades emprendedoras de las familias campesinas del municipio de El Tambo Cauca.

1.3 FORMULACIÓN EL PROBLEMA

¿Como articular los recursos locales, nacionales con las necesidades e iniciativas existentes en las comunidades para lograr un verdadero desarrollo socioeconómico dentro del municipio del El Tambo Cauca?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general

Realizar un proceso de formación de las capacidades emprendedoras aplicando el diseño de estrategias de articulación de oferta de recursos existentes a nivel local, regional, nacional y la demanda de iniciativas propuestas para el desarrollo socioeconómico de la periferia del municipio del el Tambo cauca y las familias desplazadas.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar el grupo objetivo.
- Socializar la iniciativa
- Realizar labores de logísticas
- Aplicar un diagnóstico a la situación real en el desarrollo de procesos.
- Aplicar un plan de capacitación.
- Brindar asesoría a las comunidades para iniciar procesos de organización comunitaria, empresarial y la canalización de recursos.
- Concientizar a las familias participantes de la necesidad de proponer ante los administradores del municipio la creación de una dependencia de Competitividad y Desarrollo empresarial y comunitario dentro del organigrama de la Administración municipal.

1.5 LIMITACIONES.

Limitación Cronológica:

Una de las limitaciones más notoria es el tiempo, ya que no contamos con mucha disposición de las personas en cargadas para el fortalecimiento de estos procesos, como la UMATA, COMITÉ DE CAFETEROS, DESARROLLO COMUNITARIO etc. por motivo que se encuentran frecuentemente trabajando en distintos lugares ya que el Municipio es muy grande y son pocos los trabajadores que lo conforman siendo insuficiente la atención en los diferentes procesos.

Limitación Tecnológica.

La empresa en la actualidad lleva los registros de los diferentes programas como: formación de empresa, talleres de capacitación, talleres de emprendimiento etc. en una libreta o cuaderno que en muchos casos solo que plasmada ahí el cual retrasa enormemente el desarrollo de los procesos ya que estos no tiene continuidad o seguimiento a largo plazo.

Limitación económica:

Falta de recursos económicos por parte de la alcaldía municipal para, la gestión y fortalecimiento de estos procesos falta de interés por parte de las entidades de la alcaldía Municipal

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

El desarrollo socioeconómico del municipio de El Tambo Cauca, ha evolucionado lentamente durante los últimos 20 años, los logros o avances han ido de la mano con las políticas para el e desarrollo del país y a nivel mundial para países en vía de desarrollo.

Entidades como la red de solidaridad, Comité de Cafeteros, Reinserción, Fupad, Moví Mondo, Acción Social, los diferentes ministerios a través de sus programas y muchas organizaciones mas, han desarrollado actividades dentro del municipio en busca de mejorar el desarrollo socioeconómico de región, tratando de minimizar el impacto que ha ocasionado la violencia, el narcotráfico o diferentes situaciones que perjudican la tranquilidad y el bienestar de las familias campesinas.

A pesar de grandes inversiones el desarrollo ha sido lento, puesto que el municipio padecía un atraso por la falta de inversión de servicios públicos, educación, salud, vías de acceso y desarrollo productivo que en la actualidad han sido cubiertos en su mayoría, sobre todo en las zonas más cercanas a la cabecera municipal, denominadas como la periferia.

Todas estas inversiones han fortalecido el desarrollo social, cultural, ambiental y económico de la región, pero aún no se puede considerar como un municipio competitivo dentro del departamento que ofrezca oportunidades productivas capaces de erradicar totalmente la producción de cultivos ilícitos y los grupos al margen de la ley quienes brindan las mejores ofertas de ingresos a las familias campesinas.

Los programas ejecutados para el desarrollo productivo y que buscan mejorar la situación socioeconómica del municipio no han obtenido los resultados esperados, que generen impacto en el desarrollo económico, y ofrezcan a las familias condiciones adecuadas para motivar la producción, mas aun han sido actividades que generan los beneficiarios desconfianza por la mala ejecución de los recursos que en muchas ocasiones van a parar a manos de los profesionales encargados de ejecutar actividades o por el contrario parte de lo que se ejecuta es recibido por el beneficiario pero como no tiene una entidad u organismo que lleve un seguimiento continuo a largo plazo es destinado al abandono u olvido.

2.2 BASES TEÓRICAS.

Desarrollo socioeconómico regional

El procedimiento se encuentra integrado por cuatro fases que corresponden al Círculo de Deming (planear, hacer, verificar y actuar) y cada una de ellas se desagrega en cuatro subfases igualmente relacionadas; mismas que se definen a continuación:

Figura 1. Círculo de deming



Planeación de la cadena de valor:

Fase en la cual se diseña la cadena de valor de un ecosistema de acuerdo a las líneas estratégicas institucionales considerando desde la vocación regional hasta nichos de mercado internacional.

Subfases:

- Planear el diseño del ecosistema: Se elabora el plan para el desarrollo de la cadena de valor del ecosistema.
- Desarrollar la cadena de valor: Se establece la integración de las empresas, organismos e instituciones que conforma el ecosistema.
- Elaborar el caso de negocio del ecosistema: Se determina la factibilidad económica y social de la cadena de valor del ecosistema diseñado.
- Elaborar alternativas de inversión: Se determinan propuestas empresariales para ofrecer a inversores regionales y extranjeros.

Desarrollo de empresas:

Fase en la cual se integran a las empresas que conforman el ecosistema (Esta fase se repite en todas las empresas de forma paralela).

Subfases:

- Elaborar el plan de negocio y análisis de factibilidad: Se determina la factibilidad económica y social de las empresas que integran la cadena de valor.
- Incubar empresa: Se da acompañamiento a las empresas a través de asesoría, consultoría y capacitación para su permanencia en el mercado.
- Evaluar permanencia: Se determina el nivel de desempeño de la empresa para identificar áreas de oportunidad.
- Desarrollar acciones de mejora: Se operan planes encaminados a mejorar las áreas de oportunidad encontradas que aseguren el éxito de las empresas.

Evaluación del ecosistema

Fase en la cual se determina el desempeño de la cadena de valor del ecosistema para identificar las áreas de oportunidad.

Subfases:

- Elaborar plan de evaluación: Se definen los objetivos, medios, recursos y actividades que permitan determinar la efectividad de la cadena de valor.
- Ejecutar plan de evaluación: Se lleva a cabo el plan.
- Determinar la efectividad de la cadena de valor: Se evalúa el desempeño de la cadena de valor.
- Identificar oportunidades de mejora: Se establecen áreas de oportunidad para implementar acciones que aseguren el éxito de la cadena de valor del ecosistema.

Consolidación del ecosistema:

Fase en la cual se asegura la sustentabilidad de las empresas en función de su integración a la cadena de valor.

Subfases:

- Elaborar proyectos de mejora: Se diseña el plan para llevar a cabo acciones de mejora.
- Implementar los proyectos de mejora: Se llevan a cabo los proyectos de mejora.

- Verificar la efectividad de la cadena de valor: Se determina el impacto de los proyectos en la mejora del desempeño de la cadena de valor.
- Fortalecer la cadena de valor del ecosistema: Se elabora un plan de sustentabilidad para el éxito del ecosistema sin acompañamiento institucional.

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

Emprendimiento: manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de, iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de negocios, viables en términos de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos.

Socioeconómico: se refiere a la sociedad considerada en términos económicos.

Competitividad: La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial entre países. Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la cualidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

Desarrollo socioeconómico: permite a las personas contar con un sistema organizado que les permite valerse de recursos, como el dinero, para satisfacer sus necesidades básicas y superfluas con calidad. Para que funcione correctamente, este sistema debe ser protegido y promovido por una estructura de jerarquía superior –como un gobierno–, que base sus actividades en el respeto social.

Diagnóstico: análisis que se realiza para determinar cualquier situación, Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

Modelo de gestión: acción y al efecto de gestionar o de administrar, Se trata, por lo tanto, de la concreción de diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.

Diseño de estrategias: estilo de dirección empresarial que busca adecuar la gerencia contemporánea a los cambios que se están produciendo ha comenzado

a introducirse y a ser aplicada en nuestras organizaciones con resultados satisfactorios.

Fupad: L Fundación Panamericana para el Desarrollo.

Análisis de factibilidad: forma parte del proceso de evaluación al cual debe someterse todo nuevo proyecto de inversión

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 NIVEL DE INVESTIGACIÓN.

Descriptiva.

Consiste, fundamentalmente en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. En llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, procesos y personas.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

De campo.

La información se recogió de la comunidad a través de entrevistas y observación.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.3.1 Población

El proyecto va dirigido a 15 veredas de la periferia del Municipio de El Tambo como son: Monterredondo, Pepital, Casas Viejas, Betania, Laguna, Las Botas, Guazabarita, La Laja, Monte Oscuro, La Cuchilla, El Obelisco, La Florida, La Pubenza, El Tablón, Chisquio y a 65 familias desplazadas de la cabecera Municipal.

3.3.2 Tamaño de una muestra

Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la respuesta sería:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Total de la población

$Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en este caso deseamos un 10%).

¿A cuántas personas tendría que estudiar de una población de 65 familias desplazadas?

Seguridad = 95%; Precisión = 25%; proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5% ; si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor $p = 0.5$ (50%) que maximiza el tamaño muestral.

$$n = \frac{65 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.01^2(65 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

Al realizar las operaciones de la ecuacion n da como resultado 14.41 es decir aproximadamente 14 o 15 familias.

Si aplicamos la misma ecuacion para una poblacion de 1343 familias el resultado obtenido es

Veamos los parametros de estudio

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

donde:

N = Total de la población
 $Z_{\alpha}^2 = 1.96^2$ (si la seguridad es del 95%)

= proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
 q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión (en este caso deseamos un 90%)

Seguridad = 95%; Precisión = 25%; proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5% ; si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor $p = 0.5$ (50%) que maximiza el tamaño muestral.

$$n = \frac{1343 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.01^2(1343 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

Al realizar las operaciones de la ecuacion el tamaño de la muestra o el valor de n es 90.32; es decir aproximadamente 90 familias.

Distribucion por veredas

Tamaño muestra

Periferia urbana	Población (1343)	Proporción Poblacional	90	tamaño de la muestra para cada vereda
Monteredondo	109	0,081161579	7,304542	7
Pepital	95	0,070737156	6,366344	6
Casas Viejas	31	0,023082651	2,077439	2
Betania	136	0,101265823	9,113924	10
Laguna Tambo	113	0,084139985	7,572599	8
Las Botas	77	0,057334326	5,160089	5
Guazabarita	66	0,049143708	4,422934	4
La Laja	67	0,04988831	4,489948	4
Monteoscuro	69	0,051377513	4,623976	5
La Cuchilla	139	0,103499628	9,314966	9
El Obelisco	37	0,027550261	2,479523	2
La Florida	34	0,025316456	2,278481	2
Chisquio	235	0,174981385	15,748325	16
La Pubenza	23	0,017125838	1,541325	2
El Tablon	112	0,083395383	7,505585	8
Total	1343	1	90,000000	90

3.4 TÉCNICAS E INVESTIGACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para la recolección de la información se diseño un modelo de encuesta el cual fue aplicado a las 15 veredas de la periferia y a las 65 familias desplazadas.

Modelo de encuesta:

ESCUESTA PARA DETERMINAR UN DIAGNOSTICO SOCIECONOMICO DE
LA PERIDERIA DEL MUNICIPIO DEL EL TAMBO Y LOS DESPLAZDASO DE LA
CABECERA MUNICIPAL

Fecha _____
Nombre _____
Vereda _____
Teléfono _____

1. Qué nivel de escolaridad hay en su familia:
 - A. Primaria _____
 - B. Secundaria _____
 - C. Técnicos _____
 - D. Tecnológicos _____
 - E. Universitarios _____

2. Su núcleo familiar recibe ingresos económicos :
 - A. Diario _____ a cuanto equivale _____
 - B. Semanal _____ a cuanto equivale _____
 - C. Quincenal _____ a cuanto equivale _____
 - D. Mensual _____ a cuanto equivale _____

3. su núcleo familiar de donde recibe ingresos económicos.
 - A. Trabajo al jornal _____
 - B. Del trabajo de la finca _____
 - C. Otro cual _____

4. Usted posee tierra para cultivos.
Si _____ no _____

5. Que titulo de propiedad posee.
 - A. escritura _____
 - B. contrato de arrendamiento _____
 - C. documento de compraventa _____

6. usted comercializa sus productos
si _____ no _____

7. que productos comercializa

D. cuales _____

17. cuando lo recibe le brindan capacitación o seguimiento

si _____ no _____

18. qué proyecto o proceso productivo a iniciado su núcleo familiar.

Si _____ no _____ cual _____

19. ha solicitado algún tipo de crédito a alguna entidad financiera

Si _____ no _____ porque: incrementar ingresos económicos

20. esta dispuesto a solicitar crédito para algún proceso productivo

si _____ no _____

21. qué actividad económica se desarrolla en la vereda.

- A. Agricultura
- B. Ganadería
- C. Minería
- D. Pesca

22. Que vías de acceso tiene su vereda

- A. Caminos _____
- B. carretera _____

23. el estado de estas vías es:

bueno _____ malo _____

24. la comunidad hace algún aporte para el mejoramiento del as vías

Si _____ no _____

25. Con cuál de estos servicios públicos cuenta su vereda necesarios para el bienestar de la familia y el desarrollo de su actividad económica.

- A. Agua _____
- B. Luz _____
- C. teléfono _____
- D. Internet _____

26. Le gustaría recibir capacitación para formación de microempresas o fortalecimiento de ellas.

Si _____ no _____

3.5 TÉCNICAS PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

En el mundo en que vivimos la información es algo muy importante, luego debemos saber cómo encontrarla y manejarla para obtener buen resultado de lo que queremos Conocer (saber cuáles son) y encontrar las fuentes de información adecuadas. Identificar reconocerla al encontrarla y seleccionar la información .Analizar los datos (cómo son, qué dicen,), sintetizar (resumirlos) los datos y comunicar los resultados a los demás.

Para la tabulación y presentación de la información se utilizo el programa Microsoft Excel.

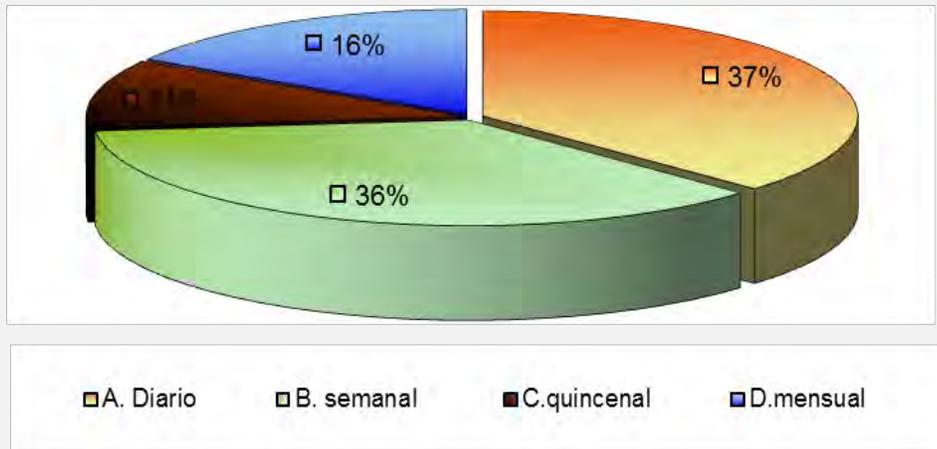
Gráfica 1. Nivel de formación



El desarrollo del sector socioeconómico está dado principalmente por el nivel educativo que tiene los miembros del núcleo familiar, a mayor formación académica, mayor es la posibilidad de obtener un mejor nivel de vida, pero como podemos evidenciar en la gráfica, la preparación académica que presenta el grupo de 105 familias encuestadas en la periferia del municipio del El tambo que corresponde a 15 veredas presenta una debilidad, la mayor parte representa el nivel de educación secundaria y los niveles tecnológicos y superiores son muy bajos, situación que conlleva fortalecer el atraso socioeconómico de la zona y a desaprovechar las oportunidades brindadas.

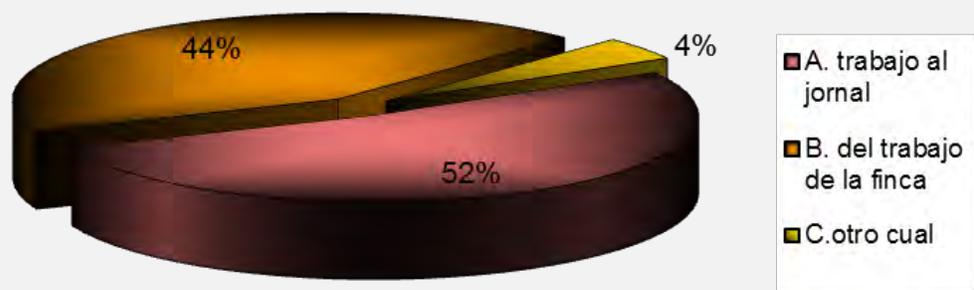
Gráfica 2. Nivel de ingresos económicos

2. NIVEL DE INGRESOS ECONOMICOS :



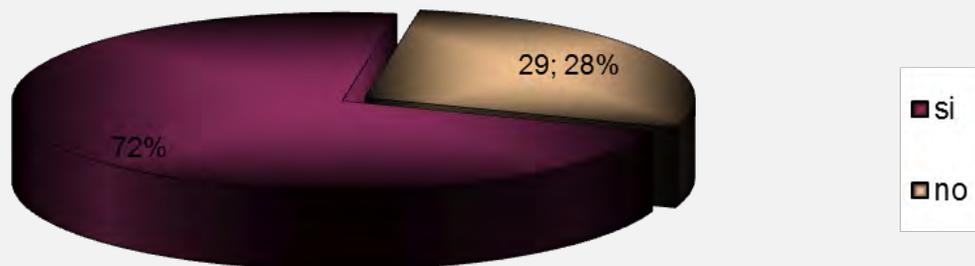
La frecuencia con la que las familias campesinas encuestadas recibe sus ingresos, demuestra que el índice de empleo de la zona es informal, los trabajos remunerados al jornal que son cancelados diario o semanal, no permiten ofrecer un estabilidad económica, pues solo se da ocasionalmente sin tener derecho a beneficios laborales y a un trabajo permanente.

Gráfica 3. Fuente de ingresos económicos



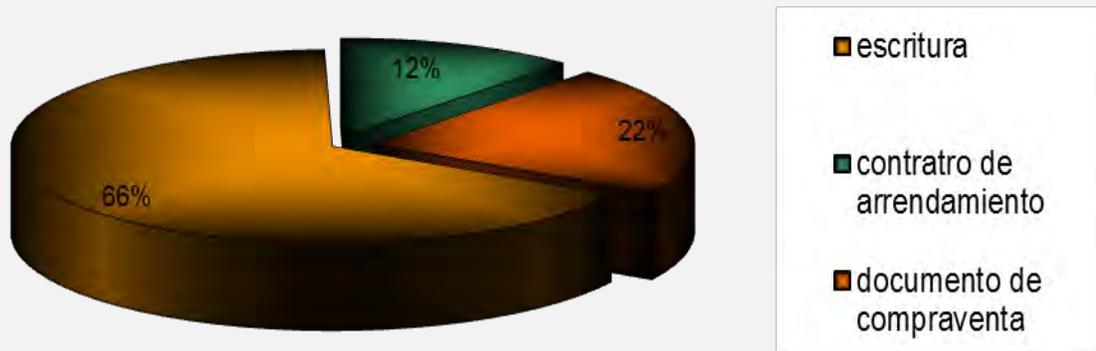
La grafica permite evidenciar que la fuente de ingresos de las familias campesinas es al jornal o mediante el desarrollo de actividades en la finca, situación que genera los bajos ingreso economico y los niveles de vida deficientes.

Gráfica 4. Acceso a tierras



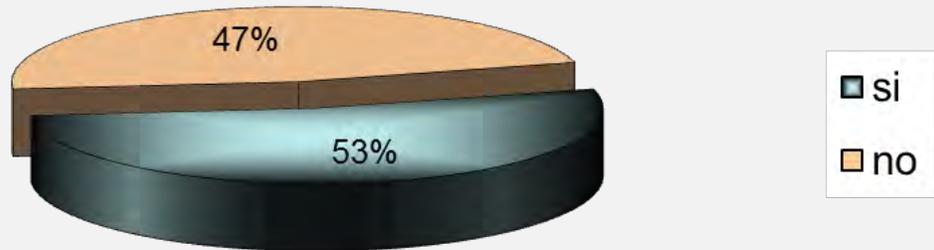
Para el desarrollo socioeconómico es importante tener acceso a terrenos, puesto que son un activo importante de las familias campesinas, que puede contribuir en la iniciación de procesos productivos eficientes y eficaces. El acceso a terrenos y la mano de obra pueden ser considerados como un aporte en la ejecución de un

Gráfica 5. Que título de propiedad posee



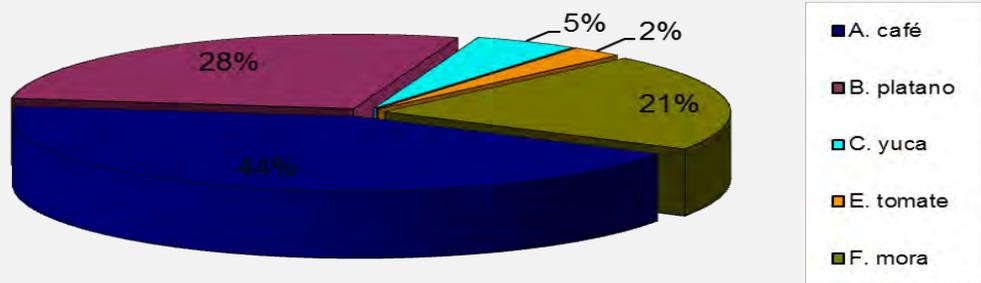
Del 72% de las 105 familias encuestadas una gran cantidad cuenta con títulos de propiedad que pueden llegar a servir como garantía para la solicitud de créditos necesarios para canalizar recursos económicos.

Gráfica 6. Comercialización de productos



Es bajo el nivel de comercialización de productos que derivan la producción agrícola, pecuaria, artesanal y minera del municipio, considerando la apertura de mercados e internacionales que dará oportunidad a otros países para que invadan los mercados con precios bajos, productos de mayor calidad y grandes cantidades.

Gráfica 7. Clase de productos comercializados

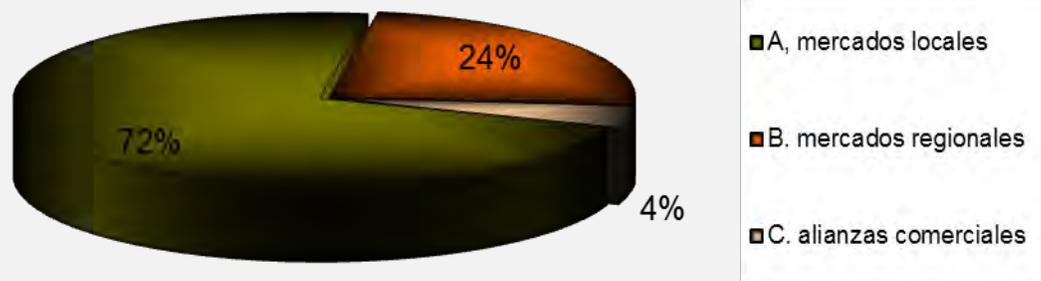


Los productos como café y plátano comercializados, son productos que ya han sido posicionados en los mercados internacionales, pero la comercialización derivada del municipio de El Tambo Cauca, es dirigida a cubrir los mercados locales y nacionales por sus bajos niveles de calidad y cantidad.

La producción de otros productos como yuca, habichuela, tomate y mora se da en cantidades pequeñas, porque son dirigidas a mercados locales; esta clase de productos es necesario fortalecerla puesto que se han convertido en productos indispensables para la canasta familiar.

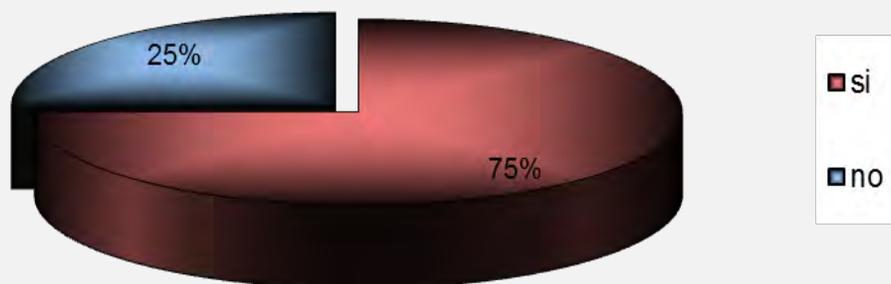
De igual forma es necesario fortalecer la producción de otras actividades agrícolas también necesaria en la canasta familiar especialmente las frutas, hortalizas, tubérculos etc. Con la apertura de mercados internacionales las empresas dedicadas a la comercialización de estos productos van a necesitar cumplir con grandes cantidades que cumplan con los estándares de calidad, cantidad a menor tiempo.

Gráfica 8. Clase de mercados al que se dirige los productos



Esta grafica nos permite confirmar que los productos derivados del municipio de el Tambo Cauca, son dirigidos a mercados locales, en menor cantidad a mercados regionales y en un nivel muy bajo a alianzas comerciales. Aquí podemos entender porque el grado de desmotivación de las familias campesinas para el desarrollo de las producciones agricolas esta dado por los bajos precio y la dificultad para comercializar sus productos, puesto que los mercados locales se convierten en un centro de competencia desleal, se juega con los precios sin importar que se entreguen productos a precios muy bajos.

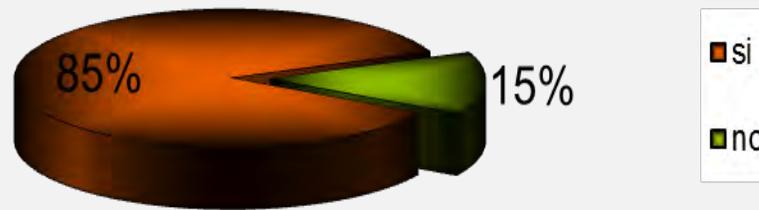
Gráfica 9. Aplicación de tecnologías a labores agrícolas



La aplicación de tecnología a las labores agricolas y pecuarias se esta convirtiendo en una necesidad prioritaria, para mejorar y agilizar los procesos. Asi sea elementos de menor capacidad estan siendo utilizados para el desarrollo de dichas actividades dentro del municipio de El Tambo Cauca.

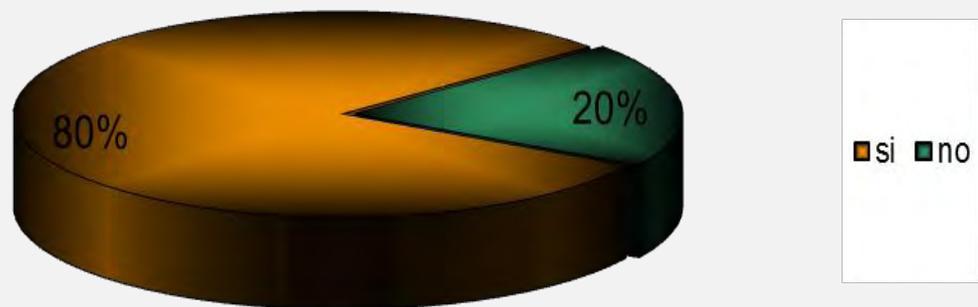
Una forma importante para volver eficiente los procesos en la producción agricola sera la adquisición de un banco de maquinaria a la que puedan tener acceso las

Gráfica 10. Asistencia técnica



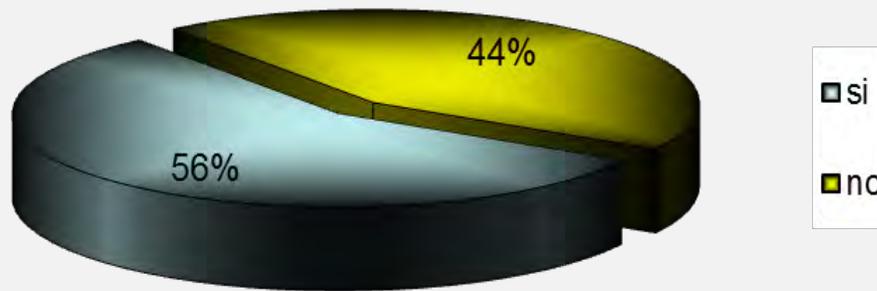
Se puede evidenciar que los procesos productivos del municipio van acompañados de asistencia técnica, es decir que las actividades que se desarrollan no fracasan por desconocimiento del manejo en los procesos sino que existen otros factores que lo ocasionan y los cuales hay que identificar y contrarrestarlos.

Gráfica 11. Ha realizado estudios de suelo



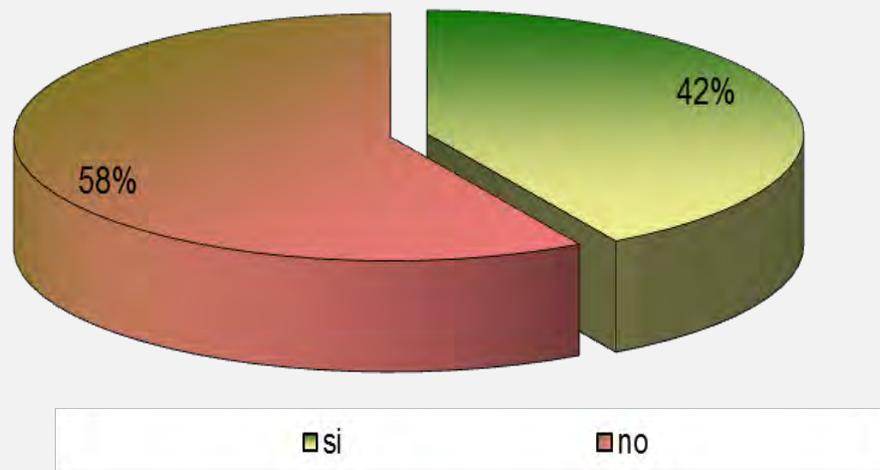
La mayor parte de las familias encuestadas ha realizado estudios de suelos, es decir tienen conocimiento de cual es la situación que se presenta y de los correctivos que deben aplicar para mejorar, entonces este es otro factor que se debe descartar a la hora de determinar el fracaso en los procesos productivos.

Gráfica 12. Conocimiento en la importancia del estudio de suelos



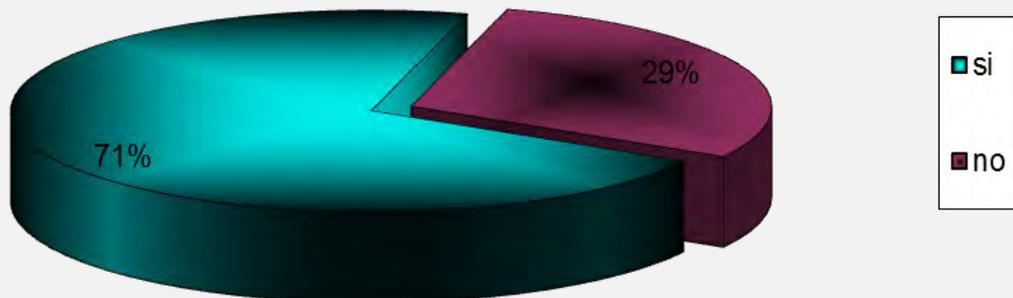
Con esta grafica se evidencia que los productores campesinos conocen la importancia del estudio de suelos, entonces es necesario determinar cuales son las causas que conllevan a mala calidad de los suelos y la improductividad; es posible que a pesar de que conozcan la importancia de esta información no apliquen los correctivos necesarios.

Gráfica 13. Participación de las familias en proyectos



Que el 58% de las familias encuestadas haya participado en la ejecución de proyectos es bueno pero no excelente, y el 42% es un índice alto que puede reflejarse por falta de oportunidad, desinterés de las familias participante o desconocimiento del proceso, mediante este diagnostico conoceremos cual es la situación real que conlleva al atraso del municipio.

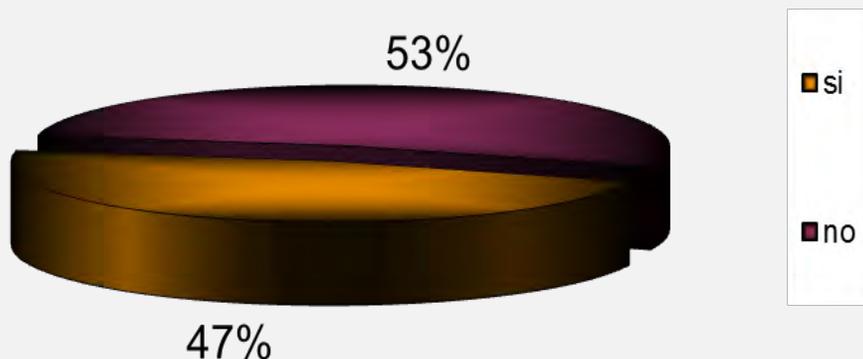
Gráfica 14. Capacitación y seguimiento al proceso



Los procesos iniciados han tenido capacitación y seguimiento, pero es necesario determinar la razón porque las actividades productivas no han sido sostenibles, ni rentables, ni se han desarrollado de manera eficaz como verdaderas actividades empresariales, puesto que se hacen en pequeñas cantidades y se obtienen bajos niveles de ingresos.

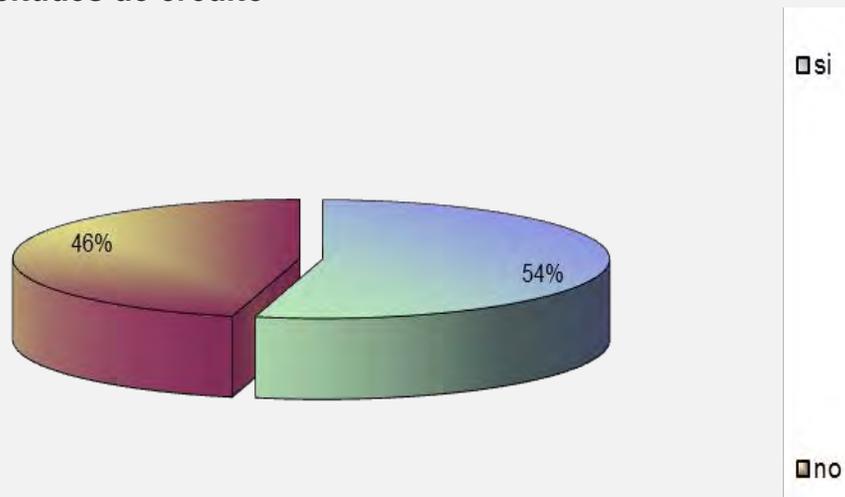
Gráfica 15. Nucleos familiares que han iniciado procesos productivos

18. NUCLEOS FAMILIARES QUE HAN INICIADO PROCESOS PRODUCTIVOS

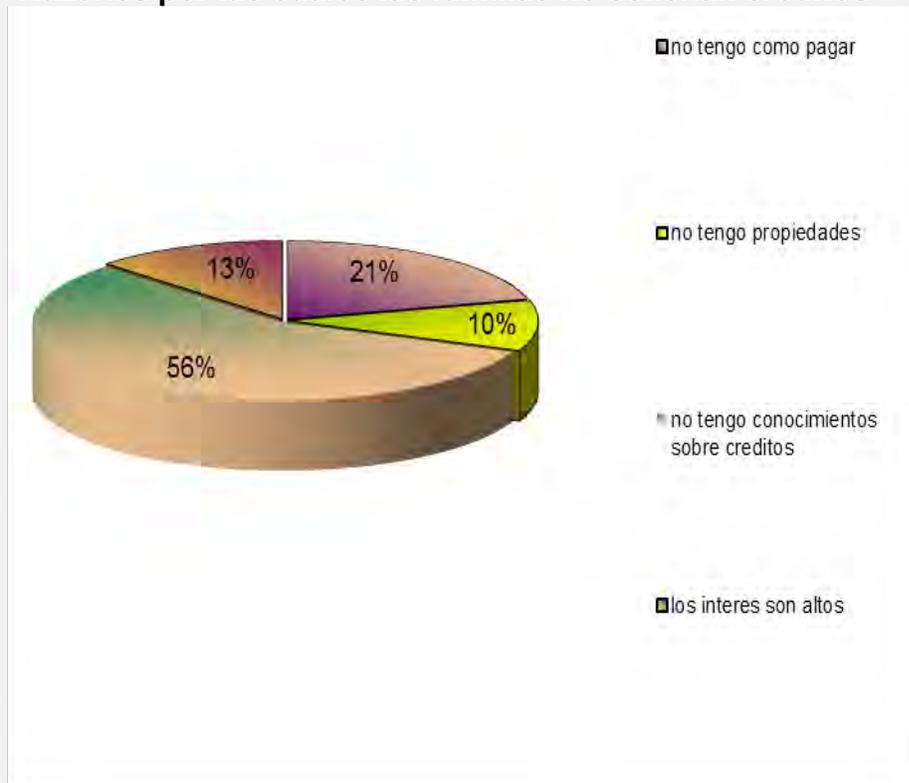


Tomando como base que el 72% de las familias encuestadas tiene acceso a tierras, podemos evidenciar en esta gráfica que solo el 53% ha iniciado procesos productivos, situación que no favorece para nada el desarrollo socioeconómico de la región ya que se considera que un 47% es un índice de desperdicio alto, en tierras que son de buena calidad, en buenos climas, donde hay suficiente cantidad de agua, servicios públicos, vías de acceso y una buena posición geográfica con respecto al municipio, es una zona que está ubicada en la

Gráfica 16. Solicitudes de crédito

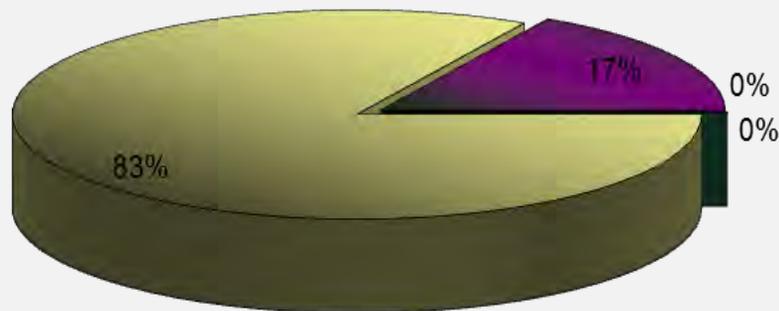


Gráfica 17. Razones por las cuales las familias no solicitan créditos



Parte del fortalecimiento de las capacidades emprendedoras empieza por brindar preparación a las familias para la canalización de recursos a través de créditos.

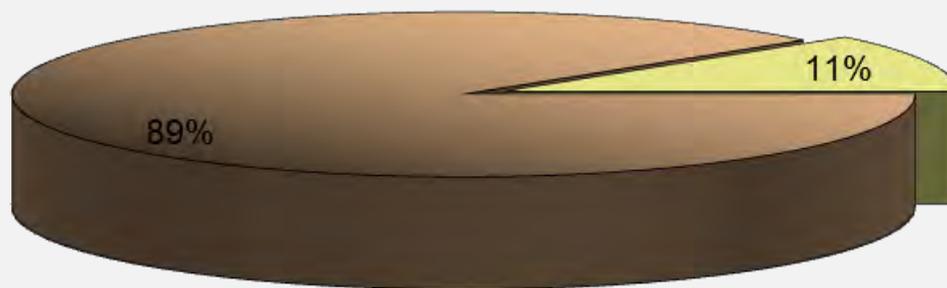
Gráfica 18. Actividades económicas que se desarrollan en la zona



■ A. agricultura ■ B. ganadería ■ C. minería ■ D. pesca

En La zona que ha sido tomada como base para el fortalecimiento de capacidades emprendedoras, a quien se se esta aplicando el diagnostico se desarrolla en mayor cantidad actividades agricolas y ganaderas, Esta situación refleja el gran potencial que tiene el municipio para fortalecer el desarrollo socioeconomico a partir del desarrollo agropecuario.

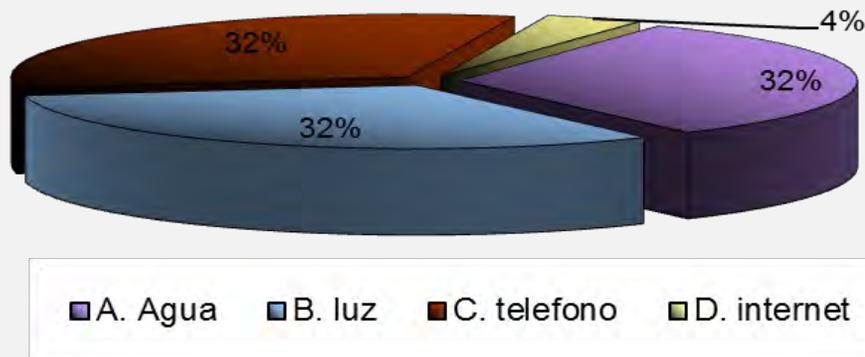
Gráfica 19. Aporta la comunidad para el mejoramiento de vías



■ si ■ no

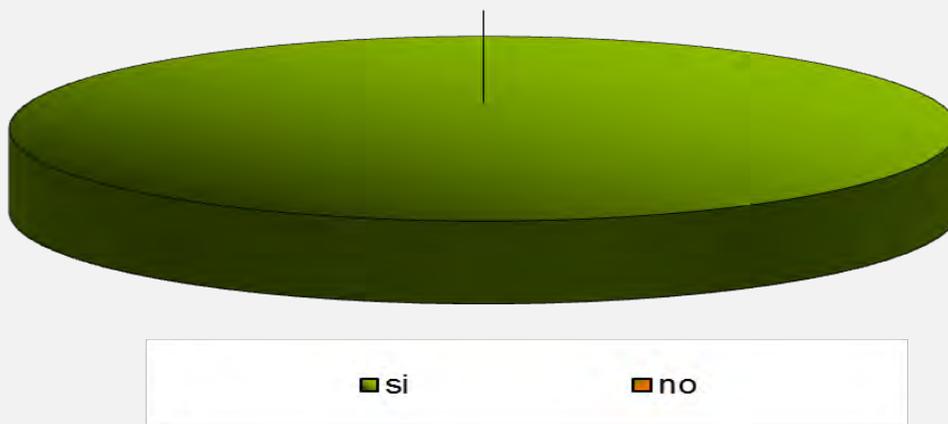
En esta grafica se puede evidenciar el aporte que hacen las comunidades al mejoramiento de vias, ya que estas se consideran un aspecto fundamental en el desarrollo de una comunidad.

Gráfica 20. Servicios públicos con los que cuenta la región



La región cuenta con buena cobertura en servicios públicos y en la medida en que pasa el tiempo el gobierno invertirá en la ampliación de la cobertura de servicios de comunicación como telefonía e internet necesarios para el desarrollo de la economía de la región.

Gráfica 21. Disposición de la comunidad para recibir formación en procesos empresariales



La comunidad tiene plena disposición para el emprendimiento de procesos productivos que sirvan para el mejoramiento del nivel de vida de las familias campesinas y sobre todo para iniciar procesos productivos empresariales donde se desarrollen actividades que motiven la cultura empresarial, la organización, el trabajo en equipo y sobre todo ofrezcan a las familias campesinas procesos empresariales sostenibles en el tiempo, generando confianza que en lo que se hace y en quienes aportan un grano de arena para estos procesos.

4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Recursos	Tipo	Cantidad	Vlr.unitario	Vlr.total
	Estudiante (pasante)UNAD	1	0	0
	Encargado de la alcaldía	1	0	0
	Instructor SENA (agrónomo)	1	0	0
	Técnico UMATA	1	0	0
	Extensionistas comité de Cafeteros	1	0	0
Fianaciers		0	0	0
Equipos	Cámara fotográfica	1	\$350.000	\$350.000
	Video vin dado por la alcaldía	1	0	0
	Equipo (PC) (dado por la alcaldía.	1	0	0
	Impresora (dado por la Alcaldía)	1	0	0
	Moto	1	0	0
Tecnológicos	Alquiler Modem Internet	10	\$1000	\$10.000
	Memoria 2GB	1	0	0
	Bono Gasolina	1	\$80.000	\$80.000
Materiales	Papelería	1	\$50.000	\$50.000
			TOTAL	\$490.000

4.1 GRAFICO DE GAM

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PRACTICA PROFESIONAL APLICADA							
No	ACTIVIDADES	MESES					
		ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
1	Socialización del proyecto ante la alcaldía Municipal y desplazados de la cabecera.						
2	desarrollo contenido del proyecto						
3	recolección de información de las familias de la periferia de Municipio						
4	Identificación de las 65 familias desplazadas de cabecera Municipal.						
5	acompañamiento						
6	entrega primer informe						
7	corrección a informe						
8	socialización del proyecto a las 14 veredas de la periferia del Municipio						
9	Socialización y conversatorio a las 65 familias desplazadas de la cabecera Municipal.						
10	búsqueda de recursos a diferentes entidades como: SENA, FUPAD, AGROSOLIDARIA , UMATA ETC.						
11	Coordinación de logística para las diferentes actividades.						
12	entrega segundo informe						
13	análisis de datos para sacar el tamaño de la muestra						
14	Redacción de las preguntas para realizar las encuestas.						

5. CONCLUSIONES.

- Con el desarrollo de este proceso se dio inicio al emprendimiento de nuevas acciones que conllevan al desarrollo socioeconómico de la región.
- La información brindada fue emitida utilizando mecanismos que facilitaron el entendimiento de los temas y la importancia de la aplicabilidad.
- Se despertó la necesidad de exigir ante los administradores locales la creación de una dependencia que brinde apoyo al desarrollo empresarial y competitivo del municipio.
- Se resalto la importancia que tiene el avance socioeconómico del municipio a partir de las inversiones realizadas que ha brindado los recursos, elementos y herramientas necesarias para el desarrollo de la región.
- Se logro concientizar a los participantes de la responsabilidad que tienen ellos como beneficiarios de los programas ejecutados en el fracaso éxito de las actividades.
- Se concientizo a los participantes de mejorar los niveles de participación en la ejecución de los procesos.
- Se brindaron herramientas y conocimientos adecuados para la presentación de propuestas a la hora de realizar los planes de desarrollo en la región.

6. RECOMENDACIONES

Para que las acciones que se emprendan en busca del desarrollo socioeconómico de la región sean efectivas es necesario articular una serie de herramientas, recursos e iniciativas existentes en el municipio, el departamento, la nación y a nivel internacional, acciones que se deben desarrollar acompañadas de un grupo de profesionales con la capacidad para apoyar esfuerzos comunitarios que buscan el desarrollo productivo y competitivo de la región; por esta razón es aconsejable constituir dentro de la planta de personal de la administración municipal una dependencia que se encargue del proceso de Desarrollo Empresarial y competitivo en el municipio de El Tambo Cauca, para que haga un seguimiento continuo y a largo plazo de los procesos productivos emprendidos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Curso conocimientos básicos de contabilidad Fulcun Coronado, Juan Carlos., (2006, 01 de Septiembre).
2. Acción Social Manual de acceso a la cooperación internacional.(2007, marzo).
3. Creación de empresas para emprendedores.mht. Gestión 21(2003, 02 de agosto)
4. Instituto tecnológico de Sonora. Desarrollo socioeconómico regional.
5. Impuestos aplicables a las personas Jurídicas constituidas como Entidades sin Animo de Lucro., (207, 27 de agosto
6. Declaración de Renta y Complementarios Personas Naturales y Asimiladas No Obligadas a llevar Contabilidad., (2011).
7. Municipio de El Tambo Cauca. Nuestro municipio.
8. Koontz, Harold, y Cyril O'Donnell. *Curso de Administración Moderna. 4a. ed. México: McGraw-Hill, 1972.*
9. EMPRESA FAMILIAR. Peter W. Leach.Esta obra investiga los diversos aspectos que puede atravesar una empresa familiar que debe competir en el mercado.
- 10.INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Ronald M. Weiers, Prentice Hall
- 11.LA INTEGRACIÓN CLIENTE-EMPRESA. Richard G. Whitley, Diane G. Hessian.Esta obra nos revela los secretos obligados que las empresas exitosas comparten
- 12.*Análisis organizacional y empresa unipersonal (Aldo Schlemenson)*
- 13.ALVAREZ, J. y RIPOLL FELIU, V.. (1996). Contabilidad de Gestión Avanzada: Planificación, control y experiencias prácticas, [España](#), McGraw-Hill/Interamericana de España, 448 pp.
- 14.CORRALES, B. (1995). Modelo de Sistema de Costos para empresas de servicio basado en el Costeo por Actividad. Caso: Gomaca. Trabajo de grado no publicado, Universidad Nacional Abierta, Centro Local Carabobo.

15. GERTZ, M. F., (1996). Origen y Evolución de la Contabilidad: Ensayo histórico, 5ta ed., México, Editorial Trillas, 159 pp.
16. RAYBURN, L. G. (1987) Contabilidad de Costos (Vol. 1-2), España, Ediciones Centrum Técnicas y Científicas, 944 pp. Título original: Principles of Cost Accounting: Managerial applications, U.S.A., (1986) Traducido de la 3ra ed. por: Juan Mustavas Soler.
17. REDONDO, A. (1989). Curso Práctico de Contabilidad General. 11a. ed., Venezuela, Centro Contable Venezolano, 1018 pp.

CIBERGRAFIA

<http://www.mailxmail.com/curso-conocimientos-basicos-contabilidad>

www.yriscarbuccia.tripod.com/

[www.mailxmail.](http://www.mailxmail.com/)

[http://www.itson.mx/Universidad/Paginas/proc-desarrollo.aspx.](http://www.itson.mx/Universidad/Paginas/proc-desarrollo.aspx)

[www.actualisece.com/Impuestos aplicables a las personas Jurídicas](http://www.actualisece.com/Impuestos_aplicables_a_las_personas_Juridicas)

www.dian.gov.co

[http://es.getamap.net/mapas/colombia/cauca/ el tambo/](http://es.getamap.net/mapas/colombia/cauca/el_tambo/)

<http://eltambo-cauca.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=M-xx1-&m=f&s=m#historia>

www.es.scribd.com/doc/16209476/Metodos-yTecnica-para-procesar-informacion

www.itson.mx/Universidad/Paginas/proc-desarrollo.aspx

<http://www.emprendedores.com.uy/maximiliano.html>

www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria

www.fupad.org

www.periodismousac.wordpress.com/2008/08/08/desarrollo-socioeconomico/

ANEXOS

Anexo A. Identificación del municipio

Nombre del municipio: EL TAMBO CAUCA

NIT: 891.500.978-6

Código Dane: 19256

Gentilicio: TAMBEÑO

Símbolos

Escudo



El escudo propuesto para El Tambo C, tiene la forma de un corazón y se divide en tres fajas. En la primera aparece una granada de oro, y a un lado y otro de ella cornopias que vierten oro y frutos. Esta primera faja simboliza nuestra riqueza.

En la central el verde de nuestra cordillera occidental resaltando nuestra flora y fauna; en nuestros valles y montañas los Tambos, chozas construidas por nuestros primeros habitantes, el café símbolo de nuestra economía regional.

Bandera



Es de figura cuadrada, compuesta de tres fases horizontales de un mismo largo, con los tres colores rojo amarillo y verde.

ROJO: Simboliza el amor a la patria chica y la sangre derramada por nuestros antepasados indígenas y héroes en los campos de batalla de Guazábara y la cuchilla del Tambo, librada entre españoles y patriotas el 29 de junio de 1816.

AMARRILLO: Simboliza la riqueza de nuestro suelo en los tres reinos de la naturaleza: animal, vegetal y minera.

VERDE: Simboliza la esperanza en el progreso cultural de sus industrias, comercio y desarrollo.

ASTA: es el palo a cuyo extremo o en medio del cual se pone la bandera.

Moharra es una pequeña lanza de hierro colocada en el extremo de la bandera.

La bandera de El Tambo fue adoptada como insignia mediante Acuerdo del Honorable Concejo Municipal declarado exequible por el alcalde Efraín Idrobo Rengifo, en agosto de

Otros símbolos

EL OBELISCO Históricamente este territorio es importante por cuanto aquí se llevo a cabo la Batalla de la Cuchilla de El Tambo, librada el 29 de Junio de 1819 por el ejercito patriota que durante tres horas, con 550 infantes, 30 artilleros, 70 caballerías, veteranos y voluntarios comandados por JUAN MARÍA MEDINA, conecedor de la topografía del lugar, combatieron contra las fuerzas de Sámano, provenientes de Quito y ubicadas ya en el nombrado sitio. El frente del Ejercito Granadino estuvo el Coronel LIBORIO MEJÍA, quien asumió la presidencia de la

Nueva Granada a finales de Junio de ese año. En la actualidad en el sitio histórico de la Cuchilla de El Tambo se ha construido un obelisco en homenaje al ejercito patriota que fue derrotado por Juan Sámano. El 29 de junio de 1968 la academia Colombiana de Historia rinde homenaje al ejercito Neogranadino y coloca una placa conmemorativo que dice: “La temeridad y le heroísmo Inspirados por el amor indeclinable a la patria agonizante Impulsaron por las fortificadas breñas De la Cuchilla de El Tambo A un puñado de valientes Comandados por la gallarda juventud de Liborio Mejia Aquí el 29 de Junio de 1816 Fueron desechos los restos Del glorioso ejercito Neogranadino Llor a su heroísmo. Homenaje de La Academia Colombiana de Historia Junio 29 de 1968.

Historia

Fecha de fundación: 15 de septiembre de 1641

Reseña histórica:



La fecha de fundación de El Tambo corresponde a El 15 de Septiembre de 1641, la cual se constató mediante transcripción paleográfica de los documentos que reposan en el Instituto de Investigaciones Históricas “José María Arboleda” que data del siglo XVI. El Sargento mayor JOSEPH FRANCISCO CARREÑO, Gobernador y Capitán General de la provincia, reunió a los indios para averiguar por sus tratamientos, el pago, mantenimiento, la calidad y extensión de las tierras y el número de personas que componían el poblado e impuso a don IGNACIO VIRCACHA , esposo de la cacica de este pueblo doña MANUELA BETE y a MANUEL MAQUIANO, MANUEL ANAYA Y SEBASTIÁN ACHÍ, la obligación de vivir en el pueblo, en vida racional y cristiana, quienes así convinieron e hicieron sus casas, iniciándose así un proceso de resurgimiento.

Ya en 1890 se dictó la ley 89 que estableció las parcialidades de Chapa, Alto del Rey y la Cuchilla y en 1914 se elevo a la categoría de Municipio, mediante ordenanza número 45.

Geografía

Descripción Física:

El Tambo limita al norte con el municipio de López de Micay; al sur con los municipios de Patía, La Sierra y Argelia; al oriente con los municipios de Morales, Cajibío, Popayán, Timbío y Rosas; al occidente con el municipio de Guapi. Presenta tres pisos térmicos frío, medio y cálido que favorecen gran diversidad de cultivos y cuenta con importantes elevaciones: los cerros de Altamira, Don Alfonso, Mechengue, Napi, Pan de Azúcar, Santana y Munchique donde se encuentran ubicadas las antenas de ayudas de aeronavegación (radar de la aeronáutica civil) y de transmisión de las señales de telecomunicaciones en el occidente colombiano (INRAVISIÓN Y TELECOM).

Límites del municipio:

El Tambo limita al norte con el municipio de López de Micay; al sur con los municipios de Patía, y Argelia al oriente con los municipios de Morales, Cajibío, Popayán, Timbío y Rosas; al occidente con el municipio de Guapi

Extensión total: 3280 Km²

Extensión área urbana:

Extensión área rural:

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1750 metros sobre el nivel del mar

Temperatura media: Temperatura media de 18 ° C

Distancia de referencia: 33 km de POPAYAN

Anexo B. Escuesta para determinar un diagnostico socioeconómico de la periferia del Municipio del El Tambo y los desplazados de la Cabecera Municipal

Fecha ____ 10 de julio de 2011 ____

Nombre ____ Berenice Hurtado ____

Vereda ____ Betania ____

Teléfono ____

1. Qué nivel de escolaridad hay en su familia:

- A. Primaria ____
- B. Secundaria __x__
- C. Técnicos ____
- D. Tecnológicos ____
- E. Universitarios ____

2. Su núcleo familiar recibe ingresos económicos :

- A. Diario ____ a cuanto equivale ____
- B. Semanal ____ a cuanto equivale ____
- C. Quincenal __x__ a cuanto equivale ____ 150.000__
- D. Mensual ____ a cuanto equivale ____

3. su núcleo familiar de donde recibe ingresos económicos.

- A. Trabajo al jornal ____
- B. Del trabajo de la finca __x__
- C. Otro cual ____

4. Usted posee tierra para cultivos.

Si __x__ no ____

5. Que titulo de propiedad posee.

- A. escritura __x__
- B. contrato de arrendamiento ____
- C. documento de compraventa ____

6. Usted comercializa sus productos

si __x__ no ____

7. Que productos comercializa

- A. café D. habichuela
B. plátano E. tomate
C. yuca F. mora

8. Donde comercializa sus productos.

- A. En mercados locales
B. Mercados regionales
C. Alianzas comerciales

9. Usted aplica tecnología para sus labores agrícolas y pecuarias

Si no

10.Cuál es la tecnología en maquinaria mecánica que aplica.

- A. Motores
B. Guadañas
C. Tractores
D. Otros cuales

11. Usted recibe asistencia tecnificada.

Si no

12. Usted ha realizado estudios de suelos

Si no

13. Sabe cuál es la importancia de los estudios de suelos.

Si no

14. Su núcleo familiar hace parte de la ejecución de un proyecto productivo.

Si no

15. Usted ha recibido alguna ayuda por parte de alguna entidad para incrementar sus ingresos económicos

Si no

16. Qué clase de aporte a recibido

- A. Económico _____
- B. capacitación _____
- C. bienes y servicios x _____
- D. cuales _____

17. Cuando lo recibe le brindan capacitación o seguimiento

si _____ no x _____

18. Qué proyecto o proceso productivo a iniciado su núcleo familiar.

Si _____ no x _____ cual _____

19. Ha solicitado algún tipo de crédito a alguna entidad financiera

Si x _____ no _____ porque: incrementar ingresos económicos

20. Esta dispuesto a solicitar crédito para algún proceso productivo

si _____ no x _____

21. Qué actividad económica se desarrolla en la vereda.

- A. Agricultura x
- B. Ganadería
- C. Minería
- D. Pesca

22. Que vías de acceso tiene su vereda

- A. Caminos _____ x _____
- B. carretera _____

23. El estado de estas vías es:

bueno _____ malo x _____

24. La comunidad hace algún aporte para el mejoramiento del as vías

Si x _____ no _____

25. Con cuál de estos servicios públicos cuenta su vereda necesarios para el bienestar de la familia y el desarrollo de su actividad económica.

- A. Agua
- B. Luz
- C. teléfono
- D. Internet

26. Le gustaría recibir capacitación para formación de microempresas o fortalecimiento de ellas.

Si no

Anexo C. Plan de capacitación periferia y desplazados del municipio del El Tambo Cauca

Al iniciar el desarrollo del proceso de formación para el Emprendimiento socioeconómico de la periferia del Municipio Del Tambo Cauca y desplazados de la Cabecera Municipal, se determino aplicar un modelo de gestión competitiva mediante el cual se pudiera determinar la situación del municipio de El Tambo Cauca y los motivos por los cuales siendo unos de los municipios mejor ubicados dentro del departamento y con los recursos necesarios, no ha sido posible su desarrollo socioeconómico, al igual que otros municipios a nivel nacional en las mismas condiciones.

Para ello es necesario aplicar técnicas de observación, reglas para el razonamiento y la predicción, ideas sobre la experimentación concebida y los modos de comunicar los resultados experimentales y teóricos, de igual forma diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada). Para ello se aplica la encuesta dirigida a 105 personas representantes de núcleos familiares del sector rural y urbano del municipio.

Una vez aplicada la encuesta se pueden analizar varios factores necesarios para establecer un plan de acción a desarrollar con las comunidades; a pesar que cuentan con diferentes recursos para el desarrollo socioeconómico, presenta grandes debilidades como el nivel de preparación académica, técnica, tecnológica y superior, los escasos ingresos económicos, la carencia de poseer tierras para trabajar o terrenos con títulos de propiedad para facilitar el acceso a créditos y otros beneficios, la falta asesoría técnica, la falta de aplicación de tecnología, el mal estado de las vías, el conocimiento para acceso a créditos.

Como primera medida hay que establecer un plan de capacitación en Emprendimiento, manejo contable, formación de empresa y asesoría comercial, tributaria y legal para la conformación de empresas. Si el objetivo de la capacitación se cumple es necesario iniciar la conformación de grupos asociativos o el fortalecimiento de los existentes.

A través de la capacitación se va a observar y analizar diferentes aspectos que han provocado el fracaso de los procesos productivos y el poco desarrollo socioeconómico del municipio, estableciendo, conversatorios, aplicando técnicas de observación para identificar diferentes situaciones y determinar que actividades son necesarias para el proceso de formación y conformación de grupos asociativos que lleven a buen fin sus procesos productivos y el desarrollo de sus comunidades.

INTRODUCCIÓN

Siempre se anhela el tener la capacidad para emprender proyectos o negocios exitosos, pero la dificultad esta en ¿cómo empiezo? ¿Cuál es el primer paso? ¿Qué tengo que hacer? Pues bien, el objetivo de este curso es precisamente orientar al emprendedor en las cuestiones importantes que debe de contemplar a fin de que tenga meditados y previstos los puntos esenciales para su futura empresa o desarrollo de proyecto productivo.

A pesar que el nivel intelectual del participante de esta capacitación es bajo, puesto que en su mayoría son personas que solo han cursado estudios básicos primarios y algunos pocos con estudios secundarios que posiblemente no han culminado, es necesario utilizar metodologías y conceptos que se puedan entender fácilmente. Igualmente es necesario desarrollar un trabajo con unas herramientas y conocimientos claros con las que se pueda resaltar e identificar la importancia del desarrollo agropecuario proyectado a un desarrollo empresarial importante para el desarrollo socioeconómico de la región, un trabajo que aporte un paquete de conocimientos suficiente con el que se obtenga niveles de motivación altos que permitan al capacitado tomar la decisión de agruparse para emprender ideas de negocios y llevarlas a un buen fin.

ANTECEDENTES

Han sido muchas las organizaciones e instituciones que desde hace mucho tiempo han emprendido procesos de formación empresarial que no han obtenido los logros esperados, situación que ha provocado que las familias campesinas pierdan la confianza en los procesos que se emprenden y en la intención de las nuevas organizaciones que buscan fortalecer esta clase de procesos, posiblemente no han aplicado la técnica y metodología para conseguir cumplir con el objetivos de las organizaciones de posicionar sus productos y obtener buenos precios.

Estos procesos carecen de una visión más amplia, pues se habla del desarrollo socioeconómico pero solo se hacen esfuerzos para posicionar productos y obtener precios y no se concientiza al productor de lo importante que es para los mercados o empresas el trabajo que el desarrolla, la forma como lo desarrolla y el productos que entrega; y cuáles son las herramientas, estrategias y recursos para obtener buenos resultados; el campesino está acostumbrado a que en un proyecto todo le regalan, de pronto solo aporta las cuotas de administración que las organizaciones le exigen, pero si fueran consientes y poco mediocres entenderían que para establecer cualquier proceso empresarial o productivo se debe trabajar en equipo, aportar recursos tanto económicos, como físicos, tiempo, conocimiento entre otros. A estas alturas de la vida si se trabaja en equipo y con inteligencia aprovechando todo el esfuerzo que el gobierno nacional, departamental, local, y muchas instituciones hacen serian mucho lo que se lograría en beneficio de la producción económica de los campesinos y el mejoramiento socioeconómico de la región, pues es necesario entender que el municipio de El Tambo, es uno de los municipios con mejores condiciones para emprender procesos productivos

pero es algo que los nuevos emprendedores deben entender a través de procesos de formación diferentes a los que se han aplicados hasta el momento.

PRODUCTOS ESPERADOS DEL TALLER

1. Construcción un enfoque de Fortalecimiento Organizacional Orientado a Pequeños Productores Campesinos y definición de principios (teóricos e instrumentales) para el establecimiento de una estrategia empresarial.
2. Identificación de herramientas y conocimientos adecuados para emprender procesos organizacionales que resulten eficaces y eficientes.
3. logro de un recurso humano con motivación y capacidad para emprender procesos organizacionales y empresariales capaces de mantenerse, perdurar y persistir a lo largo del tiempo y los obstáculos.

MATERIAL METODOLÓGICO

Tema 1: Nivel socioeconómico

Para iniciar es necesario conocer cuál es el concepto que tienen los participantes sobre el nivel socioeconómico.

Una vez enlistado en el tablero todos los conceptos de los participantes se emite la definición:

DEFINICIÓN DEL ÍNDICE DE NIVEL SOCIO-ECONÓMICO

El índice de Nivel Socio Económico se basa en los siguientes indicadores:

- Nivel Educativo del Principal Sostén del Hogar (indicador de mayor importancia)
- Patrimonio del Hogar (Posesión de bienes)

Dimensión social: se expresa en la variable de la educación del principal sostén del hogar (el miembro del hogar que más aporta al presupuesto y la economía familiar a través de su ocupación principal, aunque no es necesariamente quien percibe el mayor ingreso).

Dimensión económica: Se expresa en la ocupación del principal sostén del hogar y en el patrimonio del hogar: bienes (T.V. color con control remoto, teléfono, videograbador/reproductor, tarjeta de crédito del principal sostén del hogar, computadora personal, y automóvil).

Tema 2. Que es emprender y cuáles son las características de un emprendedor

Antes de introducirnos de lleno en el proceso de creación de una empresa, vamos a seguir señalando cuestiones personales del proceso de emprendimiento. La planificación y el conocimiento son factores de éxito, pero es necesario saber que detrás de cada empresa, al comienzo y en la base de cada iniciativa hay personas y que es el equilibrio de todos los elementos (características personales, conocimiento, capacidad de acción, planificación, etc.) lo que nos dará la clave para mantener un rumbo firme en la iniciativa.

Por ello, esas personas dispuestas a crear una empresa deben ser conscientes de que las siguientes características que se enumeran son las que deben conformar su carácter. Hay que aprovechar las que se poseen y trabajar para desarrollar las que no se posean tanto.

1.- Tener ilusión. El entusiasmo, la motivación, etc. serán el mejor combustible en los primeros pasos de la nueva iniciativa.

2.- Tener confianza. Eso implica afrontar con ánimo las épocas menos buenas y tener claro en todo momento que nada se consigue en un día ni dos.

3.- Ser optimista. Las cosas siempre se pueden ver por un lado mejor lo cual no implica que se caiga en la autoindulgencia.

4.- Tener capacidad de actuar y querer aprender. Es decir que se debe conocer lo que se hace y esforzarse por aprender lo que no sabemos. El emprendedor por definición es una persona inquieta y debe demostrarlo de la mejor manera, con acción.

5.- Ser paciente. La paciencia será nuestra mejor aliada, volveremos al tema en los consejos finales de este curso, pero el emprendedor debe saber que crear y hacer crecer algo es un tema de plazos y que estos suelen ser largos. Las historias de éxito en poco tiempo o sin esfuerzo pueden existir, pero son la excepción a la regla y no el patrón general.

Recuerde, ser así no es garantía de éxito (nada lo es) pero es un elemento clave del mismo. Medite sobre ello y cultive esas cualidades.

Tema 3: Causas de éxito y fracaso

Esta es la última entrega en cuanto a ¿"consideraciones previas" antes de meternos de lleno en planificar nuestra empresa. Son aspectos importantes que un emprendedor debe conocer y tener en cuenta antes de verse inmerso en el proceso de creación y, por ello, en este capítulo vamos a considerar factores de fracaso y éxito en las nuevas iniciativas.

Hay una cosa a tener en cuenta, no hay fórmulas mágicas ni únicas para que la iniciativa tenga éxito.

Factores de fracaso.-

-Falta de planificación: hay que pensar, meditar y planear los puntos importantes y ponerlos por escrito, no vale tenerlos en la cabeza, hay que plasmarlos en un plan que aborde las cuestiones esenciales. En gran parte del curso veremos cómo hacer este plan.

-Desaliento: los primeros tiempos siempre son muy duros, desalentarse y tirar la toalla antes de hora es un craso error. Recuerde lo que ya se ha dicho sobre los factores personales, son esenciales.

-Falta de fondos: las nuevas empresas suelen tener el punto débil en su estructura financiera, por ello, hay que tener un férreo control de los gastos a través de presupuestos y asegurarnos de que los que hagamos van a compensarnos (inversiones rentables).

-Ignorar al cliente: el cliente es lo fundamental, si ignoramos quién es y lo que quiere, nunca nos elegirá, un estudio de mercado y un buen enfoque son la vacuna contra este factor de fracaso.

-Ignorar a la competencia: esto es como una partida de ajedrez, los demás también juegan y si los obviamos perderemos tarde o temprano el terreno.

Como habrá deducido esos factores de fracaso le dicen también cuáles son los factores que le pueden ayudar al éxito en su empresa. Escríbalos y piense en ellos.

Tema 4. Formas Jurídicas:

Impuestos aplicables a las personas jurídicas constituidas como entidades sin ánimo de lucro

Asociaciones, Fundaciones, Corporaciones

No incluye el estudio

- A las personas jurídicas sin ánimo de lucro que realizan actividades de captación y colocación de recursos financieros y se encuentren sometidas a la vigilancia de la Superintendencia Bancaria.
- Los fondos mutuos de inversión y las asociaciones gremiales que en desarrollo de su objeto social perciban ingresos por actividades industriales y/o de mercadeo, respecto a estos ingresos.
- Las cooperativas, sus asociaciones, uniones, ligas centrales, organismos de grado superior de carácter financiero, las asociaciones mutualistas e instituciones auxiliares del cooperativismo, confederaciones cooperativas, previstas en la legislación cooperativa vigente, vigilados por alguna Superintendencia u organismo de control.

Características del régimen especial.

A partir de la reforma tributaria de 1986 se creó un régimen especial para algunas de las entidades que tradicionalmente han sido calificadas sin ánimo de lucro.

Dicho régimen especial básicamente se caracteriza porque:

1. La tarifa del impuesto es del 20%;
2. Las entidades involucradas en él no tienen técnicamente rentas brutas sino "ingresos de cualquier naturaleza, disminuidos en los egresos que sean procedentes",
3. No tienen rentas líquidas, sino "beneficio neto o excedente",
4. No se les aplica el sistema de determinación de la renta por comparación patrimonial ni por renta presuntiva, y
5. No están obligadas a calcular el anticipo del impuesto.

Las entidades sin ánimo de lucro sometidas a régimen especial:

1. Se encuentran obligadas a llevar libros de contabilidad registrados y
2. Sujetos a los preceptos de la ley mercantil, inclusive al régimen de sanciones.

Las entidades sometidas a régimen especial deben presentar declaración de renta y complementarios.

Impuesto de carácter Nacional

Impuesto de Renta y complementarios

1. Este impuesto se liquida teniendo en cuenta los Ingresos y los Egresos procedentes.
2. Los contribuyentes del régimen especial pagan un 20% sobre al renta líquida gravable, al menos que cumplan con las condiciones de ser exentos como entidades sin ánimo de lucro.
3. El proceso de depuración de la renta líquida gravable permite deducir no solo los gastos sino también las Inversiones hechas en cumplimiento del objetivo.
4. Los gastos para ser deducibles deben ser procedentes; si son costos y gastos con relación de causalidad y siempre que sean reales y proporcionados.
5. Los ingresos gravables son aquellos que obtiene la entidad en cumplimiento de sus objetivos.
6. Tampoco liquidan sobretasa si son exentos por no tener la base para hacerlo.
7. Tampoco liquidan impuesto al patrimonio.
8. No tienen derecho a utilizar el Beneficio de Auditoría.

9. Pueden tener pérdidas fiscales y compensarlas
10. Pueden hacer donaciones a otras entidades sin ánimo de lucro.
11. Si se hacen donaciones a personas naturales les deben hacer retención en la fuente
12. Pueden llevar como gasto procedente algunos porcentajes de la cartera perdida o con posibilidades de no recuperarse.
13. Es posible tomar como deducción las inversiones hechas en bienes o en intangibles.
14. Fiscalmente no pueden deducir la depreciación o la amortización debido a la posibilidad que tienen de aplicar la deducción a las inversiones.
15. No tienen derecho a utilizar el beneficio de deducir a partir del año gravable 2004 hasta el año gravable 2006 el 30% de los bienes productivos adquiridos o importados en el año gravable; ni tampoco el 40% a partir del año gravable 2007.
16. A los contribuyentes del régimen tributario especial no les serán aplicables:
 - a. Los sistemas de renta por comparación patrimonial,
 - b. Renta presuntiva,
 - c. No están obligados al cálculo del anticipo,
 - d. Ni a efectuar ajustes integrales por inflación para efectos fiscales.
17. El valor correspondiente a la ejecución de beneficios netos o excedentes de años anteriores, no constituye egreso o inversión del ejercicio.
18. Como declarantes de renta presentan una declaración anual .
19. Cuando estas entidades no cumplan las condiciones señaladas, se asimilarán a sociedades limitadas.
20. Las entidades del régimen tributario especial no requieren la calificación del comité de entidades sin ánimo de lucro, para gozar de la exención del beneficio neto o excedente consagrado en la ley.
21. Están obligados a informar el código de la actividad económica adoptados por la DIAN.

Plazos para declarar y pagar el impuesto sobre la renta

Si son entidades sin ánimo de lucro Grandes Contribuyentes y no cumple con los requisitos para que su renta sea exenta, deberán cancelar el valor total a pagar en cinco (5) cuotas a más tardar en fechas que estipuladas por decreto.

Una vez liquidado el impuesto definitivo en la respectiva declaración, del valor a pagar, se restará lo pagado en la primera cuota y el saldo se cancelará de la siguiente manera de acuerdo con la cuota de pago así:

Declaración y pago segunda cuota: 35%

Pago tercera cuota 30% ,

Pago cuarta cuota 25%

Pago quinta cuota 10%

El valor de la sobretasa a que se refiere el artículo 260-11 del estatuto tributario deberá ser cancelado en los mismos plazos establecidos para el pago del impuesto sobre la renta y complementarios, a partir del plazo para la presentación de la declaración.

Si es entidad sin ánimo de lucro **exenta y no es gran contribuyente**; y debe pagar porque no cumple con los requisitos para que toda su renta no sea exenta. Declara y paga dentro de los plazos de las Personas jurídicas y demás contribuyentes.

Información para estudios y cruces de información del año 2007. (orden de los literales correspondientes a la Resolución)

e) Apellidos y nombres o razón social, identificación y dirección de cada uno de los beneficiarios de los pagos o abonos en cuenta (causación) que constituyan costo o deducción o den derecho a impuesto descontable, incluida la compra de activos fijos o movibles, en los casos en los cuales el valor acumulado por beneficiario de los mismos, por el año gravable 2007, sea igual o superior a un millón de pesos (\$1.000.000), según el concepto contable a que correspondan.

Cuando se trate de erogaciones efectuadas por el informante que tengan el carácter de cargos diferidos o gastos pagados por anticipado, se debe informar el valor del pago o abono registrado en dichas cuentas. Igualmente, deben informarse las amortizaciones efectuadas durante el año gravable 2007.

Los trabajadores que durante el año gravable 2007 hubiesen recibido ingresos por salarios, honorarios, comisiones, servicios y demás pagos, cuyo valor acumulado sea igual o superior a veinte millones de pesos (\$20.000.000), se deben reportar en los conceptos correspondientes.

En el caso de salarios, prestaciones sociales y demás pagos laborales devengados por el trabajador, se debe reportar el valor del pago efectuado directamente al trabajador en el año gravable 2007

Igualmente deben informar contratos de mandato o de administración delegada.

Informan los Mandatarios sobre contratos que constituyan costo o deducción para el mandante o contratante con ingresos superiores o patrimonio bruto establecidos como tope.

f) Apellidos y nombres o razón social e identificación de cada una de las personas o entidades de quienes se recibieron ingresos, en los casos en los cuales el valor acumulado del ingreso obtenido por el año gravable 2007 hubiese sido igual o superior a cinco millones de pesos (\$5.000.000), indicando el valor total de los ingresos brutos recibidos y el valor de las devoluciones, rebajas y descuentos.

h) Apellidos y nombres o razón social, identificación y dirección de cada uno de los acreedores por pasivos de cualquier índole, cuando el saldo acumulado por acreedor a 31 de diciembre del año gravable 2007 hubiese sido igual o superior a cinco millones de pesos (\$5.000.000)

i) Apellidos y nombres o razón social, identificación y dirección de cada uno de los deudores por concepto de créditos activos, cuando el valor individual del saldo acumulado

a 31 de diciembre del año gravable 2007, hubiese sido igual o superior a , cinco millones de pesos (\$5.000.000)

k) Se suministrará información correspondiente a la declaración de renta del año gravable 2007.

- Patrimonio Bruto
- Inventarios
- Ingresos no Constitutivos de Renta ni Ganancia Ocasional
- Rentas Exentas
- Costos y Deducciones

Información de retenciones en la fuente practicadas. De acuerdo con lo establecido en el literal b) del artículo 631 del Estatuto Tributario los obligados a que se refiere el literal c) del artículo 1º de la presente Resolución, deberán suministrar los apellidos y nombres o razón social, identificación y dirección de cada una de las personas o entidades a quienes se les practicó o de quienes se asumió la retención en la fuente en el año gravable 2007, con indicación del concepto, valor del pago o abono en cuenta sujeto a retención y el valor retenido

Retención en la fuente practicada a título del impuesto sobre las ventas . Deberán suministrarse los apellidos y nombres o razón social, identificación y dirección de cada una de las personas o entidades a quienes se les practicó o de quienes se asumió la retención en la fuente a título de Impuesto sobre las ventas, indicando el valor del pago o abono en cuenta de la transacción económica y el valor del IVA retenido o asumido en el año gravable 2007 , utilizando los siguientes conceptos:

a) Retención en la fuente a personas o entidades del régimen común, en el concepto 2318.

b) Retención en la fuente asumida por operaciones con personas del régimen simplificado, en el concepto 2319.

c) Retención en la fuente a personas o entidades sin residencia o domicilio en el país, en el concepto 2320

Retenciones en la fuente practicadas a título de impuesto de timbre. Deberán suministrarse los apellidos y nombres o razón social, identificación y dirección de cada una de las personas o entidades a quienes se les practicó retención en la fuente a título de Impuesto de Timbre durante el año o período gravable 2007, con indicación del valor base sujeto al gravamen y el valor del impuesto, en el concepto 2334

Retención en la Fuente

Es un mecanismo que tiene el estado para recaudar el impuesto de renta a medida que se genera el ingreso al contribuyente.

- Las Entidades sin ánimo de lucro están obligadas a aplicar las retenciones en la Fuente como lo hacen las personas jurídicas.

- Las personas jurídicas son agentes de retención y se han establecido diferentes tarifas, para distintos tipos de ingresos de las cuales las más conocidas son las siguientes:
- Para asalariados que ganen a partir de \$ 1.900.000 (2007) hay tabla especial fijada por el gobierno
- Honorarios y comisiones: 10% u 11 %
- Rendimientos financieros: 7%
- Compras: 3.5%
- Servicios con tarifas del: 1%, 2%,4%, o 6%
- Juegos de Suerte y azar: 5%

Impuesto a las Ventas

- Es un impuesto indirecto que grava las ventas de bienes o la prestación de servicios en el territorio nacional ; igualmente grava las importaciones de bienes muebles en el territorio nacional , la tarifa general es del 16%, existiendo tarifas diferenciales del 1,6%, 5%,10%, 20%, y Tarifas para vehículos nacionales o importados del 16%, 20%, 25% y del 35%.
- El responsable del régimen común puede descontar el Impuesto a las ventas que le es facturado en los bienes y servicios si estos son gravados o exentos.
- Hay dos regímenes vigentes que son: los Contribuyentes del régimen Común y los Contribuyentes del régimen simplificado
- Los primeros son responsables del recaudo a través de la facturación y el régimen Simplificado se aplica a personas naturales que venden productos o prestan servicios gravados que por no llegar a determinados montos señalados de ingresos gravados por \$ 80.000.000 (4.000 UVT del 2006) o bien consignaciones en el año por \$ 89.140.000; los de este régimen simplificado son proveedores de bienes y servicios sin obligación de declarar y de liquidar impuesto a las ventas.
- Los contribuyentes pertenecientes al régimen común presentan declaraciones bimestrales.
- Las entidades sin ánimo de lucro si venden productos gravados o prestan servicios gravados tienen todas las obligaciones de responsables del impuesto a las ventas del régimen común.

Retención del Impuesto a las Ventas

Su objetivo es adelantar el recaudo, puesto que el valor liquidado y pagado mensualmente en las Declaraciones de Retención en la Fuente es descontable en las declaraciones bimestrales del impuesto sobre las ventas.

- Las entidades sin ánimo de Lucro son responsables del impuesto a las ventas si son Grandes contribuyentes o del régimen común y están obligados a efectuar una retención en la fuente del 50% del impuesto a las ventas y a emitir un documento equivalente por las adquisiciones hechas al régimen simplificado

Impuesto de timbre

Es un impuesto que recae sobre ciertos documentos y actuaciones que señala la ley.

- Las entidades sin ánimo de lucro deben liquidar y pagar el impuesto de timbre.
- Son contribuyentes personas naturales y jurídicas que intervengan como otorgantes, giradores, aceptantes, emisores o suscriptores de documentos públicos o privados.
- Este impuesto se causa en el momento de la ejecución o firma del contrato o documento gravado.
- El impuesto se causa a una tarifa del 1.5% sobre los actos gravados cuya cuantía sea superior a 6.000 UVT, o sea la suma de \$ 125.844.000 (2007); la tarifa del impuesto se reducirá de la siguiente manera:

- Al uno por ciento (1%) en el año 2008
- Al medio por ciento (0.5%) en el año 2009
- Al cero por ciento (0%) a partir del año 2010”
- El valor recaudado por este impuesto es declarado y pagado en el Formulario de Retención en la fuente mensual.
- Este impuesto no es gasto procedente al depurar la renta.

Gravamen a los movimientos financieros

Es un impuesto de carácter instantáneo y que se vuelve permanente a partir de la Reforma de 2006; su base gravable se encuentra integrada por el valor total de la transacción financiera.

- El concepto de transacción financiera sujeta al tributo es toda operación de retiro en efectivo, mediante cheque, con talonario, con tarjeta débito, por medio de cajero electrónico, mediante puntos de pago.
- Los agentes responsables del recaudo son las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera , de Economía Solidaria y el Banco de la República.
- La tarifa del impuesto a los movimientos financieros es de un 4 por mil.
- Para quienes abran una cuentas de ahorro en entidades financieras y cooperativas vigiladas por la Superintendencia Financiera se benefician con la exención del impuesto si no exceden mensualmente de la suma de \$ 350 UVT o sea \$ 7.000.000
- Semanalmente presentan los responsables del recaudo Declaración de este impuesto.

- Las entidades sin ánimo de lucro que son Fundaciones o Asociaciones o Corporaciones debe liquidar y pagar este impuesto.
- Al depurar la renta este impuesto será gasto procedente a partir del 1º de Enero de 2007 en un 25%. Hasta el 31 de Diciembre de 2006 se constituía en un egreso no procedente (lo cual quiere decir que no era deducible en un 100%)

Impuesto de carácter Departamental

Impuesto de Registro

Este impuesto es establecido y modificado por ordenamientos de tipo nacional.

- Este impuesto se genera por la inscripción de actos, contratos o negocios jurídicos documentales en los cuales sean parte o beneficiarios los particulares que deban registrarse en las oficinas de registro de públicos o en las Cámaras de Comercio.
- Este impuesto es recaudado en las Oficinas de registros públicos o en la Cámaras de Comercio entidades que las transfieren a los Departamentos.
- Su base gravable es el valor incorporado en el documento que constituye acto, contrato o negocio jurídico.
- La tarifas para los documentos que se inscriben en las oficinas de registros públicos fluctúan entre el 0.5% y el 1%.
- La tarifas para los documentos que se inscriben en las Cámaras de Comercio fluctúan entre el 0.3% y el 0.7%.
- Si se trata de documentos sin cuantía que deban registrarse, pagarán entre dos y cuatro salarios mínimos diarios.

Impuesto de carácter Municipal

Impuesto de Industria y Comercio y de avisos y tableros.

Este impuesto es establecido por la nación pero sus tarifas sin que excedan de ciertos porcentajes son manejadas por los municipios.

- Este impuesto se causa por la realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios en un municipio, ya sea en forma permanente u ocasional, en un inmueble determinado, con establecimiento de comercio o sin ellos.
- El impuesto se liquida con base en los ingresos netos obtenidos en el período anterior.
- Sobre este tributo hay exenciones que generalmente son otorgadas mediante acuerdos municipales.
- La tarifa fluctúa entre el 4 y el 11 por mil .

- En varios municipios del país y el Distrito Capital su período gravable es bimestral.
- Este impuesto no obstante ser territorial, es deducible del impuesto de renta a partir del año gravable 2007

Retención en la fuente a Título del impuesto de industria y Comercio.

Es la forma que tienen ciertos municipios de recaudar por anticipado este impuesto y se aplica sobre las compras y servicios y es practicada por las personas jurídicas definidas como agentes retenedores en operaciones sujetas a este impuesto.

- Esta retención afecta el flujo de caja en la medida que el pago no se recibe completo y además no es posible descontarlo del impuesto de industria y comercio del municipio cuando sea hecha por operaciones ejecutadas en municipios distintos.

Impuesto Predial

Es un gravamen real que recae sobre los bienes raíces y se genera por la existencia de un predio.

- El período gravable es anual y lo paga la persona natural o jurídica a cuyo nombre esté en la escritura del bien raíz.
- Las tarifas varían dependiendo de cada municipio dentro de unos límites establecidos por el gobierno nacional dependiendo del área y estratificación del predio que hace cada municipio.
- Este impuesto no obstante ser territorial, es deducible del impuesto de renta a partir del año gravable 2007.

Cámaras de Comercio

Estos entes mixtos, cobran a las entidades comerciales por cuenta del estado por el control que ejercen por medio del registro y renovación de la matrícula, un valor anual que es utilizado para su sostenimiento y debe distribuirlo como lo establecen las normas entre los entes municipales y departamentales.

Tema 5. Formas legales para la conformación de una empresa.

- A. Empresa Unipersonal: Es el individuo, una y solo una persona que se constituye como empresario mediante escritura o documento privado ante Cámara de Comercio o ante notario con el debido reconocimiento de firma y contenido del documento. Basta con el Registro Mercantil para que sea una persona jurídica, quien responderá limitadamente con los activos, cuotas de igual valor nominal, descritos en el documento constitutivo.

Corresponde al constituyente, administrar la empresa o delegar a un tercero, caso en el cual, el empresario inicial no podrá realizar actos ni contratos a nombre de la empresa unipersonal. Esta podrá tener razón social seguida de la frase "Empresa Unipersonal" o su abreviatura "E.U" so pena de que el empresario responda ilimitadamente con su patrimonio.

Requisitos del documento de constitución:

1. nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
2. Denominación o razón social de la empresas unipersonal, seguida de la expresión " empresa unipersonal , o de su sigla E.U
3. el domicilio dela empresa.
4. el término de duración, si esta no fuera indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto licito de comercio.
6. El moto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados con estimación de su valor. el empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constituido.
7. El número de cuotas de igual valor nominal en se dividirá el capital de la empresa.
8. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores.

Requisitos y documentos que se requieren para su inscripción:

1. Copia autenticada de la escritura pública o el documento de privado de constitución, suscrito por el empresario o constituyente.
2. Carta de aceptación del cargo por parte del representante legal designado con indicación del número de documento de identidad, cuando la administración sea delegada en persona distinta del empresario.
3. Anexar copia del pago de impuesto de registro.

Adquirir y diligenciar el formulario Registro Único Empresarial compuesto por una carátula única empresarial y un anexo de matrícula mercantil. Sin tachaduras ni enmendaduras.

B. Sociedad Comercial: es un contrato o acuerdo que surge entre dos o más personas que se obligan hacer un aporte en dinero, en trabajo o otros bienes apreciables en dinero. Para desarrollar una determinada actividad con el fin de repartirse entre si la utilidades obtenidas por la empresa.

Requisitos del documento de constitución:

1. Nombres, apellidos, identificación de cada socio.
2. Domicilio de los socios.
3. Clase de sociedad que se constituye.
4. Denominación o razón social de la persona jurídica que se constituye.
5. Domicilio principal: la ciudad o municipio escogido para desarrollar la actividad de la sociedad.

6. Objeto social: una enunciación clara y completa de las actividades principales que realizara la sociedad.
7. Vigencia o terminó de duración.
8. Capital social. Se debe expresar el capital que se aporta y la forma en que está distribuido.
9. La forma de administración: establecer en forma clara y precisa la forma de administración.
10. Causas de disolución: enunciar las causas de la disolución anticipada de la sociedad.
11. Época y forma de convocar la asamblea o la junta de socios a sesiones ordinarias y extraordinarias.
12. Facultades y obligaciones de los revisores fiscales si el cargo está previsto en la ley o en los estatutos.
13. Nombramientos: el nombre apellidos e identificación de los representantes legales miembros de junta directiva según el caso.

Requisitos y documentos que se requieren para su inscripción:

1. Presentar copia autenticada de la escritura o documento privado de constitución.
2. Anexar copia de pago de impuesto de registro.
3. Adquirir y diligenciar el formulario Registro Único Empresarial compuesto por una carátula única empresarial y un anexo de matrícula mercantil. Sin tachaduras ni enmendaduras.
4. Fotocopia legible de los documentos de identificación de todos los socios.

TIPOS DE EMPRESA

➤ **Sociedad por Acciones Simplificada**

Se constituye mediante documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario con uno o más accionistas quienes responden hasta por el monto del capital que han suministrado a la sociedad. Se debe definir en el documento privado de constitución el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La estructura orgánica de la sociedad, su administración y el funcionamiento de sus órganos pueden ser determinados libremente por los accionistas, quienes solamente se encuentran obligados a designar un representante legal de la compañía. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las siglas "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S..

➤ **Sociedad Limitada**

Se constituye mediante escritura pública entre mínimo dos socios y máximo veinticinco, quienes responden con sus respectivos aportes, y en algunos casos según el Código de Comercio artículos 354, 355 y 357, se puede autorizar la responsabilidad ilimitada y solidaria, para alguno de los socios. Los socios deben definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y podrán delegar la representación legal y administración en un gerente, quien se guiará por las funciones establecidas en los estatutos. El capital se representa en cuotas de igual valor que para su cesión, se pueden vender o transferir en las condiciones previstas en la ley o en los respectivos estatutos. Cualquiera que sea el nombre de la sociedad deberá estar seguido de la palabra "Limitada" o su abreviatura "Ltda" que de no aclararse en los estatutos hará responsable a los asociados solidaria e ilimitadamente.

➤ **Empresa Unipersonal**

Es el individuo, una y solo una persona que se constituye como empresario mediante escritura o documento privado ante Cámara de Comercio o ante notario con el debido reconocimiento de firma y contenido del documento. Basta con el Registro Mercantil para que sea una persona jurídica, quien responderá limitadamente con los activos, cuotas de igual valor nominal, descritos en el documento constitutivo. Corresponde al constituyente, administrar la empresa o delegar a un tercero, caso en el cual, el empresario inicial no podrá realizar actos ni contratos a nombre de la empresa unipersonal. Esta podrá tener razón social seguida de la frase "Empresa Unipersonal" o su abreviatura "E.U" so pena de que el empresario responda ilimitadamente con su patrimonio.

➤ **Sociedad Anónima**

Se constituye mediante escritura pública entre mínimo cinco accionistas quienes responden hasta por el monto o aporte de capital respectivo que han suministrado para la sociedad. Se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa y que lo hayan expresado en su documento de fundación o estatutos. La administración de ésta sociedad se desarrolla con la asamblea general de accionistas quienes definen el revisor fiscal y la junta directiva, quien a su vez define al gerente, quien es la persona que asume la representación legal de la sociedad. El capital se representa en acciones de igual valor que son títulos negociables, todo ello es el capital autorizado y se debe aclarar cuánto de esto es capital suscrito y cuánto capital pagado. Su razón social será la denominación que definan sus accionistas pero seguido de las palabras "Sociedad Anónima" o su abreviatura "S.A."

➤ **Sociedad Colectiva**

Se constituye mediante escritura pública entre dos o más socios quienes responden solidaria, ilimitada y subsidiariamente por todas las operaciones sociales. Cuando se constituye este tipo de sociedad, se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa, el que deseen sus socios, quienes a su vez podrán delegar la administración de la sociedad en otras personas extrañas, pero perdiendo así la posibilidad de diligenciar o gestionar negocios. Cada socio deberá entregar sus aportes en capital, especie o con trabajo, definiendo de ésta manera el capital social de la empresa, el cual no tiene ni un mínimo ni un máximo según la ley comercial. Es importante saber que la razón social de estas sociedades se forma con el nombre completo o solo apellido de uno de los socios, seguido de la palabra "y compañía", "hermanos" o "e hijos". Esto quiere decir que no podrá ir un nombre de un extraño en la razón social.

➤ **Sociedad Comandita Simple**

Se constituye mediante escritura pública entre uno o más socios gestores y uno o más socios comanditarios o capitalistas. Los socios gestores responden solidaria, ilimitada y directamente por las operaciones y los socios capitalistas o comanditarios solo responden por sus respectivos aportes. Cuando se constituye éste tipo de sociedad, se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa. Solo los socios gestores podrán administrar la sociedad o delegar esta administración en terceros, cosa que no podrán hacer los socios capitalistas. Los socios capitalistas o comanditarios aportan capital mientras los gestores aportan la administración de los capitales y el desarrollo de los negocios. Se debe tener claridad en la razón social de estas sociedades, la cual se forma exclusivamente con el nombre completo o solo apellido de uno o más socios colectivos comanditarios o gestores; seguido de la palabra "y compañía" o su abreviatura "& Cia" y seguido de la abreviación "S. en C".

➤ **Sociedad Comandita por Acciones**

Se constituye mediante escritura pública entre uno o más socios gestores y por lo menos 5 socios capitalistas o comanditarios. Los socios gestores responden solidaria, ilimitada y directamente por las operaciones y los socios capitalistas solo responden por sus respectivos aportes. Cuando se constituye éste tipo de sociedad, se debe definir en la escritura pública el tiempo de duración de la empresa, solo los socios gestores podrán administrar la sociedad o delegar esta administración en terceros, cosa que no podrán hacer los socios capitalistas. El capital se representa en acciones de igual valor, que son títulos negociables aportados por los capitalistas e inclusive por los socios gestores,

quienes separan su aporte de industria el cual no forma parte del capital. Se debe tener claridad en la razón social de estas sociedades, la cual se forma exclusivamente con el nombre completo o solo apellido de uno o más socios colectivos, seguido de la palabra "y compañía" o su abreviatura "& Cia" seguido en todo caso por las palabras "Sociedad en Comandita por Acciones" o su abreviatura "SCA".

➤ **Empresa Asociativa de Trabajo**

Se constituye mediante escritura, acta de constitución o estatuto ante notario o juez con el debido reconocimiento de firma y contenido del documento. Sus miembros serán mínimo tres y máximo diez si es para producciones de bienes, pues si es una empresa de servicios sus socios ser?n 20 máximo. Todos ellos estarán representados por su aporte laboral y adicionalmente en especie o bienes y responderán de acuerdo a la norma del Código de Comercio. Particularmente ésta empresa constituida con su persona jurídica debe registrarse ante el Ministerio de Protección Social. El tiempo de duración debe estar claramente determinado y su capital esta expresado en aportes laborales, de tecnología, propiedad industrial o intelectual debidamente registrada, en activos y dinero. Será un director ejecutivo el representante legal de este tipo de empresa y hará lo que le ordene los estatutos, creados por la junta de asociados, a su vez la razón social debe acompañarse con la denominación "Empresa Asociativa de Trabajo".

Tema 6. Planificar nuestro negocio.

La idea de nuestra futura empresa revolotea por nuestra cabeza, nos bulle constantemente y una vez estamos contagiados de ilusión nos suele susurrar a todas horas. Pues bien, es necesario atrapar esa idea y hacerla crecer con un plan escrito que se denomina Plan de Negocio o Plan de empresa.

¿Para qué sirve poner la idea por escrito? Principalmente porque así se le da concreción, porque cuando algo se escribe surgen multitud de cuestiones importantes que al haber aflorado pueden ser examinadas y tratadas de manera rigurosa, de modo que no queden en el aire y nos sorprendan en el momento más inoportuno. Además, un plan de negocio nos servirá para entidades que aporten financiación (ya sean socios, entidades que subvencionen o que nos realicen un préstamo) e incluso el plan de negocio ha de ser visto como un instrumento de venta; pues su seriedad y su calidad transmiten los valores de nuestra futura empresa.

La estructura y el orden de un plan de negocio puede diferir pero siempre mantiene un esquema en el que se tratan puntos importantes que en ningún caso se deben obviar, pues si se hace se corre el riesgo de empezar sin conocer aspectos importantes que luego nos sorprenderán (seguramente para mal)

Las partes importantes a desarrollar en nuestro plan, y que veremos en entregas posteriores, serían:

a. **-La Visión y la Misión:** A partir de ahora el curso se centra en la realización de las distintas partes de un plan de empresa, ya que dicho plan estará conformado por los puntos esenciales que hay que tener en cuenta para cubrir y desarrollar los aspectos clave de una iniciativa de negocio.

Como todo en esta vida nuestro plan debe comenzar por lo básico (y por básico me refiero a lo que es la base, no a lo que es lo simple) y por ello el primer paso es redactar la Visión.

La Visión representa el futuro perfecto de la iniciativa y se realiza formulando una imagen ideal del proyecto y poniéndola por escrito, a fin de crear el sueño (compartido por todos los que tomen parte en la iniciativa) de lo que debe ser en el futuro la empresa. La Visión es pues la narración de dicho sueño empresarial.

Para ello, ignore por un momento las trabas que puedan aparecer por el horizonte y asuma que este mundo es ideal. A partir de esta premisa se debe escribir una Visión que, de ser posible, dé respuestas al menos a estas preguntas.

- ¿Cómo será el proyecto cuando haya alcanzado su madurez en unos años?
- ¿Cuáles serán los principales productos y servicios que ofrezca?
- ¿Quiénes trabajarán en la empresa?
- ¿Cuáles serán los valores, actitudes y claves de la empresa?
- ¿Cómo hablarán de la empresa los clientes, los trabajadores y la gente en general que tenga relación con ella?

La utilidad de la Visión radica en:

Ser fuente de inspiración para el proyecto, representa la esencia que guía la iniciativa, de él se extraen fuerzas en los momentos difíciles y ayuda a trabajar por un motivo y en la misma dirección a todos los que se comprometen en el negocio.

La Visión comienza a enfocar en una dirección las fuerzas creativas y sirve de guía en momentos de duda o dificultad.

En un párrafo defina la visión de la empresa, dele coherencia, vea reflejado en él su sueño futuro y habrá puesto la primera piedra.

b. El análisis Interno y Externo: el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). El conocimiento es fundamental, básico para definir estrategias y acciones, sin conocimiento andaremos con los ojos vendados por un campo lleno de piedras. Para evitar tropezar en la medida de lo posible es necesario adquirir el conocimiento clave para nuestro negocio y eso se consigue a través de análisis.

Un pequeño inciso para comentar que, tropezar y caer son hechos inevitables. A todos y en todo ocurre y forma parte del aprendizaje, si se teme fallar entonces se teme hacer cualquier cosa y nunca se aprenderá ni se hará nada, pero también es cierto que una buena prevención y conocimiento adecuado evitan muchos tropiezos y sirven también de aprendizaje.

Dicho esto pasemos a ver qué es el análisis externo y cómo realizarlo.

Un análisis externo supone la recogida de información, su análisis propiamente dicho y la elaboración de conclusiones relevantes. A continuación detallamos aspectos de los cuales recoger información y algunas preguntas esenciales que deberíamos poder contestar, igualmente, dependiendo de cada iniciativa habrá muchas más preguntas relacionadas con ese aspecto que habremos de responder.

Aquí es necesario citar ejemplos con procesos o empresas para que se entienda con mayor claridad el tema.

La coyuntura general.

¿Nos afecta el contexto económico de manera relevante? ¿Hay leyes o políticas que tenemos que tener en cuenta? ¿Estamos en recesión o expansión económica? ¿Hay tendencias que debemos considerar?

El funcionamiento del sector

¿Está nuestro sector en declive, en apogeo, comenzando? ¿Conocemos nuestros proveedores y la forma de funcionar? ¿Hay concentración en pocas empresas?

Los clientes.

¿Quiénes y cómo son (edad, sexo, status social)? ¿Cuáles son sus gustos? ¿Qué elementos de decisión les llevan a demandar el servicio o producto?

La competencia.- ¿Hay mucha o poca? ¿Hay líderes destacados? ¿Cómo lo hacen ellos? ¿Cómo nos afectará la competencia? ¿Y su política de precios y servicio?

Recuerde estos son algunos de los aspectos importantes a tener en cuenta y las preguntas anteriores son indicativas, surgirán muchas más y cuánto más conozcamos mejor.

Podremos ver que surgen aspectos que nos favorecen (Oportunidades) y que nos dificultan (Amenazas). Detállelos, nos van a ser útiles.

Es tan necesario conocer los factores externos que nos rodean como conocer los internos que van a influir en el desarrollo de la iniciativa, o lo que es lo mismo, conocernos a nosotros mismos. La importancia de conocer y analizar los factores internos de la empresa, de manera independiente, sin ser ni excesivamente indulgentes ni

extremadamente estrictos, nos dará una idea de nuestras posibilidades y capacidades, así como de nuestros puntos fuertes a potenciar y los débiles a cubrir y enmendar.

Hay que dedicar un apartado a identificar nuestras debilidades, es decir, todo aquello en que es menos fuerte la iniciativa y nosotros mismos, puede que sea la situación financiera (muy común en las nuevas iniciativas) la inexperiencia, la falta de clientes, etc. hay que consignar todo y no obviar nada, no hay que temer sacar a la luz los puntos débiles, pues se deben primero conocer para luego compensar y, al fin y al cabo, ningún competidor lo va a ver.

Igual proceso hay que realizar con los puntos fuertes, sea alguna de nuestras capacidades personales, la imagen que damos, la red de aliados, nuestra ventaja competitiva ¿lo que sea que tenga nuestra empresa y nos favorezca habrá también que especificarlo y ponerlo por escrito.

Tenga en cuenta que para todos los casos habrá que detallar sólo aspectos relevantes, si se detallan temas sin importancia se producirá mucho ¿ruido¿ en el análisis.

Si se da cuenta, en el análisis externo nos habían surgido Amenazas (factores externos negativos, como por ejemplo mucha competencia) y Oportunidades (factores externos positivos, por ejemplo un sector en alza) junto con las fortalezas y debilidades tendremos lo que se llama un análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) un análisis que determina los puntos clave positivos y negativos tanto internos como externos, relevantes para su iniciativa, que se deben sacar a la luz y ordenar en esos cuatro apartados.

El análisis DAFO tendrá elementos valiosos para realizar correctamente los puntos siguientes y recuerde: conózcase a sí mismo y sabrá por donde debe caminar para llegar al éxito.

C. La estrategia y los objetivos.

Muchas veces la Pyme, el emprendedor o el autónomo parecen conceptos no ligados a la estrategia empresarial, ciencia oculta que pertenece a las grandes corporaciones. Ese es el primer gran error que se suele cometer y que se suele pagar con la desaparición de gran parte de las iniciativas.

Así pues, ¿qué es la estrategia, para qué me sirve y cómo la puedo aplicar? Para empezar, siguiendo este curso, ya estamos actuando estratégicamente. La estrategia es la resolución de problemas de la manera más óptima, es decir, ante una situación donde queremos conseguir algo incierto, analizar y poner en marcha la mejor manera de conseguir el objetivo es actuar estratégicamente.

Para ello la estrategia pasa por tener una visión clara de quien soy, qué quiero y cómo lo quiero. Es decir por:

Conocer el punto al que quiero llevar mi actividad y desarrollar los objetivos concretos de mi actividad (punto visto en la anterior entrega)

Analizar dicha actividad en profundidad (sus características, el entorno, los competidores etc. punto ya realizado en las entregas anteriores)

Trazar un plan (tan complejo, simple o estructurado en etapas como se requiera) para llevar mi actividad desde el punto en el que se encuentra actualmente hasta el punto donde quiero que se encuentre en el futuro.

El análisis concienzudo de todos los elementos anteriores nos dará múltiples pistas sobre la estrategia que debemos emplear (de hecho, muchas veces el simple análisis ya nos dice, casi a gritos, lo que NO debemos hacer en nuestras estrategias). Nuestras acciones deben ser pensadas teniendo en cuenta TODOS los elementos anteriores, no podemos pensar en acciones que obvien elementos tan importantes como la competencia o el mercado, o que precisen de nuestros puntos más débiles para llevarse a cabo con éxito (por ejemplo, si somos una pequeña empresa cuyo punto débil es la estructura financiera, es de locos embarcarse en una estrategia basada en la guerra de precios). Es necesario que el capacitador aplique ejemplos claros con empresas.

Como vemos, la estrategia consiste en diseñar un modo de conseguir los objetivos de la manera más óptima y siempre basándose en el análisis de la situación.

Gracias a los pasos anteriores ya conocemos nuestra misión, nuestras limitaciones y potencial, los puntos que juegan a nuestro favor y en contra, etc. con todo ello ya debería comenzar a ser capaz de desarrollar unos primeros objetivos para su actividad y en eso consiste este paso.

La cuestión es plantearse metas, objetivos a los que llegar y cumplir.

Estos objetivos deben siempre cumplir las siguientes condiciones:

-Adecuados: que expresen lo que realmente quiere conseguir, recuerde su misión y su visión.

-Realistas: vuelva a su análisis, tanto interno como externo y no ponga cifras que no sean reales. Se debe ser coherente con lo que ha descubierto en los pasos anteriores, si nuestra posición no es la de líder, no podemos aspirar a ponernos los mismos objetivos que ese líder.

-Oportunos: hay que aclarar cuando se pretenden conseguir dichos objetivos, tanto los críticos finales, como los intermedios: qué hay que saber, en qué tiempo queremos conseguir el objetivo, por qué si no ponemos la dimensión temporal como límite se vuelven difusos.

-Medibles: hay que establecer cifras concretas, 100, 200, 300, lo que sea, pero que luego pueda contrastar con la realidad y modificar si es necesario, porque si no nunca sabremos si llegamos o si nos pasamos.

-Alcanzables: esto tiene que ver con que sean realistas. Hay que apuntar alto, porque se deben tener aspiraciones y luchar por ellas, pero no ponga cifras de sueños imposibles en un tiempo igualmente imposible.

Repase la lista de objetivos que se ha planteado, compruebe que cumplen las condiciones anteriores y que se basan en suposiciones (porque esta parte siempre será una estimación) que son reales y están fundamentadas en sus análisis anteriores y no sólo en su intuición.

Hay que entender que hemos llegado al punto de realizar previsiones y esas previsiones son supuestas, todo el mundo se equivoca con ellas, pero hay menor riesgo y margen de error si se basan en premisas de un análisis serio, tanto del mercado como del nuestro propio.

d. La formulación de alternativas estratégicas

Tenemos el análisis y ahora llega el momento de definir cómo va a conseguir sus propósitos mediante la determinación de alternativas estratégicas, es decir, es hora de pensar y diseñar estrategias para alcanzar sus objetivos.

Esta parte es creativa, supone la creación de caminos coherentes hasta sus objetivos.

Para ello, primero coja un papel en blanco y empiece a anotar todas las ideas que le vengan a la mente, todas absolutamente, ponga tantas como le sea posible (a esto se llama "Tormenta de ideas") no se preocupe en un primer momento de si son aplicables o convenientes, la idea es sacar caminos potenciales para alcanzar sus propósitos. Busque todas las opciones posibles.

Cuando haya terminado, analícelas, trate de evaluarlas según estos criterios:

- ¿Hacen un buen uso de los recursos que va a tener o tiene a su disposición?
- ¿Cuáles maximizan el diferencial entre rendimiento y riesgo de su negocio?
- ¿Cuáles están más relacionadas con la evaluación de oportunidades que ha hecho antes?
- ¿Cuáles son las que se adecuan más a las necesidades de sus clientes?
- ¿Cuáles son más coherentes con su visión y misión?
- ¿Cuáles explotan sus puntos fuertes?
- ¿Cuáles explotan los puntos débiles de mi competencia?

Se le pueden ocurrir otras preguntas para evaluar sus opciones, si es así, no dude en hacérselas a las ideas que ha extraído. Una vez analizadas habrá alternativas mejores y peores, las mejores serán la materia prima para el paso siguiente.

e. La elección de una estrategia

Es hora de concretar nuestra estrategia.

Retome el trabajo de la entrega anterior y partiendo de él redacte una estrategia que ponga en claro y de coherencia a las opciones que ha elegido en el paso anterior.

Es hora de perfilar, de definir claramente lo que antes era un boceto. La estrategia estará bien redactada cuando todo el mundo sea capaz de comprenderla, porque eso es lo que deberán hacer aquellos que trabajen con usted, si no es así, no le servirá de nada.

Su estrategia debería contener, como mínimo:

- Una definición de los mercados, productos y servicios

- La política comercial y de precios.
- Los puntos clave de la estrategia de promoción que realizará.
- La cultura de empresa y la imagen que quiere dar.

La estrategia es un producto de todo el análisis que ha hecho antes, por ello, debe integrarse en él como una pieza perfecta, es decir, que si una debilidad era su estructura financiera porque ha tenido que pedir un gran préstamo, su estrategia comercial no podrá basarse en una guerra de precios porque en unos meses la perderá por falta de fondos. Esta estrategia determinará:

- Qué necesita para ponerla en marcha (plan de recursos materiales)
- Cuánto dinero le hará falta (plan financiero, es decir de donde, cómo y cuánto dinero deberá reunir)
- Cómo promocionará su negocio (plan de marketing, identificando los clientes objetivo, sus necesidades y las maneras de llegar a ellos y hacer que le compren, planificando la promoción, etc.)
- El personal que necesitará (plan de recursos humanos, donde establecerá el personal.

No se asuste por todo esto, no se trata de escribir un libro, sino de definir, aunque sea breve pero claramente todos esos aspectos (aunque ocupe dicha definición apenas unos párrafos, pero escríbalo, sáquelo a la luz). Todo ello se incluirá en nuestro plan puesto que, de no ser así, seremos ciegos ante puntos importantes.

f. El Plan de Producción.

El Plan de Marketing : De todo lo que hablábamos en la anterior entrega el plan de marketing suele ser una de las partes más importantes y también de las más obviadas por las pequeñas iniciativas.

Considere antes de nada lo siguiente:

- Da igual lo bueno que uno sea o lo excelente que sea el producto, si nadie lo conoce no sirve de nada, porque nadie lo comprará.
- Es necesario invertir en marketing, aunque a corto plazo parezca un gasto no lo es, es una inversión.
- Hay que tener en cuenta una ley esencial del marketing. Toda acción de marketing tendrá resultado a plazo, es decir, que será el largo plazo el que proporcione los resultados. El tiempo es algo muy importante en marketing, debe considerarse siempre que el marketing no es algo puntual sino un proceso que debe continuar y mantenerse en el tiempo.

Dicho esto se debe diseñar el marketing meditando sobre tres puntos esenciales:

-El precio. El precio es un elemento fundamental de compra y debe decidir cuál será su estrategia de precio. Además, si opta por un precio alto porque ha visto que su público es gente de alto nivel que aprecia la calidad y no le importa pagar más, toda su imagen de empresa y marketing deben estar acordes (es decir que no de la impresión de ser barato o ¿cutre¿). Sepa donde quiere posicionarse y tenga en cuenta siempre cómo lo hace la competencia.

-La promoción. Debe diseñar acciones de promoción y valorar no sólo cuánto le costarán, sino lo que obtendrá con ellas, controlar lo que obtenemos con determinadas acciones de marketing (el análisis tendrá que ser ¿a posteriori¿) ayudará a enfocar la inversión de marketing en lo más rentable. Utilice una técnica similar a la que usó para definir las alternativas estratégicas. Que sea acorde con la filosofía de empresa y su público.

-El producto. Su producto debe estar acorde con su público objetivo, su estrategia y el resto de acciones de marketing, no transmita una imagen y tenga un producto que en realidad es de otra manera.

El Plan Financiero. El Plan Financiero es la traducción en números del resto del plan. Recogida la información sobre lo que precisamos para empezar la empresa, la gente que vayamos a contratar, las previsiones de venta que hayamos realizado, etc. es hora, en esta parte del plan, de traducirlo a números para así poder ver la viabilidad del proyecto y cuáles son las previsiones.

El plan financiero suele estar compuesto de:

Plan de inversiones: se consigna todo lo necesario para empezar y cuánto cuesta (compra de ordenadores, arreglo de local, gasto de notario, etc.) y luego se especifica con qué vamos a pagarlo. Si no podemos cubrir el total necesario para empezar a rodar con los fondos propios que vamos a poner deberemos buscar financiación externa (esto es, pedir un préstamo).

Cuenta de resultados previstos: deberemos analizar por una parte los ingresos que preveemos tener y, por otro lado, los gastos necesarios de funcionamiento. Una vez todos juntos, debemos ver el resultado mes a mes durante el primer año para ir viendo el beneficio o pérdida. Igualmente debemos hacerlo para los siguientes años (acumulados por meses o trimestres durante por ejemplo los 3 primeros años) lo más normal es cerrar el primer año con pérdidas.

Balance previsional: debemos consignar cuál será nuestro balance final para cada año. Con nuestro activo, pasivo y neto.

Presupuesto de tesorería: similar a nuestro presupuesto de gastos (que realizamos para la cuenta de resultados) pero teniendo en cuenta momentos de pago, no de gasto (es decir cuando sale el dinero de nuestra cuenta, no cuando contraemos la deuda) eso permitirá controlar la tesorería, cuestión esencial en toda empresa y particularmente en

las nuevas, donde es vital tener recursos líquidos y habitual que se conviertan en una cuestión delicada.

Estos elementos anteriores son básicos, pero se pueden añadir otros como un análisis del punto de equilibrio, por ejemplo.

Consejos clave:

-No es hora de ser creativo, sino serio, por ello si no se está seguro quizá sea mejor consultar a un profesional.

-Haga varios escenarios, uno pesimista, uno normal y uno optimista.

g. El Resumen Ejecutivo.

El resumen ejecutivo es la última parte del plan pero la que se pone en primer lugar en el plan, por ello es esencial su realización, ya que aquellos que analicen su plan tendrán dos acciones ineludibles, primero verán su resumen y luego echarán un vistazo pormenorizado a la parte financiera. Si logra atraer la atención con estas dos partes, entonces ya se sumergirán en profundidad en los demás aspectos del plan.

Por ello, el resumen ejecutivo es una parte a ser realizada con mucho tiento y cuidado. El resumen ejecutivo pretende, en un par de páginas a lo sumo, destacar los puntos realmente importantes y las conclusiones esenciales.

Diga de manera concisa y segura lo que quieren oír los que lean su plan, esto es: a qué se dedica el negocio, a qué mercado está orientado, cuáles son las ventajas y qué piensa obtener (consigne las cifras importantes definiendo bien tanto el momento en el que espera obtener beneficio como la cantidad en la que, más o menos, espera establecerse tras un tiempo, o el ritmo de crecimiento anual,) es decir, vaya a su plan financiero y las cifras destacadas, los elementos importantes, los define ahí. Si atraen a su lector, éste irá al final del plan a ver su planificación financiera y de ahí al resto del documento.

g. Plan Financiero

Tenga en cuenta que su plan de negocio es un instrumento de venta, transmite su compromiso con el proyecto, por ello debe ser serio, con una presentación limpia y mínimamente profesional, con un índice y sin faltas de ortografía o tachaduras y enmiendas.

Si no es capaz de definir en dos páginas máximo los elementos de su negocio entonces el plan no habrá servido de mucho.

Recuerde. Su plan no es sólo su previsión, es su tarjeta de visita ante entidades de crédito o de subvención y un instrumento de venta.

En la siguiente y última entrega trataremos una serie de consideraciones finales.

h. Consideraciones finales

Llegados a este punto habrá visto que no hay soluciones estándar ni una fórmula magistral para el éxito más allá de la seriedad y el trabajo. Eso, que parece una dificultad es lo que hace grande el mundo del emprendedor.

Se ha dado un esquema para el plan de empresa, pero no es el único válido, adapte a su situación personal y recuerde:

-Planifique.

-Sea analítico, acostúmbrese, ante un problema o cuestión, a mirarlo desde todos los ángulos y a valorar las distintas posibilidades de afrontarlo. Pensar estratégicamente le será muy útil y no sólo para emprender.

-Sea creativo, muchas veces la mejor solución resulta la impensable.

-Entienda que hay que asumir riesgos y que se puede no acertar. Es parte de la vida, caer y levantarse es la dinámica del verdadero aprendizaje y aquel que dice acertar siempre además de ser un arrogante le está engañando. Hay una frase que dice: ¿En los negocios la audacia es lo primero, lo segundo y lo tercero¿. Eso no significa que deba nadar y no preocuparse de guardar la ropa, sino entender que para saltar un barranco hay que atreverse a lanzarse. Tenga siempre un plan de contingencia, esa es la última lección para un emprendedor, prevea lo que va a hacer en el caso de que algo vaya mal (Si una acción de marketing no va bien, si no se consiguen tantos clientes como se desea¿) En el mundo de la empresa, la previsión también es lo primero, lo segundo y lo tercero. Esto no significa hacer un plan para cada cuestión, significa tener presente la posibilidad de no acertar y no apartarlo obviando pensar en ello por miedo.

-Recuerde que su vida no acabará ni empezará con su empresa, pero ponga todo su empeño y profesionalidad en ella manteniendo un equilibrio, habrá días duros, pero merecerá la pena, sin duda.

Conocimientos y herramientas que pueden utilizar los emprendedores para sus procesos organizacionales o empresariales

Iniciado el proceso de formación para el emprendimiento, el capacitado tiene claro cuáles son puntos claves que se deben tener en cuenta para lograr el acierto en sus procesos empresariales, pero existen unos puntos clave que puede servir de mucha ayuda para en el proceso de motivación, es decir buscar las herramientas para que el pequeño empresario persevere y se mantenga firme en los tiempos buenos y malos del proceso empresarial.

a. Trabajar en equipo.

En un proceso como los que se desarrollan en el municipio de El Tambo Cauca, es muy difícil emprender procesos empresariales solos, pues se requiere de muchos recursos que son difícil de alcanzar si se trabaja individualmente.

El trabajo individual es posible en la medida en que los procesos empresariales sean locales o pequeños negocios que no abarcan mercados grandes, no necesitan grandes cantidades de dinero y poco conocimiento.

Para un desarrollo socio económico es necesario emprender procesos productivos de gran cantidad, pero es necesario trabajar en equipo, pues así se logra las ayudas del estado y muchas instituciones que harán parte en los procesos de formación y consecución de recursos. Ejemplo: Si la intención es establecer un cultivo de mora para abastecer el mercado, lo más conveniente es asociarse en una organización de productores de mora, pues hay empresas dedicadas a la producción de derivados de mora, como jugos, yogures etc, estas empresas ofrecen contratos para adquirir las producciones establecidas en grandes cantidades y de manera permanente, es un mercado seguro, con ingresos seguros, permanentes y suficiente, el productor solo debe dedicarse a ofrecer el productos en excelentes condiciones.

Esta clase de contratos favorece a los pequeños productores que realicen un trabajo asociado, puesto que es la única forma de cumplir con los estándares de calidad, cantidad en las entregas para obtener una buena remuneración y de manera permanente; Este trabajo asociado obliga a los productores a mejorar sus procesos de producción y trabajar coordinadamente entre los asociados, el beneficio va a ser colectivo. A pesar que este proceso no conlleva a un proceso empresarial de mayor magnitud donde el empresario debe prestar mayor interés al estudio de la oferta y la demanda, la presentación del producto y muchos aspectos que un empresario debe tener en cuenta, deben ser considerados por los grupos asociativos como importantes y aplicable, se deben tener en cuenta los puntos tratados en el tema anterior, puesto que la organizaciones en la medida del tiempo cambian, puede ser en la cantidad de asociados, la calidad del producto que ofrecen o si es posible pueden dedicarse a iniciar un proceso de transformación de sus productos para posicionarlo en el mercado.

Es importante que el pequeño productor sea consiente que una gran empresa que comercializa su producto es importante porque la materia prima con la que lo hace es de muy buena calidad, ese es el resultado de un trabajo de campo con el manejo adecuado, ejemplo porque se ofrecen productos de buen tamaño, productos orgánicos, porque el proceso que el pequeño productor campesino realiza aporta al mejoramiento del medio ambiente, al mejoramiento del nivel socioeconómico de la zona entre otros. Una gran empresa comercializadora no va a realizar contratos con personas individuales, solo lo hacen con organizaciones.

Parece difícil pero no imposible que podamos constituir una empresa u organización para proveer servicios o productos a grandes empresas, lo único que puede parecer complicado es conseguir el contrato, pero debe ser lo primero que se haga, antes de iniciar un proceso productivo es necesario identificar las posibles empresas que van a adquirir nuestro producto a un futuro no muy lejano, hay que establecer con ellas comunicación para establecer compromisos, es importante realizar acuerdos de intención, que deben quedar por escrito.

Es probable que la organización no tenga el personal adecuado para el manejo de este tema, por eso es importante el trabajo en equipo, no solo de los miembro de la asociación, sino que la organización trabaje de la mano con todas las instituciones que ofrezcan ayudar en su proceso de formación. Esta es una buena oportunidad para que estas

instituciones se comprometan a conseguir acuerdos de intención con muchas empresas que se encargan de procesar o comercializar nuestros productos.

En este punto es necesario mostrar a través de videos procesos productivos exitosos, esto ayuda a mejorar los niveles de motivación del capacitado y futuro emprendedor. Es aquí donde se presenta la necesidad que el municipio de El Tambo cuente con una dependencia de DESARROLLO EMPRESARIAL Y COMPETITIVO, dedicado a fortalecer el trabajo de las pequeñas organizaciones, es la única manera que a todos estos procesos productivos se realice un seguimiento durante muchos años, con un mismo enfoque, manteniendo una visión clara de las organizaciones, así se evita las malas inversiones que hace el estado en proyectos productivos, que solo se activan mientras duran la ejecución de los recurso y luego sus asociados quedan solos sin saber qué hacer para continuar con sus procesos, es allí donde han fracasado muchos prontos.

Una dependencia dedicada al desarrollo empresarial y competitivo es de mucha importancia en el municipio de El Tambo Cauca, puesto que es la única manera de identificar cuales es la verdadera debilidad de las organizaciones de productores y cuáles son las fortalezas que tiene para avanzar, ellos deberán ser quienes se encarguen de los acuerdos comerciales. Esta sería la misma tarea que ha emprendido el ministerio de industria y comercio que durante los últimos años, dedicándose a la consecución de acuerdos comerciales con otros países y estableciendo tratados de libre comercio.

Por este motivo es URGENTE, que los productores campesinos empiecen a pensar de manera organizada, para evitar que a futuro los mercado locales sean invadidos por productos de otras regiones o países, es mejor invadir con buenos productos de excelente calidad y obteniendo excelentes ganancias.

Esta es una herramienta o conocimiento que se aporta a los capacitados para que aprovechen a la hora de exponer sus requerimientos cuando los municipios estructuran los planes de desarrollo.

Pero como aun no se tiene una oficina dedicada a este trabajo, los productores son quienes deben buscar apoyo en las diferentes instituciones o empresas que se dediquen a realizar esta actividad.

Es también importante identificar la posibilidad de la creación de un banco de maquinaria en el municipio y equipos necesarios para agilizar los procesos productivos, es obligatorio aprender que la aplicación de tecnología mejora los procesos en calidad y tiempo.

❖ **COMO SE DESARROLLAN LOS MERCALOS LOCALES Y REGIONALES.**

Que se produce

Como se produce

Donde se vende, cuanto se vende

Cuanto de lo que se produce en el municipio se vende dentro del municipio y cuanto se vende en otros mercados.

Cada cuanto se produce

La producción es eficiente o deficiente.

Cuántas organizaciones han realizado acuerdos comerciales con grandes empresas y son proveedoras permanentes.

Proyectos productivos que se conozcan y su trayectoria.

Estos son datos que los productores desconocen, por eso no les muestran importancia, pero una vez tengan el conocimiento de ello, esto ayuda a MOTIVAR Y despertar la necesidad e identificar la importancia de poner a producir sus terrenos que en muchas regiones son fincas dedicadas a la producción de helecho y monte, pero que es el CAPITAL más importante con el que cuentan los campesinos al igual que SU MANO DE OBRA.

❖ CONTABILIDAD

Introducción

La Contabilidad se define como un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio. De tal manera que, se constituya en el eje central para llevar a cabo los diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica el constituir una empresa determinada.

Origen de la contabilidad

La Contabilidad se remonta desde tiempos muy antiguos, cuando el hombre se ve obligado a llevar registros y controles de sus propiedades porque su memoria no bastaba para guardar la información requerida. Se ha demostrado a través de diversos historiadores que en épocas como la egipcia o romana, se empleaban técnicas contables que se derivaban del intercambio comercial.

El inicio de la literatura contable queda circunscrito a la obra del franciscano Fray Luca Paccioli de 1494 titulado "La Summa de Arithmética, Geometría Proportioni

et Proportionalitá", en donde se considera el concepto de partida doble por primera vez.

Actualmente, dentro de lo que son los sistemas de información empresarial, la contabilidad se erige como uno de los sistemas más notables y eficaces para dar a conocer los diversos ámbitos de la información de las unidades de producción o empresas. El concepto ha evolucionado sobremanera, de forma que cada vez es mayor el grado de "especialización" de ésta disciplina dentro del entorno empresarial.

Definición

La contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones mercantiles de un negocio con el fin de interpretar sus resultados. Por consiguiente, los gerentes o directores a través de la contabilidad podrán orientarse sobre el curso que siguen sus negocios mediante datos contables y

estadísticos. Estos datos permiten conocer la estabilidad y solvencia de la compañía, la corriente de cobros y pagos, las tendencias de las ventas, costos y gastos generales, entre otros. De manera que se pueda conocer la capacidad financiera de la empresa.

Objetivos de la contabilidad

Proporcionar información a: Dueños, accionistas, bancos y gerentes, con relación a la naturaleza del valor de las cosas que el negocio deba a terceros, la cosas poseídas por el negocios. Sin embargo, su primordial objetivo es suministrar información razonada, con base en registros técnicos, de las operaciones realizadas por un ente privado o público. Para ello deberá realizar:

- Registros con bases en sistemas y procedimientos técnicos adaptados a la diversidad de operaciones que pueda realizar un determinado ente.
- Clasificar operaciones registradas como medio para obtener objetivos propuestos.
- Interpretar los resultados con el fin de dar información detallada y razonada.

Con relación a la información suministrada, esta deberá cumplir con un objetivo administrativo y uno financiero:

Administrativo: ofrecer información a los usuarios internos para suministrar y facilitar a la administración intrínseca la planificación, toma de decisiones y control de operaciones. Para ello, comprende información histórica presente y futura de cada departamento en que se subdivide la organización de la empresa.

Financiero: proporcionar información a usuarios externos de las operaciones realizadas por un ente, fundamentalmente en el pasado por lo que también se le denomina contabilidad histórica.

5. Importancia de la contabilidad

La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negociaciones mercantiles y financieras. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de su patrimonio. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

Se entiende por Teneduría de Libros como el proceso rutinario de registrar, clasificar y resumir la información de cada una de las transacciones efectuadas por la empresa. Por consiguiente, se pueden llevar las anotaciones con el mayor orden y claridad posible.

6. La contabilidad se encarga de:

- Analizar y valorar los resultados económicos.

- Agrupar y comparar resultados.
- Planificar y sintetizar los procedimientos a seguir.
- Controlar el cumplimiento de lo programado.

7. Principios y procedimientos contables

Principios Contables:

Los principios contables se refieren a conceptos básicos o conjuntos de proposiciones directrices a las que debe subordinarse todo desarrollo posterior. Su misión es la de establecer delimitaciones en los entes económicos, las bases de la cuantificación de las operaciones y la presentación de la información financiera.

Los principios de la contabilidad se establecieron para ser aplicados a la denominada contabilidad financiera y, por extensión, se suelen aplicar también a la contabilidad administrativa. La contabilidad administrativa se planeará de acuerdo a las necesidades o preferencia de cada empresa, la cual podrá imponer sus propias regulaciones. La contabilidad financiera deberá planearse para proporcionar información cuantitativa, comparativa y confiable a sus usuarios externos.

Procedimientos Contables:

El manejo de registros constituye una fase o procedimiento de la contabilidad. El mantenimiento de los registros conforma un proceso en extremo importante, toda vez que el desarrollo eficiente de las otras actividades contable depende en alto grado, de la exactitud e integridad de los registros de la contabilidad.

- Cuentas
- Débitos y créditos
- Cargos y créditos a las cuentas
- Cuentas de activos
- Cuentas de pasivo y capital
- Registros de las operaciones
- Cuentas por cobrar y por pagar

8. Igualdad de Inventario

La Igualdad de Inventario es la base sobre la cual se sustenta la técnica contable, pues establece que todo lo que la empresa tiene, lo debe. Esto también puede observarse de otra forma, la empresa ha obtenido recursos tanto de terceros como de los dueños y por otro lado debe aparecer como invirtió esos recursos que obtuvo. Para formalizar lo anterior es necesario, conocer cierto vocabulario técnico que a continuación se menciona:

ACTIVO: Son todos aquellos derechos y bienes que la empresa posee.

PASIVO: Corresponde a la deuda que la empresa mantiene con terceros.

PATRIMONIO: Corresponde a la deuda que la empresa mantiene con los dueños.
Por lo tanto, la igualdad de inventario se define como:

ACTIVO = PASIVO + PATRIMONIO

Como ya se explicó anteriormente, esta ecuación SIEMPRE debe cumplirse en todo registro contable, e implica que todo lo que la empresa tiene, que son sus Activos, debe ser igual a la deuda que mantiene la empresa tanto con terceros como con los dueños.

9. La Cuenta

Una cuenta es una agrupación conveniente de un determinado tipo de transacción. Por ejemplo, todas las transacciones relacionadas con el dinero en efectivo de la empresa, se les denomina cuenta "caja"; o todas las transacciones relacionadas con las deudas con los que venden las mercaderías a la empresa, se les denomina cuenta "proveedores".

La cuenta tiene tres elementos principales:

1. Nombre de la cuenta.
2. Cargo: Es el lado izquierdo de la cuenta
3. Abono: Es el lado derecho de la cuenta.

Las cuentas se clasifican en:

1. **Activo:** son todas las cuentas que representan bienes y derechos de la empresa.
Por ejemplo: Caja, Banco, Letras por Cobrar, Mercaderías, Máquinas, Vehículos, Patentes, etc.
2. **Pasivo:** Son todas las cuentas que representan obligaciones con terceros de la empresa. Por ejemplo: Proveedores, Acreedores, Cuentas por pagar, Préstamos por pagar, Documentos por pagar, etc
3. **Patrimonio:** Son todas aquellas cuentas que representan deuda, pero con los dueños de la empresa. Por ejemplo: Capital, Resultados Acumulados, etc.
4. **Resultados:** Son las cuentas que agrupan a todas las pérdidas y ganancias. A su vez se clasifican en Pérdidas y en Ganancias.

Anexo D. Firmas

ASODESTAMBO
ASOCIACIÓN DE DESPLAZADOS DE EL TAMBO - CAUCA

FECHA: 17 Mayo 2011 LUGAR: Rios Kos Del Hospital El Tambo

PRESIDEN LA REUNIÓN:
ALCALDIA, ASODESTAMBO FUPAD

LISTADO DE ASISTENCIA

<u>Isa Laura Schobo Jimena</u>	<u>25395.196</u>
<u>Rafael Muñoz</u>	<u>1437908</u>
<u>Maria Milena Caicedo</u>	<u>25396.073</u>
<u>Ana Rud Realpe</u>	<u>25395559</u>
<u>Denis Enrique Velasco</u>	<u>34640436</u>
<u>Nandi Solarte</u>	<u>41669551</u>
<u>Jose Garcia</u>	<u>94.266450</u>
<u>Romelia Sule</u>	<u>B1250370</u>
<u>Jose Onofre Campa</u>	<u>7463.925</u>
<u>Leonardo Daza Velasco</u>	<u>4734957</u>
<u>Carlos Alberto Villalobos Reyro</u>	<u>76202253</u>
<u>Denyer Cruz Manten</u>	<u>4668707</u>
<u>LEYDY ANDREA ARDILA Lucio</u>	<u>25415.553</u>
<u>Colinda Montero Manten</u>	<u>4.66.194</u>
<u>Jose Sandoz Cobo Somo</u>	<u>76236537 (Jesly JOHANA FLORES)</u>
<u>Mariona Sanchez</u>	<u>25393098</u>
<u>Geledina Lopez</u>	<u>25402948</u>
<u>Yasmin Valdez Lopez</u>	<u>25423737</u>
<u>XORGE ISMAEL ALVAROZ</u>	<u>111212353</u>
<u>Alba Nidia Aries</u>	<u>25397472</u>
<u>Neiver Lucivar Muñoz</u>	<u>4669302</u>
<u>Juan Manuel</u>	<u>76216579</u>

"Manos unidas para un futuro mejor"

**LISTADO DE ASISTENCIA DESPLAZADOS
MUNICIPIO DE EL TAMBO CAUCA**

EVENTO: Plan de capacitación

FECHA: 16 Julio 2011

LUGAR: Salón parroquial

NOMBRES Y APELLIDOS	DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	LUGAR DE RESIDENCIA	# TELÉFONO Y/ CELULAR	FIRMA
Ricardo Iglesias	25470699	Pto Rico		Ricardo
Erney Chiriquiana	4763750	Pto Rico	3146935566	Erney Chiriquiana
Oscar Hilmer Diaz	98347214	Puerto Rico	3117579099	Oscar Diaz
Alvaro Bayardo Diaz	98347888	Puerto Rico	3127815100	Alvaro Diaz
Roman Diaz	98347707	Puerto Alta.	3128306317	Roman Diaz
AVILA Leonor pino clara	25422782	San Fernando	3104757999	AVILA Leonor pino
Socanda Gutierrez	1060815477	San Fernando	3217336856	Socanda Gutierrez
Maria Guadalupe Chante	25292246	El Tambo	3128467940	Maria Guadalupe
Maria ESPERANZA MORALES	1002810951	San Fernando	3274925955	M. ESPERANZA
Jorge Quique	41671572	El Crucero	312283.8719	Jorge Quique
MARCEL SOLORZA	7558736	El Tambo	3127611064	MARCEL
Rissy Terice C.	25429160	El Tambo	3113699814	Rissy Terice

ALCALDIA MUNICIPAL
EL TAMBO CAUCA
NIT 891500978-6

POR LA GRANDEZA DE
EL TAMBO

Fecha: junio 17 - 2011
Hora: 10: AM.
Lugar: Hospitales

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA	OCCUPACION	SITIO PROCEDENCIA	SITIO RESIDENCIA	TELEFONO	FIRMA
	MARLENY MUÑOZ DIAZ	26566793	SECRETARIA ASOPOSTALBO	B/NUEVA ESPERANZA	NUEVA ESPERANZA	3113879721	Marleny Muñoz Díaz
	Jacmin Videl Lopez	25423737	Ama de Casa	Cabeza Municipal	Cabeza Municipal	347096776	Jacmin Videl Lopez
	JORGE ISRAEL RIBARAZ	115182553	oficios burocraticos	cabecera municipal	C.R. 400000	3136996196	Jorge Ribaraz
	JOSÉ SANDRO COBO	26236537	oficios burocraticos	cabecera municipal	Cabeza Municipal	3104934608	SANDRO COBO
	YABINA SANCHEZ	25393098	MODISTAS	Embeera H.M.P.	Piedra Bolívar	3125765288	Yabina Sanchez
	LEOPOLDINO LOPEZ	25402987	ama de casa	CAB. MUN. H.M.P.	Piedra Bolívar	3147810879	Leopoldino Lopez
	JOSE ANTONIO CAMPO	1463925	Agricultor	huerto	B.L. Esperanza	-	Jose Antonio Campo
	ROMELIA SUSCUE	31237370	ama de casa	Yumbato	Biochiquito	-	Romelia Suscúe
	JOSE GARCIA	9426640	de varios	Unite.	Biochiquito	3217085932	Jose Garcia
	GERALDINO FIDIBO	38466631	ama de casa	La Cuchilla	San Helén	3122407548	Geraldino Fido
	Neiver Amador Muñoz	4669302	ESTUDIANTE	cabecera municipal	cabecera municipal	3147664161	Neiver Muñoz
	ALBA NIDIA ARIAS	25397432	ama de casa	Playa Rica	LA Florida	3146735997	Alba Nidia Arias
	JUVENAL HERNANDEZ	4671818	Desplazado	El Tambo	B/San Juan	3136603407	Juvenal Hernandez
	Alba Lucia Solarte	2166959	de varios	Granada Honor	La Primavera	3116088071	Alba Lucia Solarte
	Alba Lucia Solarte G	23395196	Unid. Publ. Desplazado	Tambo E	B/Play Helena	3110353423	Alba Lucia Solarte
	Rafael Muñoz	1437.988	de varios	Catalano E.	B/Obrero	3122972017	Rafael Muñoz
	Mania Fabian Cuenca	25396073	Restaurante	Nomacia	B/la Capella	3104638940	Mania Fabian Cuenca
	Ana Ruth Morales	25395559	Oficio Varío	Putumayo	B/La Nueva Granada	3132506398	Ana Ruth Morales
	Enrique Delano	37670436	Oficio Varío	Huila	B/Nueva Granada	3137923638	Enrique Delano

ALCALDIA MUNICIPAL
EL TAMBO CAUCA
Nit 891500978-6

POR
LA **GRANDEZA DE
EL TAMBO**

LISTA DE ASISTENCIA REUNION COMITÉ MUNICIPAL ATENCION A LA POBLACION DESPLAZADA

Fecha: 15 de Abril de 2011.
Hora: 8 AM
Lugar: Auditorio del Hospital.

No.	NOMBRES	CARGO	DEPENDENCIA	FIRMA
	Rafael Cordoba Muñoz	presidente JAC. B. La paz	Hospital B. Lapaz	✓ Rafael C. M.
	Cenaida Urbano Rivera	presidente Salud	Hospital O. La Paz	✓ Cenaida Urbano Rivera
	Liliana Carolina Puentes	seca salud	Alcaldia El Tambo	✓ Liliana C. Puentes
	Hilberto Benavides	Suplente Mps F-Acción	Medicina	✓ Hilberto B.
	Guillermo A. Valencia	Ita. Des. Mesa Feptec	Asoc. Mps	✓ Guillermo A. Valencia
	Jorge Orlando Mena Valero	cofe policía Cruces Pando	Cuencos Montecruz	✓ Jorge O. Mena Valero
	JUAN Jairo BARRERA II.	cofe policía Tambo	PODAL - TAMBO	✓ Juan Jairo Barrera II.
	LORENZO A. NOSOERA	Secretario de Gobierno	Mpio El TAMBO	✓ Lorenzo A. Nosoera
	Hernando Perez Munoz	Profesional SSP.D.S	UT. Cauca	✓ Hernando P. Munoz
	Talio Patricio Gomez	Atencion Primaria	Accion Social	✓ Talio P. Gomez
	Andrey Prado Ruiz	Accion Social	Accion Social	✓ Andrey P. Ruiz
	Diana H. Velazquez	PROF. de Apoyo a la APD	TCBF	✓ Diana H. Velazquez
	Hugo Fernan Bolaño	Alcalde	El Tambo	✓ Hugo F. Bolaño
	Antonio Usache delgado	Personero	Personero	✓ Antonio U. delgado
	Liliana Carolina Montenegro	SECRETAR. Salud	Salud	✓ Liliana C. Montenegro
	Yuri Yasmín Uribe	Pasante Admón	Administrativa	✓ Yuri Y. Uribe
	José Libardo Salazar G.	Jefe Planeación	E. D. E. El Tambo	✓ José L. Salazar G.
	Johana Eusebia Jeng	Asociación padres	Patronato	✓ Johana E. Jeng

FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIOECONÓMICO DE LA PERIFERIA DEL MUNICIPIO DEL TAMBO CAUCA Y LOS DESPLAZADOS DE LA CABECERA



MUNICIPAL



LISTADO DE ASISTENCIA

Fecha: 10 de Julio 2011

Vereda: Betania

NOMBRE Y APELLIDOS	IDENTIFICACIÓN	TELEFONO	VEREDA	FIRMA
Adriana del Pilar Sandoval			Betania	
Aracelis Urraca	66 843 407	310 826 0478	Betania	
Affinity Wrobo	4664242	3137158732	Betania	
Mary Viviana Sandoval	1060.875.271	312 2591363	Betania	Mary Sandoval
Senobia Garzón S	25475677	314 6626874	Betania	Senobia Garzón S
Eulalia Oliveros	25394873		Betania	Eulalia Oliveros
Jose andrino Alvarez	10-723 060	312 839 9519	Betania	Jose Alvarez
Thoresmira Castillo	76 315045	321 6219750	Betania	Thoresmira Castillo
Delio Sandoval	4663905	314 7161795	Betania	Delio Sandoval
Jesús Nelson Jairobo	1060.874.310	3127893999	Betania	Jesús Nelson
Tatiana Maguin	37.259.393		Betania	Tatiana Maguin

ALCALDIA MUNICIPAL
EL TAMBO CAUCA
Nit 891500978-6

POR LA GRANDEZA DE
EL TAMBO

JORNADA MESAS DE TRABAJO POBLACION DESPLAZADA

Fecha:
Hora:
Lugar:

No.	NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA	OCCUPACION	SITIO PROCEDENCIA	SITIO RESIDENCIA	TELEFONO	FIRMA
	Robinson Vera	94'277.142	Agricultura	La Laguna	Huísito	312 294 1440	Robinson Vera
	Efren Plauter	17'636.219	Dominicultura	Caquetá	B/Polo Santo	3	Efren Plauter
	Orlando Fontán Naután	4'663.184	Agricultura	Craquer	Craquer	312 743 64 04	Orlando Fontán Naután
	José Fernando Lecio	76302.894	Independiente	Tablón	El Centro	314 608 64 76	José Fernando Lecio
	Eliecer Fontán Naután	7'462.927	Agricultura	Craquer	Craquer	314 834 4902	Eliecer Fontán Naután
	Dimas Gerardo Quiñón	4'664.952	Independiente	Caquetá	El Centro	314 803 8107	Dimas Gerardo Quiñón
	Ledy Andrea Cuello F.	25'415.553	Dueña de Casa	Craquer	El Centro	314 896 0977	Ledy Andrea Cuello F.
	Denyer Cruz Plauter	4'668.707	Agricultor	Craquer	Craquer	314 648 1518	Denyer Cruz Plauter
	Desarrolla Schöber	26'486.631	Amo de Casa	La Esclilla	El Centro	312 240 7548	Desarrolla Schöber
	José Winer Martínez	76'216.579	Dominicultor	El Platónido	La Esclilla	318 855 5024	José Winer Martínez
	Fernando Ojeda Obono	4'734.958	Amo de Casa	Palmar Nuevo	El Centro	314 712 1893	Fernando Ojeda Obono
	Luz Elena Galudiz	40'622.102	Amo de Casa	Caquetá	Guabalán	312 759 52 91	Luz Elena Galudiz
	Esperanza Popayán	7002870951	Amo de Casa	Huísito	B/Santofacundo	321 792 5955	Esperanza Popayán
	Dimas Leidy Pinedo	25'422.783	Amo de Casa	Obelisco	B/Santofacundo	3	Dimas Leidy Pinedo
	Carmon Elisa Leuco	25'420.846	Amo de Casa	Craquer	El Centro	314 896 09 77	Carmon Elisa Leuco
	Simón Cruz Fontán	4'674.560	Agricultor	Craquer	Craquer	311 719 8660	Simón Cruz Fontán
	→ Daniel Antonio Prado D.	79'617.064	Sec. Placón	Alcalda	El Tambo	312 299 0633	Daniel Antonio Prado D.
	→ Alexander Prado I.	76'323.057	Coord. Proyectos	FUPAD	Popayán	310 468 7294	Alexander Prado I.
	Enrique García	94'554.037	HOBBY	Playa Rica	Centro de la Laguna	313 686 4870	Enrique García

FORMACIÓN PARA EL EMPRENDIMIENTO SOCIOECONÓMICO DE LA PERIFERIA DEL MUNICIPIO DEL TAMBO CAUCA Y LOS DESPLAZADOS DE LA CABECERA



MUNICIPAL



NOMBRE Y APELLIDOS	IDENTIFICACIÓN	TELEFONO	VEREDA	FIRMA
Luz Eda Lopez	59.760.176		el tablon	<i>Luz Eda Lopez</i>
Adriano Andrade	1061718176		el tablon	Adriano Andrade
Cecilia Stefany	940121-11554		el tablon	<i>Cecilia Stefany</i>
Nini Johana Dueñas	59.760.031		la laguna	<i>Nini Johana Dueñas</i>
Pada Andrade	951113-19597		Betania	<i>Pada Andrade</i>
Angela Daniela R	10749500779.		Betania	Angela Daniela R
Yairo Andrade	59.121.938.		monterredondo	<i>Yairo Andrade</i>
Yermencia Amezcua	25.489.264.		monterredondo	
Alexander C.	76.000.5000		La laguna	
Quira oliva	25423932.		La laguna	
Leonisa Ruiz	25.298.392		La laguna	
Blanca Nalle	34.571.723		La laguna	<i>Blanca Nalle</i>
Ruben Dario	76.236.291		La laguna	
Diocelina Huse	66.964.425		Betania	

Anexo E. Álbum fotográfico





























