

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES Y PUBLICACIONES

**“Jornada de Socialización de Resultados
de Proyectos de Investigación
Empresarial”**

Noviembre 23 DE 2017

Jornada de Socialización de Resultados de Proyectos de Investigación Empresarial

Un evento que congrega a investigadores y empresarios en torno al papel de la investigación y su impacto en el desarrollo económico y social de la Región

FECHA: Noviembre 23 de 2017

PONENCIAS

1. “El tejido empresarial del Tolima: dinámica y papel en el desarrollo económico y social de la Región”. Arturo Mateus Caicedo. CCI

2. “Modelo de gestión integral de pronósticos para las pymes industriales de Ibagué”. Germán Rubio Guerrero. Universidad del Tolima.

3. “Factores que determinan los procesos de gestión en las empresas de economía solidaria del Tolima”. José Rodrigo Cática Barbosa. Universidad del Tolima.

4. “Perspectiva de asociatividad de las Mipymes del Tolima”. Laura Marcela López Posada. Universidad del Tolima.

5. “Caracterización de las mujeres empresarias de la ciudad de Ibagué”. Mercedes Parra Alviz. Universidad del Tolima.

6. “Acompañamiento a los microempresarios de la ciudad de Ibagué, mediante un modelo de aprendizaje contable y tributario”. Nubia Varón Triana. UCC.

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES Y PUBLICACIONES

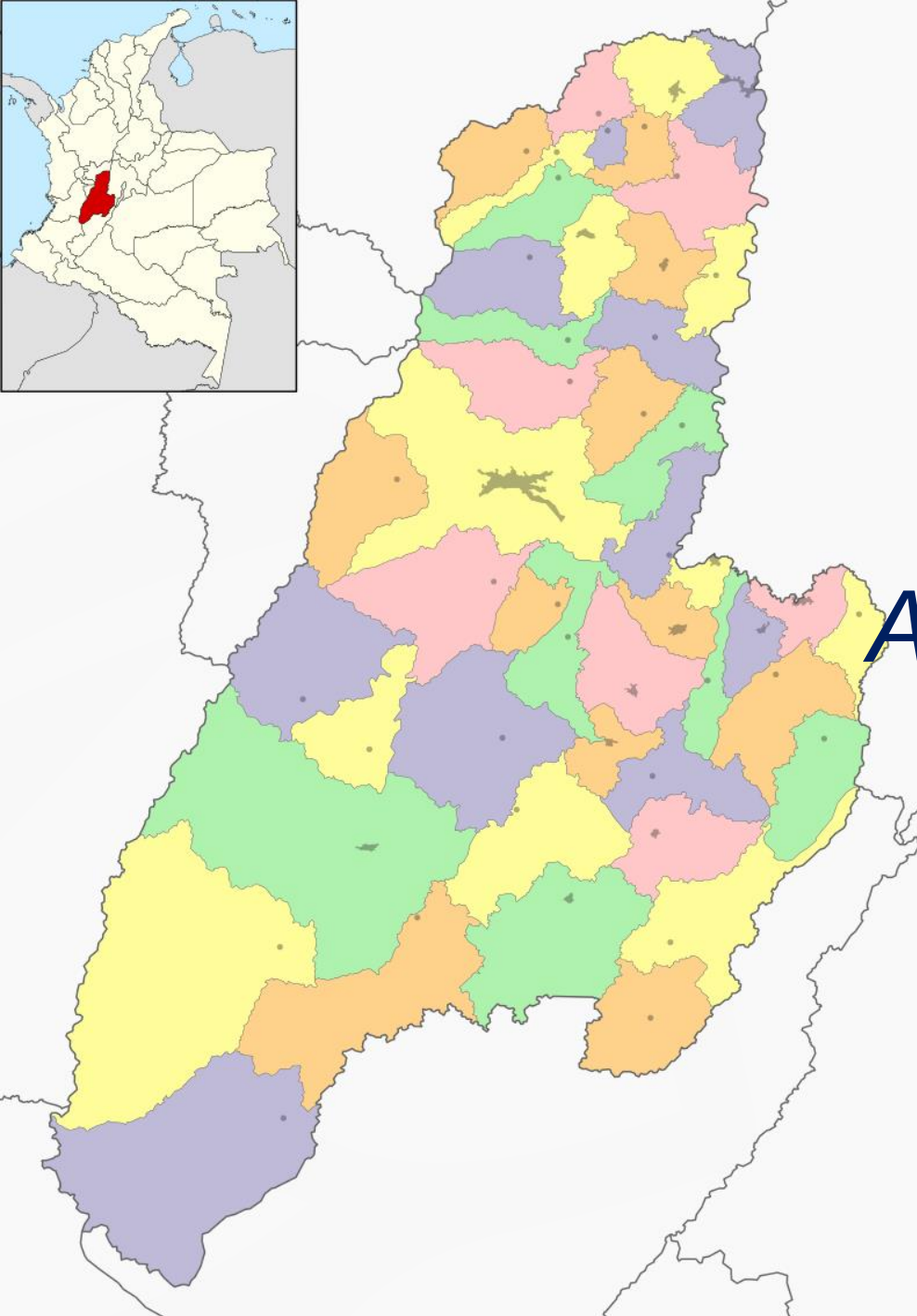
**Grupo de Investigación para el
Desarrollo y Crecimiento Empresarial de
la Región – GIDCER-**

**“El tejido empresarial del Tolima:
dinámica y papel en el desarrollo
económico y social de la Región”.**

Noviembre 23 DE 2017

CONTENIDO

- ❑ Análisis situacional del territorio
- ❑ El Sistema Regional de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Tejido Empresarial como uno de sus componentes
- ❑ El tejido empresarial y su dinámica
- ❑ Papel en el desarrollo económico y social



Análisis situacional del territorio

Análisis situacional del territorio

FORTALEZAS

El Tolima cuenta con una diversidad en pisos térmicos y variada oferta ambiental, lo cual le permite tener suelos y condiciones climáticas óptimas para la producción y prestación de servicios ambientales.

Ubicación geográfica estratégica en el centro del país, que le permite estar cerca a los principales mercados y centros de consumo del país (Bogotá, Medellín y Cali).

Disponibilidad permanente de mano de obra técnica, tecnológica y profesional, calificada en áreas y sectores específicos.

Variedad histórica, cultural y gastronómica que constituye un atributo competitivo y diferenciador del departamento.

Importante **infraestructura vial y servicios de transporte**, que permite comunicar al Tolima con otras regiones del país y con los principales centros poblados

En el Tolima están ubicadas **importantes universidades e instituciones de educación superior**. Éstas cuentan con un número significativo de **grupos de investigación**.

El Tolima cuenta con un importante **grupo de empresarios jalonadores del desarrollo** sectorial.

Análisis situacional del territorio

OPORTUNIDADES

El aprovechamiento de la importancia histórica, natural y cultural de la región, constituye **un potencial para el desarrollo del turismo** a nivel nacional e internacional.

Procesos de planificación a escala regional para la formulación y ejecución de proyectos que permitan impulsar el desarrollo económico a nivel supra departamental. (RAPE)

Proximidad a Bogotá D.C. considerado el mercado más grande del país, que representa un potencial centro de abastecimiento de insumos para el departamento y un potencial consumidor de los bienes y servicios que produce el territorio.

Frente a la demanda mundial de alimentos diferenciados, **el Tolima podría transferir y desarrollar nuevos procedimientos que permitan la elaboración de alimentos funcionales.**

Aprovechar las oportunidades que el Gobierno Nacional ofrece para **mejorar las condiciones de conectividad y digitalización en el departamento.**

Análisis situacional del territorio

DEBILIDADES

Incipiente proceso para modernizar el aparato productivo, fortalecer los programas de CTel, y apoyar proyectos de transferencia tecnológica en los sectores económicos del departamento.

Desarticulación entre la academia (desarrollo de ciencia, tecnología e innovación) y el sector productivo del departamento.

Alta dependencia económica del territorio hacia actividades del sector primario y de servicios, caracterizadas por su bajo valor agregado.

Bajos niveles de asociatividad y articulación entre las empresas localizadas en el departamento.

Desconocimiento de los bienes históricos y culturales del Tolima, la diversidad biológica, la flora y la fauna nativa.

Deficiencia en la infraestructura de transporte, red terciaria, por lo que no todos los municipios del departamento se encuentran conectados a la red vial primaria, y adicionalmente, no cuentan con terminales de transporte.

Estructura empresarial soportada en micro y pequeñas empresas, las cuales demandan poco conocimiento y tecnología.

Análisis situacional del territorio

AMENAZAS

La velocidad del avance en la tecnología a nivel internacional deja obsoleta la maquinaria y equipos utilizados por el empresariado tolimense, haciendo que no sean competitivos en el mercado nacional e internacional.

Otros departamentos están captando la mano de obra calificada del Tolima (migración de egresados de las universidades del departamento), dejando a las empresas tolimenses sin personal con habilidades de generar procesos de innovación.

Las exportaciones del departamento dependen del café, del petróleo y sus derivados, por lo cual se es vulnerable a la caída de los precios internacionales de esos productos.

Contrabando e informalidad en algunos sectores económicos sensibles de la actividad productiva en el departamento. (Textil-confecciones)

Alta vulnerabilidad ante el cambio climático, tanto en épocas de extrema sequía como en temporadas invernales.

Ajustes fiscales de corto, mediano y largo plazo por parte del gobierno nacional que reducen recursos para los territorios, e incrementan la carga tributaria para los empresarios, lo cual desincentiva las inversiones.

*El Sistema Regional de Ciencia,
Tecnología e Innovación y el Tejido
Empresarial como uno de sus
componentes*

PROPÓSITO DE UN SISTEMA DE INNOVACIÓN REGIONAL



DIAGNÓSTICO PECTIT 2020

Principales problemas detectados en la revisión de 21 estudios (344 propuestas):

1. Débil institucionalidad para asumir la Ciencia, Tecnología e Innovación

2. Pocos avances en la implementación de la política pública vigente (Ordenanza 13 de 2011).

3. Incipiente cultura por la evaluación ex post.

4. Bajos niveles de articulación entre la planificación ambiental de Cortolima y el sector productivo de la región.

5. Las apuestas productivas del Tolima no fueron consideradas como estratégicas a la hora de implementarlas.

6. Las agendas prospectivas sectoriales elaboradas se convirtieron en documentos de biblioteca sin ninguna implementación.

7. Las cadenas productivas privilegiadas por el Ministerio de Agricultura no se ajustan a las realidades de la región.

COMPONENTES DEL SRCTI DEL TOLIMA

Universidades, centros de investigación, unidades de transferencia de tecnología, incubadoras, aceleradoras.

Academia

Micro, pequeñas, medianas y Grandes empresas; ESAL. (Tejido empresarial)

Empresas y organizaciones de la sociedad civil

Tolima: 41.792
Ibagué: 24.511

Organizaciones de interfaz

Instituciones que tienen como misión favorecer y mejorar la utilización por la economía y la sociedad de los resultados y conocimientos de la I+D+i.

Financiamiento

Gobierno y ONG del desarrollo regional y local

Organismos públicos de desarrollo, gobierno departamental, gobierno nacional, gobiernos municipales.

Inversionistas privados, fondeo de capital semilla, club de inversionistas, fondos mixtos, SGR, COLCIENCIAS, fondos de capital semilla, fondos de capital de riesgo, bancos.



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS

EL SISTEMA DEPARTAMENTAL DE CTI

Situación del SDCTI del Tolima, según el PECTIT 2020:

La Ordenanza 013 de 2011 todavía no ha sido implementada en lo pertinente a la organización del sistema.

El Fondo Mixto de Ciencia y Tecnología del Tolima no ha sido creado.

Los componentes del SDCTI planteados por el Observatorio de Ciencia, Tecnología e Innovación del Tolima no se ajustan a la realidad que muestran otros sistemas en Colombia y el mundo.

El 70% de los entrevistados (actores del SDCTI) manifiesta que no existe un SRCTI en el Tolima.

En lo que han definido como SRCTI (los actores entrevistados), se están dando enlaces entre instituciones, pero no están coordinadas bajo la unidad que representa un sistema.

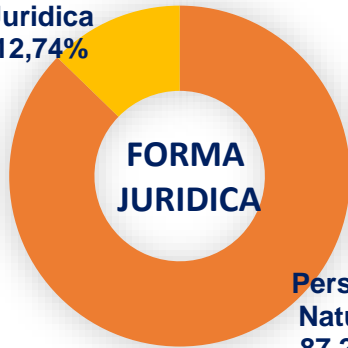
Los tipos de enlace son muy débiles o no existen entre las universidades y las empresas, y cuando se presentan son principalmente contratos de prestación de servicios.



El tejido empresarial y su dinámica

TEJIDO EMPRESARIAL DEL TOLIMA 2016

Persona
Jurídica
12,74%

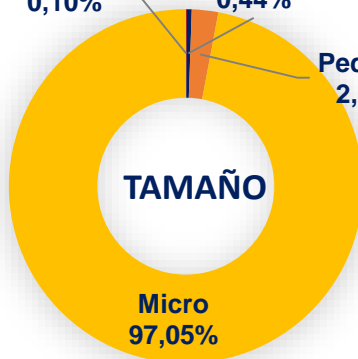


Persona
Natural
87,26%

Grande
0,10%

Mediana
0,44%

Pequeña
2,41%

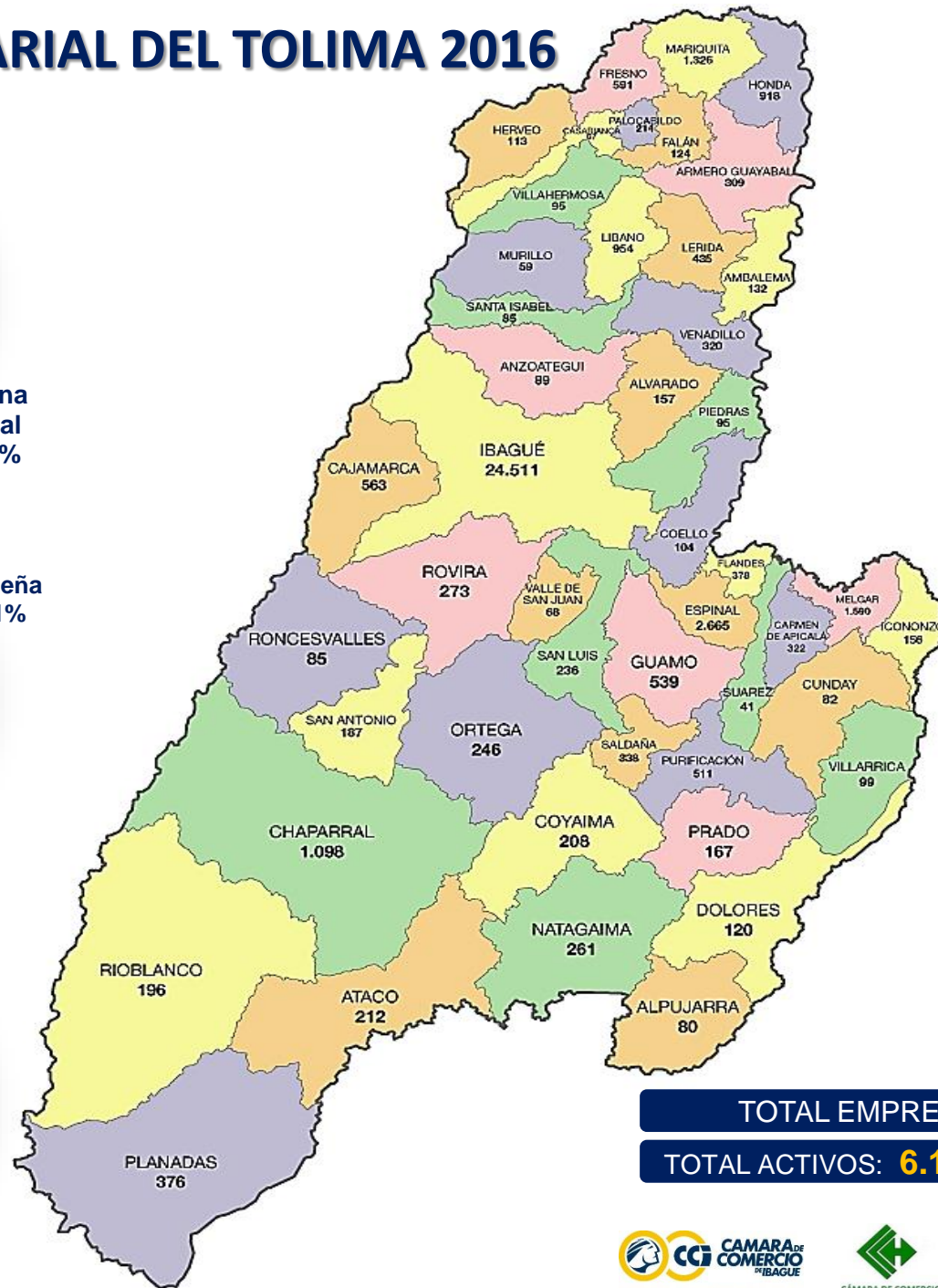
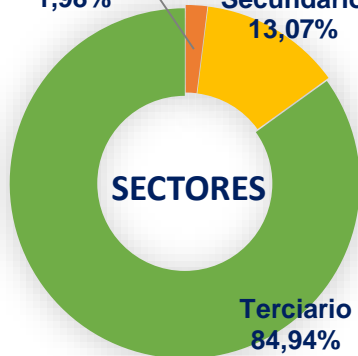


Micro
97,05%

Primario
1,98%

Secundario
13,07%

Terciario
84,94%



DENSIDAD EMPRESARIAL
(Empresas por cada 1000 habitantes)

Tolima

30

Empresas

44

Empresas

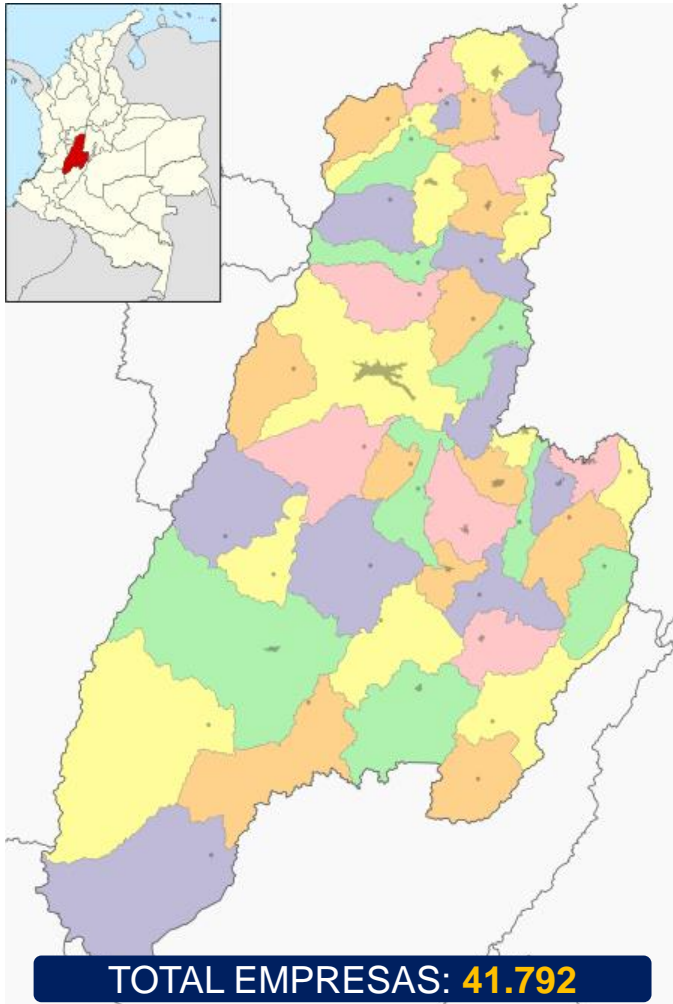
Ibagué

TOTAL EMPRESAS: 41.792

TOTAL ACTIVOS: 6.157.414.119.611

RANKING MUNICIPAL SEGÚN NÚMERO DE EMPRESAS TOLIMA 2016

(Puesto 1 al 24)



TOTAL ACTIVOS: **6.157.414.119.611**

Las empresas de los municipios de la jurisdicción de la CCI representan el 62,2% del total de las empresas del Tolima.

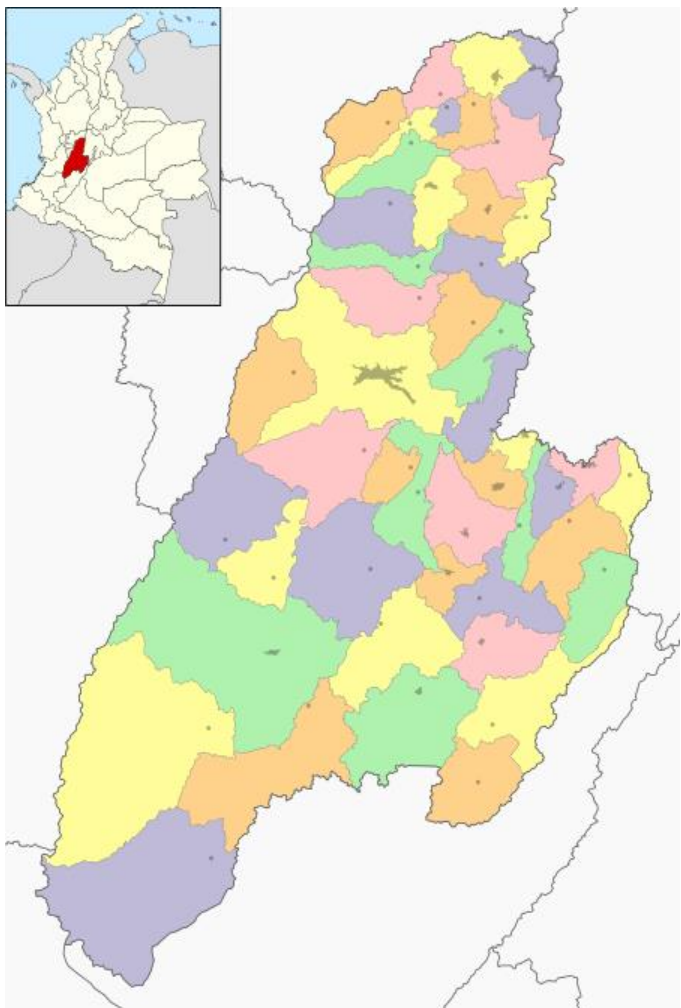
N°	MUNICIPIO	Persona Natural	Persona Jurídica	Total Empresas	Part. (%)
1	IBAGUE	20.334	4.177	24.511	58,65%
2	ESPINAL	2.348	317	2.665	6,38%
3	MELGAR	1.475	115	1.590	3,80%
4	MARIQUITA	1.255	71	1.326	3,17%
5	CHAPARRAL	1.054	44	1.098	2,63%
6	LIBANO	923	31	954	2,28%
7	HONDA	832	86	918	2,20%
8	FRESNO	572	19	591	1,41%
9	CAJAMARCA	536	27	563	1,35%
10	GUAMO	489	50	539	1,29%
11	PURIFICACION	466	45	511	1,22%
12	LERIDA	404	31	435	1,04%
13	FLANDES	351	27	378	0,90%
14	PLANADAS	362	14	376	0,90%
15	SALDAÑA	303	35	338	0,81%
16	CARMEN APICALA	302	20	322	0,77%
17	VENADILLO	294	26	320	0,77%
18	ARMERO GUAYABAL	287	22	309	0,74%
19	ROVIRA	262	11	273	0,65%
20	NATAGAIMA	242	19	261	0,62%
21	ORTEGA	237	9	246	0,59%
22	SAN LUIS	216	20	236	0,56%
23	PALOCABILDO	212	2	214	0,51%
24	ATACO	209	3	212	0,51%
25	COYAIMA	206	2	208	0,50%

- Cámara de Comercio de Ibagué
- Cámara de Comercio del Sur y Oriente
- Cámara de Comercio de Honda



RANKING MUNICIPAL SEGÚN NÚMERO DE EMPRESAS TOLIMA 2016

(Puesto 25 al 47)



N°	MUNICIPIO	Persona Natural	Persona Jurídica	Total Empresas	Part. (%)
26	RIOBLANCO	193	3	196	0,47%
27	SAN ANTONIO	180	7	187	0,45%
28	PRADO	157	10	167	0,40%
29	ALVARADO	150	7	157	0,38%
30	ICONONZO	149	7	156	0,37%
31	AMBALEMA	122	10	132	0,32%
32	DOLORES	118	3	121	0,29%
33	FALAN	117	3	120	0,29%
34	HERVEO	110	3	113	0,27%
35	COELLO	93	11	104	0,25%
36	VILLARRICA	92	7	99	0,24%
37	VILLAHERMOSA	92	3	95	0,23%
38	PIEDRAS	90	5	95	0,23%
39	ANZOATEGUI	87	2	89	0,21%
40	RONCESVALLES	81	4	85	0,20%
41	SANTA ISABEL	83	2	85	0,20%
42	CUNDAY	79	3	82	0,20%
43	ALPUJARRA	78	2	80	0,19%
44	VALLE DE SAN JUAN	64	4	68	0,16%
45	CASABIANCA	67		67	0,16%
46	MURILLO	55	4	59	0,14%
47	SUAREZ	39	2	41	0,10%

TOTAL EMPRESAS: 41.792

TOTAL ACTIVOS: 6.157.414.119.611

- Cámara de Comercio de Ibagué
- Cámara de Comercio del Sur y Oriente
- Cámara de Comercio de Honda



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué, Cámara de Comercio Honda y Cámara de Comercio del Sur y Oriente del Tolima. Dirección de Investigaciones y Publicaciones. Consolidado 2016

TEJIDO EMPRESARIAL DEL TOLIMA SEGÚN TAMAÑO 2016



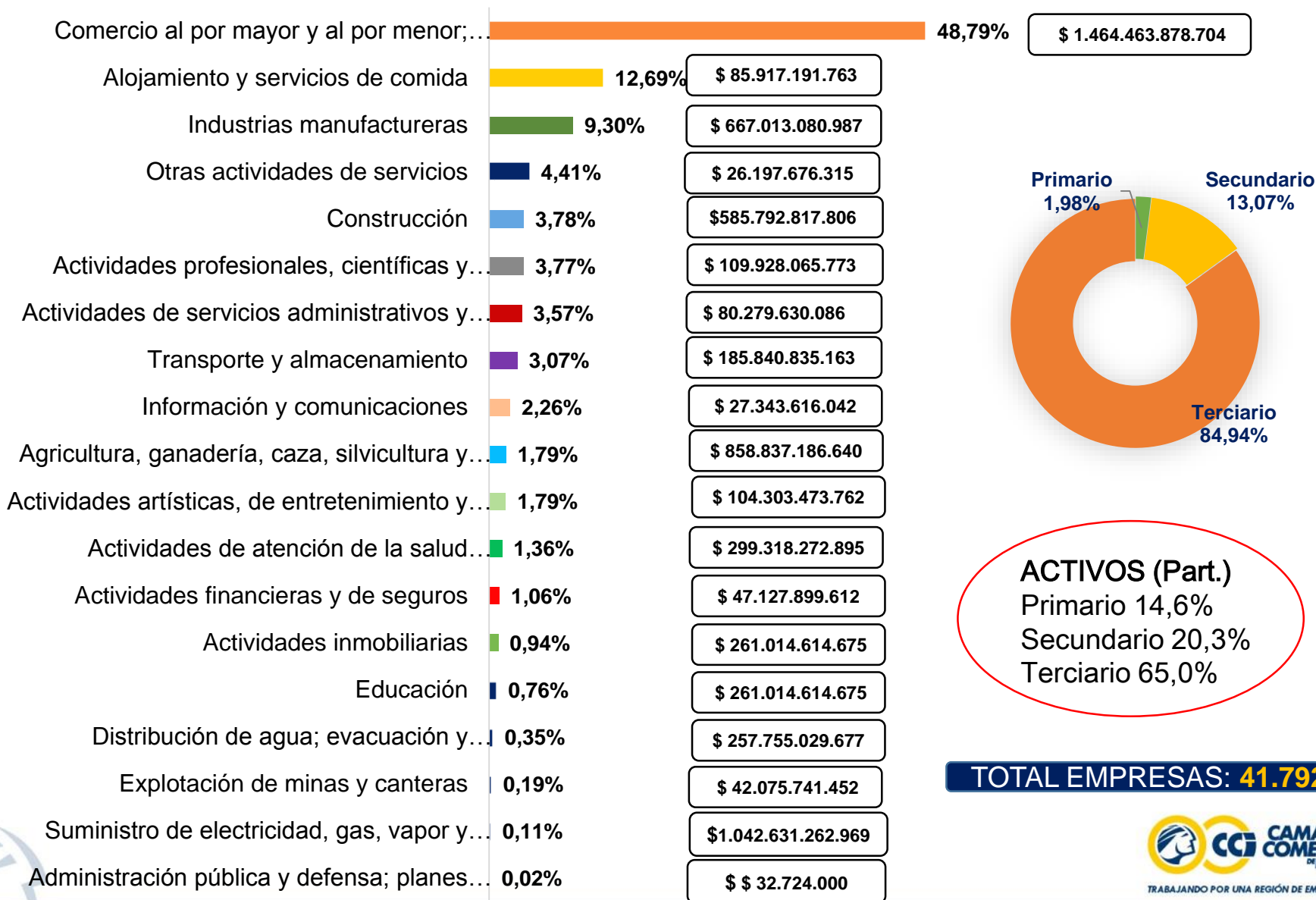
Tamaño	Nuevas matriculas				Renovaciones				Total empresas			
	Persona Natural	Persona Jurídica	Total	Crec. 2015-2016	Persona Natural	Persona Jurídica	Total	Crec. 2015-2016	Persona Natural	Persona Jurídica	Total	Crec. 2015-2016
Grande	-	-	-	0,0%	2	38	40	5,3%	2	38	40	5,3%
Mediana	-	1	1	-50,0%	24	159	183	4,0%	24	160	184	3,4%
Pequeña	5	23	28	40,0%	224	757	981	4,0%	229	780	1009	4,8%
Micro	7.023	1153	8176	18,4%	29.189	3.194	32.383	2,8%	36212	4347	40.559	5,6%
Total	7.028	1.177	8.205	18,5%	29.439	4.148	33.587	2,8%	36.467	5.325	41.792	5,5% ↑



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS

Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué, Cámara de Comercio Honda y Cámara de Comercio del Sur y Oriente del Tolima. Dirección de Investigaciones y Publicaciones. Consolidado 2016

TEJIDO EMPRESARIAL DEL TOLIMA: PARTICIPACIÓN POR SUB-SECTORES Y ACTIVOS 2016



TOTAL EMPRESAS: 41.792

ACTIVIDADES ECONOMICAS CON MAYOR CONCENTRACIÓN DE EMPRESAS EN EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA 2016



1. TIENDAS Y SUPERMERCADOS Y MINIMERCADOS DE BARRIO

4.650 Empresas

2. MISCELANEAS

1.954 Empresas

3. RESTAURANTES

1.867 Empresas

4. VENTA DE ROPA

1.623 Empresas

5. BARES

1.147 Empresas

6. COMERCIO DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS Y MEDICINALES

1.145 Empresas

7. COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA PINTURAS Y PRODUCTOS DE VIDRIO

1.117 Empresas

8. PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA

1.107 Empresas

9. MANTENIMIENTO Y REPARACION DE VEHICULOS AUTOMOTORES

914 Empresas

10. EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS EN CAFETERÍAS

812 Empresas

11. CONFECCION DE PRENDAS DE VESTIR EXCEPTO PRENDAS DE PIEL

804 Empresas

12. COMERCIO AL POR MENOR DE CARNES (INCLUYE AVES DE CORRAL) PRODUCTOS CÁRNICOS Y PESCADOS

769 Empresas

13. COMERCIO AL POR MENOR DE LIBROS PERIODICOS MATERIALES Y ARTICULOS DE PAPELERIA Y ESCRITORIO

734 Empresas

14. OTROS TIPOS DE EXPENDIO DE COMIDAS PREPARADAS N.C.P.

664 Empresas

15. COMERCIO AL POR MENOR DE OTROS ARTICULOS DOMESTICOS

646 Empresas

16. COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS AGRICOLAS PARA EL CONSUMO

607 Empresas

17. ELABORACION DE PRODUCTOS DE PANADERÍA

592 Empresas

18. COMERCIO DE PARTES PIEZAS (AUTOPARTES) Y ACCESORIOS (LUJOS) PARA VEHICULOS AUTOMOTORES

532 Empresas



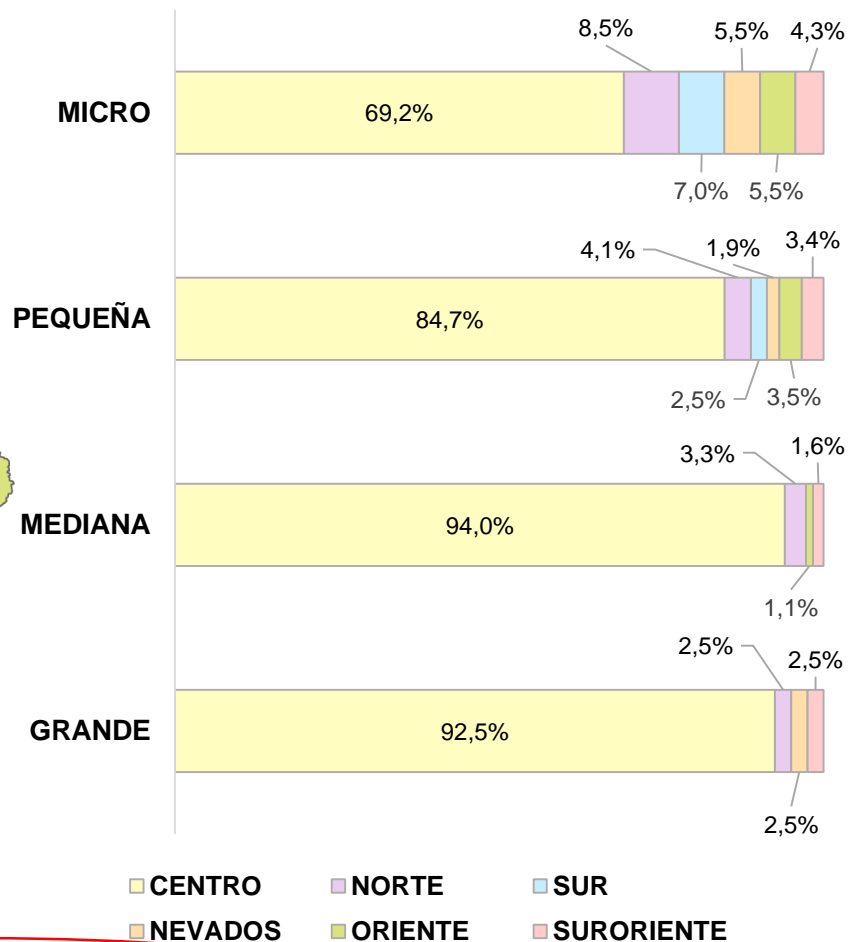
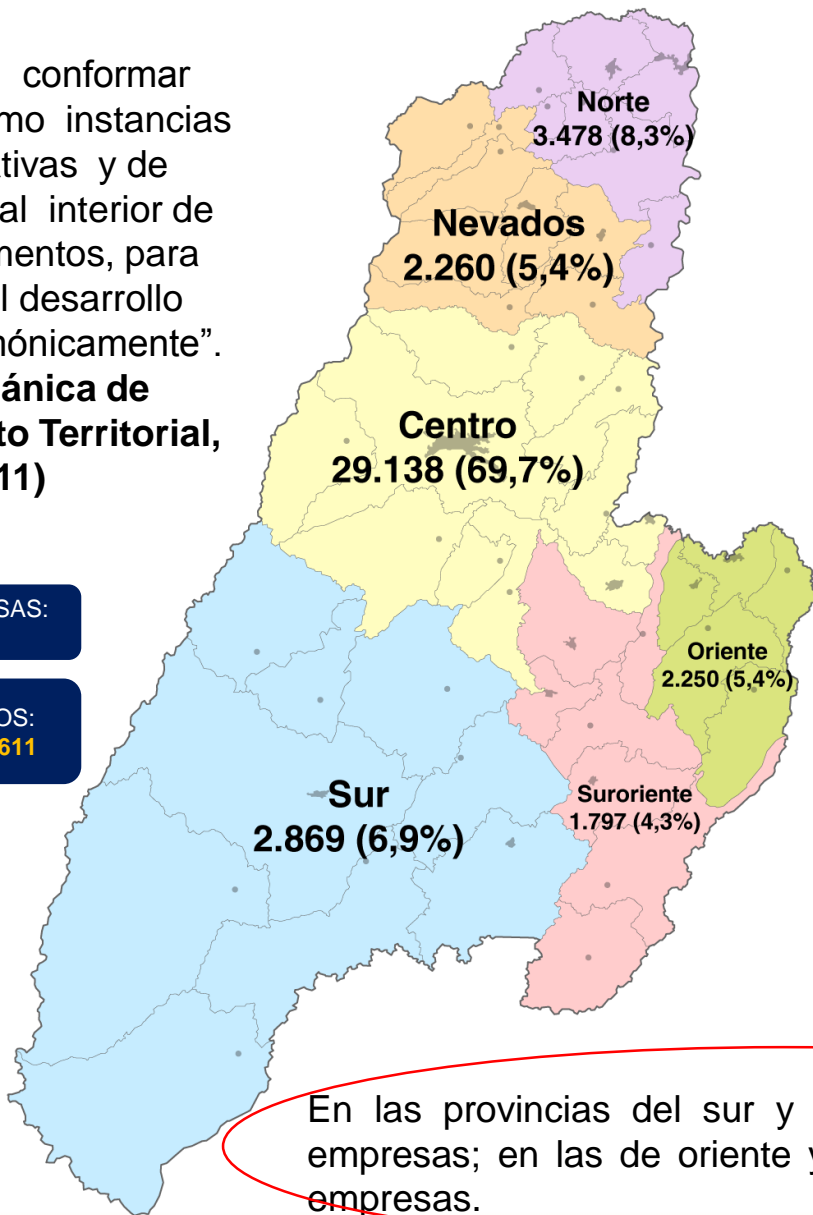
TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS

TEJIDO EMPRESARIAL DEL TOLIMA POR PROVINCIAS*

“Se podrán conformar provincias como instancias administrativas y de planificación al interior de los departamentos, para organizar el desarrollo municipal armónicamente”.
(Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, 2011)

TOTAL EMPRESAS:
41.792

TOTAL ACTIVOS:
6.157.414.119.611



En las provincias del sur y nevados no hay medianas empresas; en las de oriente y sur tampoco hay grandes empresas.



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS



CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS EN LOS MUNICIPIOS DEL TOLIMA 2011-2016

N°	MUNICIPIO	Total empresas			Crecimiento	
		2011	2015	2016	2011-2016	2015-2016
1	IBAGUE	19.211	22.935	24.511	27,6%	6,9%
2	ESPINAL	2.516	2.655	2.665	5,9%	0,4%
3	MELGAR	1.449	1645	1.590	9,7%	-3,3%
4	MARIQUITA	1.203	1241	1.326	10,2%	6,8%
5	CHAPARRAL	1.101	1080	1.098	-0,3%	1,7%
6	LIBANO	769	817	954	24,1%	16,8%
7	HONDA	836	836	918	9,8%	9,8%
8	FRESNO	423	547	591	39,7%	8,0%
9	CAJAMARCA	367	472	563	53,4%	19,3%
10	GUAMO	537	558	539	0,4%	-3,4%
11	PURIFICACION	442	494	511	15,6%	3,4%
12	LERIDA	313	419	435	39,0%	3,8%
13	FLANDES	386	381	378	-2,1%	-0,8%
14	PLANADAS	323	373	376	16,4%	0,8%
15	SALDAÑA	316	332	338	7,0%	1,8%
16	CARMEN APICALA	311	334	322	3,5%	-3,6%
17	VENADILLO	228	297	320	40,4%	7,7%
18	ARMERO GUAYABAL	270	291	309	14,4%	6,2%
19	ROVIRA	198	265	273	37,9%	3,0%
20	NATAGAIMA	236	238	261	10,6%	9,7%
21	ORTEGA	209	261	246	17,7%	-5,7%
22	SAN LUIS	208	248	236	13,5%	-4,8%
23	PALOCABILDO	148	193	214	44,6%	10,9%

N°	MUNICIPIO	Total empresas			Crecimiento	
		2011	2015	2016	2011-2016	2015-2016
24	ATACO	187	209	212	13,4%	1,4%
25	COYAIMA	207	210	208	0,5%	-1,0%
26	RIOBLANCO	211	186	196	-7,1%	5,4%
27	SAN ANTONIO	145	143	187	29,0%	30,8%
28	PRADO	141	179	167	18,4%	-6,7%
29	ALVARADO	99	136	157	58,6%	15,4%
30	ICONONZO	150	145	156	4,0%	7,6%
31	AMBALEMA	138	123	132	-4,3%	7,3%
32	DOLORES	99	124	121	22,2%	-2,4%
33	FALAN	102	120	120	17,6%	0,0%
34	HERVEO	88	120	113	28,4%	-5,8%
35	COELLO	98	90	104	6,1%	15,6%
36	VILLARRICA	67	103	99	47,8%	-3,9%
37	VILLAHERMOSA	64	91	95	48,4%	4,4%
38	PIEDRAS	63	80	95	50,8%	18,8%
39	ANZOATEGUI	74	92	89	20,3%	-3,3%
40	RONCESVALLES	57	81	85	49,1%	4,9%
41	SANTA ISABEL	82	85	85	3,7%	0,0%
42	CUNDAY	90	87	82	-8,9%	-5,7%
43	ALPUJARRA	80	82	80	0,0%	-2,4%
44	VALLE DE SAN JUAN	56	60	68	21,4%	13,3%
45	CASABIANCA	49	60	67	36,7%	11,7%
46	MURILLO	38	40	59	55,3%	47,5%
47	SUAREZ	39	38	41	5,1%	7,9%

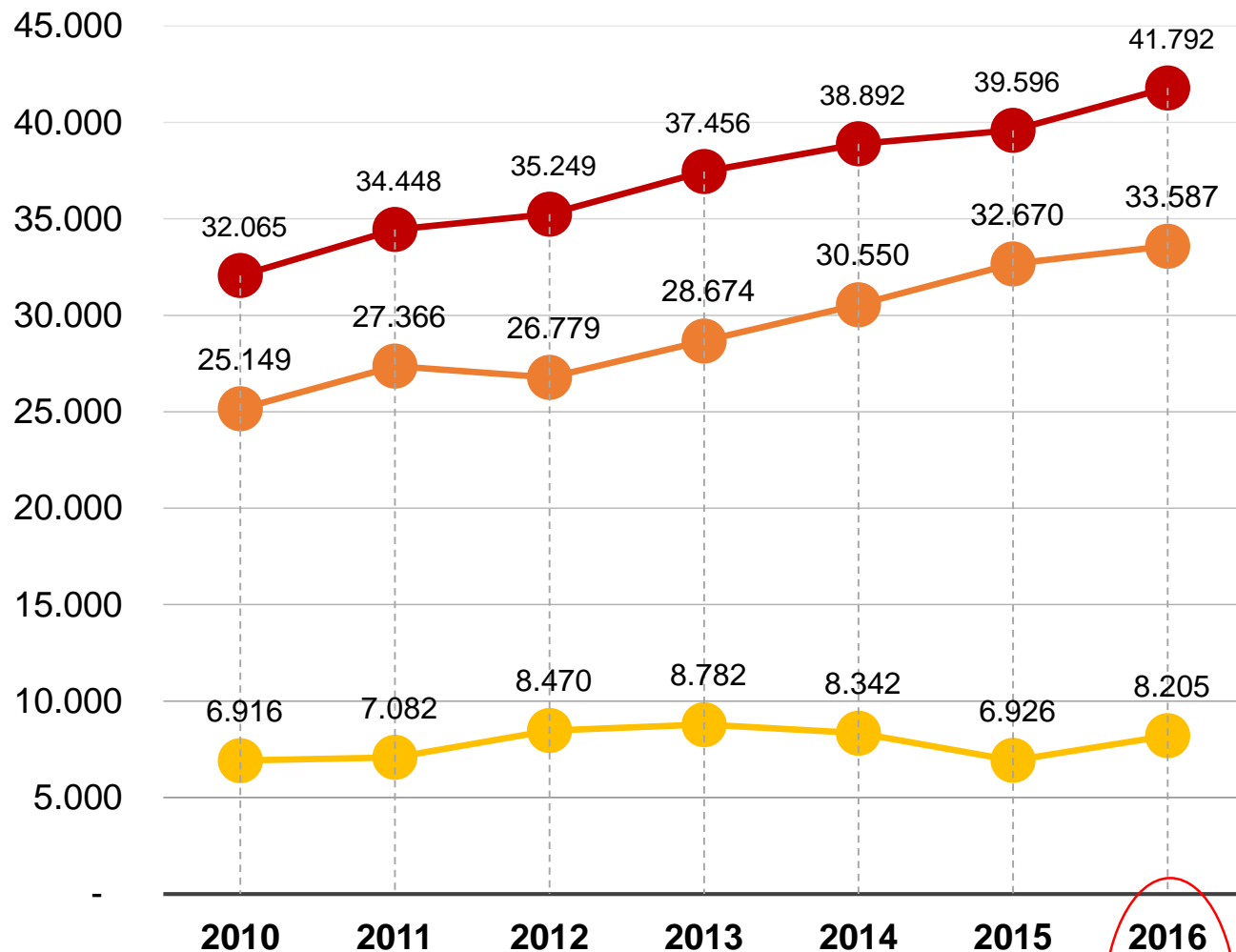
TOTAL EMPRESAS: 41.792

- Cámara de Comercio de Ibagué
- Cámara de Comercio del Sur y Oriente
- Cámara de Comercio de Honda



Fuente: Cámara de Comercio de Ibagué, Cámara de Comercio Honda y Cámara de Comercio del Sur y Oriente del Tolima. Dirección de Investigaciones y Publicaciones. Consolidado 2016

CRECIMIENTO TEJIDO EMPRESARIAL DEL TOLIMA 2011-2016

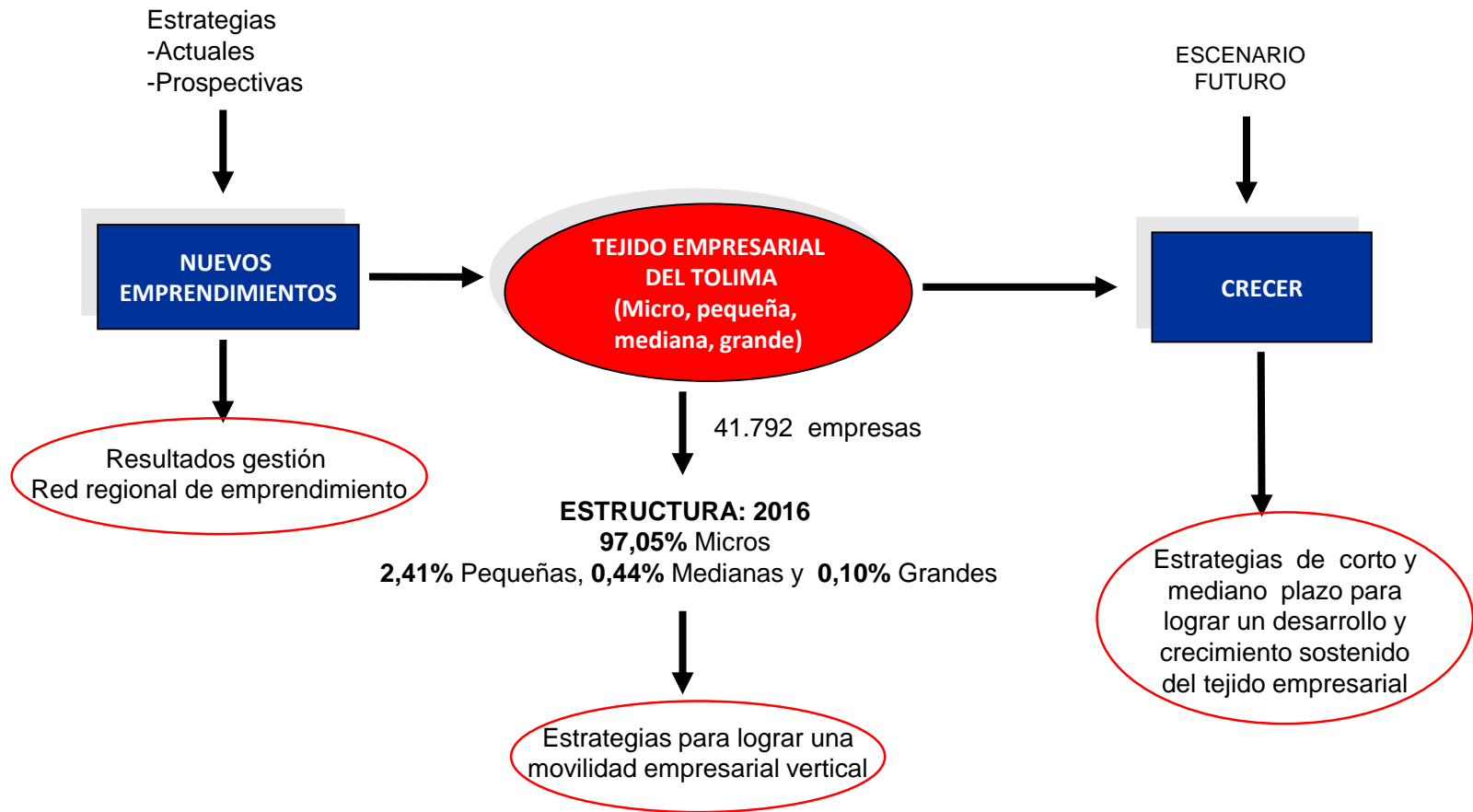


● MATRICULAS
● RENOVACIONES
● TOTAL

30% crecimiento
2010-2016

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
MATRICULAS		2,4%	19,6%	3,7%	-5,0%	-17,0%	18,5%
RENOVACIONES		8,8%	-2,1%	7,1%	6,5%	6,9%	2,8%
TOTAL		7,4%	2,3%	6,3%	3,8%	1,8%	5,5%

FUNDAMENTOS PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL



REFLEXIONES SOBRE EL TEJIDO EMPRESARIAL

¿Con una estructura empresarial soportada en las micro y pequeñas empresas, es posible alcanzar mayores niveles de desarrollo económico y social en el Tolima?

¿Qué mecanismos se deben aplicar para reducir los dos tipos de informalidad?
(Ilegalidad de una empresa; e informalidad de una empresa)

Sabiendo que el crecimiento del PIB regional, los mayores niveles de empleo, de inversiones y de exportaciones están en función de la densidad empresarial, **¿Cuál sería la estrategia regional orientada a incrementar la densidad empresarial en los municipios tolimenses?**

¿Cómo lograr la internacionalización de las empresas tolimenses?

¿Qué modelo o modelos de asociatividad se deben promover para hacer un tejido empresarial más competitivo?

¿Cuál es el estado actual de las empresas dentro del marco de la economía digital y su proyección al 2030? (Desarrollo de Internet; comercio electrónico; distribución digital de B&S; proyección venta de B&S tangibles)

El emprendimiento innovador es una actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del entorno competitivo en los países o regiones. **¿Cómo activar el potencial de las personas, las empresas y el contexto, teniendo como objetivo poder lograr una sociedad tolimense más emprendedora e innovadora?**

DOCUMENTOS PUBLICADOS PÁGINA CCI 2016



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS



Seleccionar idioma | ▼



SOBRE LA CCI ▼ CONCILIACIÓN Y ARBITRAJE ▼ AFILIADOS ▼ FORMACIÓN EMPRESARIAL COMUNICACIONES ▼ INVESTIGACIONES Y PUBLICACIONES ▼ SERVICIOS EMPRESARIA

PUBLICACIONES

INVESTIGACIONES Y PUBLICACIONES 2016

1. BOLETÍN No. 1. Informe de coyuntura empresarial. "Estructura y dinámica del Tejido Empresarial CCI 2015". Febrero 2016.
2. "Actividad Económica y Tejido Empresarial por municipios, 2015. Jurisdicción CCI, marzo 2016.
3. BOLETÍN No. 2. Informe de coyuntura empresarial. "Tejido Empresarial primer trimestre 2016". Jurisdicción CCI, abril 2016.
4. ESTUDIO DE PERCEPCIÓN. "Temporada enero-marzo 2016. Empresarios ibaguereños, abril 2016.
5. BOLETÍN No. 3. Estructura y dinámica del tejido empresarial: Primer semestre 2016.
6. BOLETÍN No. 4. El tejido empresarial del Tolima 2015.
7. TEMAS DE RELEVANCIA EMPRESARIAL. "Principales aspectos que pueden sustentar una propuesta de exoneración de impuestos en Ibagué".
8. ESTUDIO DE PERCEPCIÓN: Impacto económico de las fiestas de San Juan y San Pedro y 44° Festival Folclórico Colombiano.



DEVOLUCIÓN DE
dineros ley 1429 de 2010



VERIFICACIÓN
de certificados virtuales



LEY DE TRANSPARENCIA
Información Pública



HABEAS DATA
Protección de datos personales



REVOCATORIAS
Directas y Recursos



REGISTRO
de Proveedores



CONSULTA

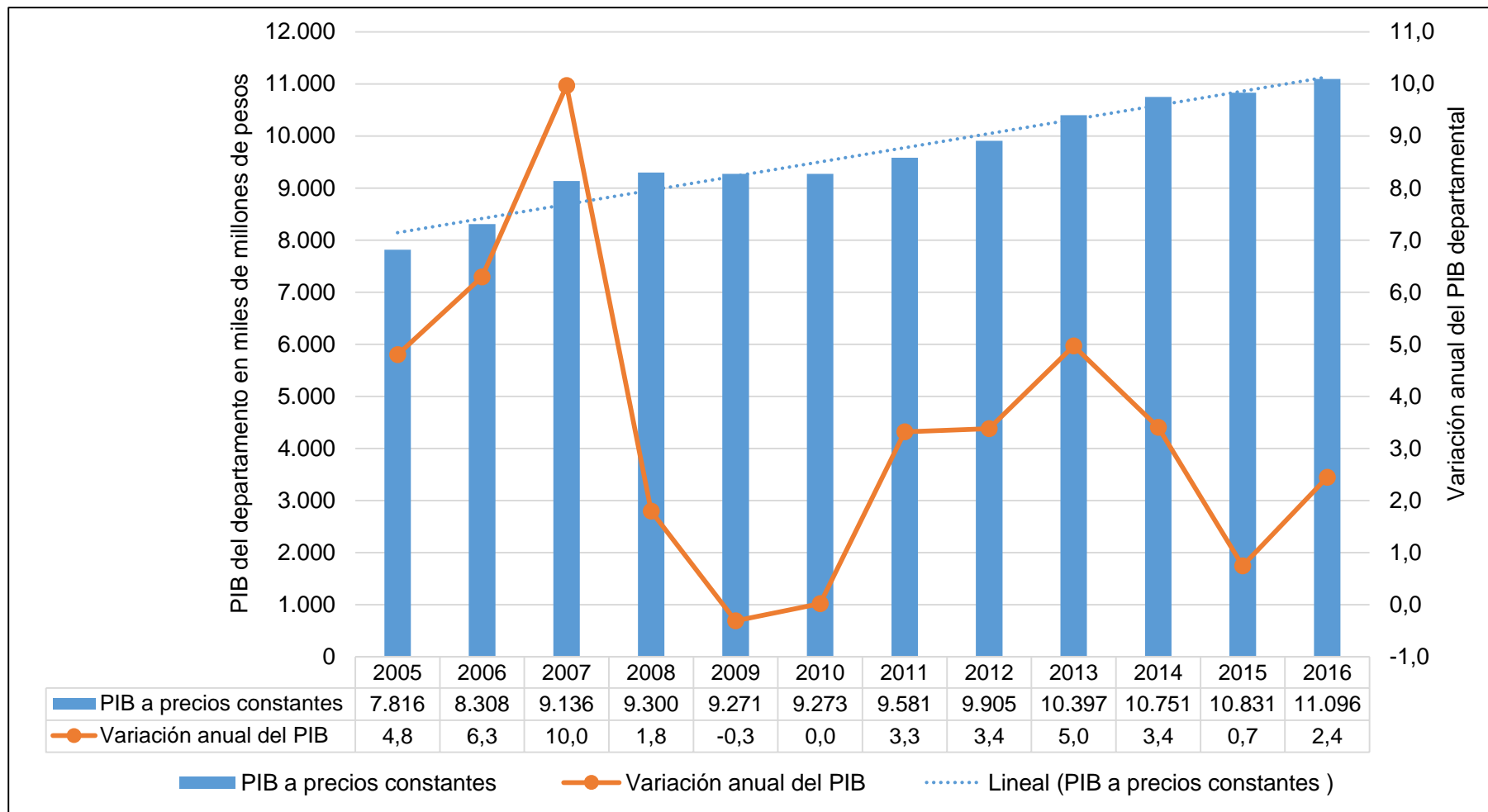


TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS



*Papel en el desarrollo económico
y social*

PIB Tolima y variación anual (Precios constantes 2005; miles de millones de pesos) 2005-2016



*El crecimiento PIB 2016, no se ha publicado, la cifra del crecimiento del Tejido Empresarial del Tolima para el 2016 fue del 5,5%.

El crecimiento del PIB en el periodo 2005-2016
tuvo un crecimiento del 42%.

CRECIMIENTO PIB TOLIMA 2010-2016

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	%
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1.351	1.408	1.367	1.531	1.626	1.731	1.736	15,4
Explotación de minas y canteras	954	860	904	735	626	575	467	4,1
Industria Manufacturera	825	917	947	957	1.006	1.081	1.153	10,2
Electricidad, gas y agua	289	300	294	316	333	343	341	3,0
Construcción	554	560	618	885	970	830	941	8,3
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	1.067	1.109	1.144	1.202	1.249	1.298	1.321	11,7
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	796	824	832	849	887	903	901	8,0
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	1.065	1.127	1.174	1.228	1.298	1.343	1.394	12,4
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	1.860	1.934	2.041	2.137	2.228	2.289	2.328	20,7
Derechos e impuestos	517	583	614	637	661	666	695	6,2
Total	9.273	9.581	9.905	10.397	10.751	10.831	11.096	100

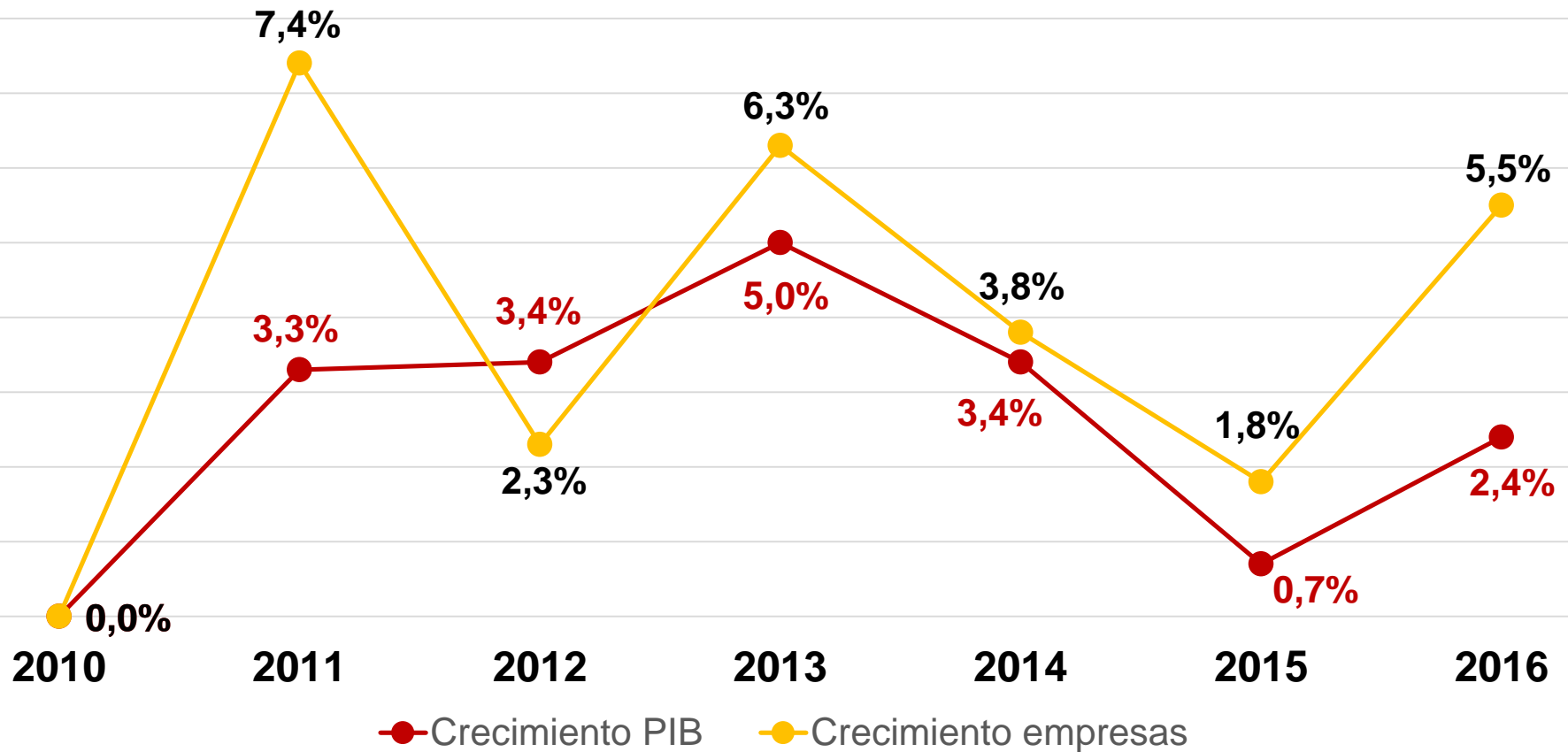
Las Actividades de servicios sociales; Agricultura, ganadería; Establecimientos financieros, seguros; Comercio, restaurantes y hoteles; e Industria Manufacturera, son los mayores aportantes al PIB en el 2016.

TEJIDO EMPRESARIAL Y TOTAL DE ACTIVOS V/S PIB

SECTORES /SUB-SECTORES ECONÓMICOS	PIB (Part. %)	TEJIDO EMPRESARIAL (Part. %)	TOTAL ACTIVOS (Part. %)
PRIMARIO			
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	15.4%%	1,79%	-
Explotación de minas y canteras	4.1%	0,19%	-
Subtotal	19,5%	1,98%	14,6%
SECUNDARIO			
Industria Manufacturera	10,2	9,3	-
Electricidad, gas y agua	3,0	-	-
Construcción	8,3	3,78	-
Subtotal	21,5%	13,07%	20,3%
TERCIARIO			
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	11,7%	-	-
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	8,0%	-	-
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	12,4%	-	-
Subtotal	32,1%	84,93%	65,1%
OTROS			
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	20,7%	-	-
Derechos e impuestos	6,2%	-	-
Subtotal	26,9%	-	-
TOTAL	11,096 Billones	41.792	6,157 Billones

41.792 empresas, con activos totales valorados en 6,1 billones de pesos aportan el 73,1% del PIB departamental.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL VS CRECIMIENTO PIB TOLIMA



Con excepción del 2012, el crecimiento del T.E. estuvo por encima del crecimiento del PIB.
¿Qué estrategia implementar que contribuya a impactar en un punto el PIB departamental?



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS

*!MUCHAS GRACIAS POR SU
ATENCIÓN!*

PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL DE PRONÓSTICOS PARA LAS PYMES INDUSTRIALES COLOMBIANAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ

Germán Rubio Guerrero
Doctorando

Dr. Carlos Poza Lara
Director Tesis Doctoral

Dr. Rodrigo Arturo Zárate Torres
Co-director Tesis Doctoral

Madrid, España
Febrero de 2016



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

ÍNDICE GENERAL

1. **INTRODUCCIÓN**
2. **MARCO TEÓRICO**
3. **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**
4. **MARCO APLICADO: RESULTADOS**
5. **MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL**
6. **CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**



1.1 ANTECEDENTES

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

1.4 OBJETIVOS

1.5 JUSTIFICACIÓN



1.4 OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un modelo de gestión integral de pronósticos desde una perspectiva estratégica para las Pymes del sector industrial de la ciudad de Ibagué, Tolima, Colombia.

Objetivos Específicos

- Examinar los enfoques teóricos relacionados con los modelos de pronósticos y su relación con la estrategia organizacional.
- Realizar un análisis descriptivo de las variables relacionadas con la práctica de los pronósticos en las pymes industriales de Ibagué.
- Identificar mediante las técnicas de análisis multivariado de interdependencia (AF) las variables más importantes en la realización de los pronósticos en estas organizaciones.
- Identificar mediante el método de ecuaciones estructurales (SEM), la estructura de relaciones existentes entre las variables críticas en el sistema de pronósticos de estas empresas.



2. MARCO TEÓRICO

2.1 La gestión de la organizaciones

March & Simon,
1981, p.2



Las organizaciones son importantes porque la gente pasa mucho tiempo en ellas

Robbins & Coulter
(2010, p.14)



Organización: acuerdo deliberado de personas para llevar a cabo un propósito específico

Brech (1967, p.20)



Management: planificar, motivar y regular las actividades de las personas en orden al cumplimiento efectivo y económico de una determinada tarea normal

Weber citado por
Hatch (1997, p.164)



Concibió la organización como una estructura social (burocrática) compuesta de una jerarquía de autoridad, una división del trabajo, reglas y procedimientos formales



2.2 El proceso administrativo y las funciones organizacionales

Konntz, Weihrich &
Cannice (2012)



Dentro del proceso administrativo incluyen las etapas de planeación, organización, integración de personal, dirección, control, entorno, los grupos de interés y los insumos de carácter operacional.

Hellriegel, Jackson
& Slocum (2009)



Formulan el proceso administrativo en los capítulos de planeación y control: formulación de planes y estrategias, toma de decisiones y el control organizacional. Organización, que relaciona el diseño organizacional, la dirección del cambio y la innovación y la administración de recursos humanos.

Robbins & Coulter
(2010)



Señalan como componentes del proceso administrativo la planeación, que analiza los tópicos relacionados con los gerentes como tomadores de decisiones, los fundamentos de la planeación y la administración estratégica.



2.3 La estrategia organizacional

Porter (2007)



Las innovaciones estratégicas de una empresa son la base para el proceso de globalización, por ejemplo la redefinición del producto, reducción de los costos de adaptaciones para atender las necesidades locales, cambios de diseño, distribución de la producción y eliminación de las restricciones impuestas por los recursos o por la percepción

Dess, Lumpkin & Eisner (2011),



Definen las innovaciones estratégicas como el conjunto de ideas, decisiones y acciones que permiten que una empresa tenga éxito.

Mintzberg *et al.*
(1997)



Definen la estrategia como un plan, una acción consciente o una guía para abordar una situación específica. Un niño tiene una estrategia para brincar una barda, una corporación tiene también una estrategia para captar un mercado.



2.4 Los pronósticos y la organización

Martinich (1997,
p.102)



Define el pronóstico como el arte y la ciencia de predecir eventos futuros. Aunque la exactitud de los pronósticos siempre ha sido importante para la gestión de las organizaciones, se ha convertido aún más en los últimos años

(Greasley 2009;
Sanders & Gramanb,
G., 2009; Bermúdez,
J.et al., 2006 &
Makridakis, S., et al.,
1978)



La exactitud de los pronósticos es un importante factor en permitir a las organizaciones entregan bienes y servicios al consumidor cuando sea necesario y así alcanzar la calidad en el servicio.

Makridakis &
Winkler (1983)
(Armstrong, J. et
al., 2005).



Plantean que el enfoque usual para pronosticar, involucra la escogencia de un método de pronóstico entre varias alternativas tales como el suavizado exponencial, ARIMA o modelos econométricos y usar ese método para generar pronósticos que están influenciados por las fuerzas del entorno



2.5 Las Pymes en Colombia

Ley 590 de 2000



Promociona la micro, pequeña y mediana empresa, las pymes están clasificadas como microempresas que tienen menos de 10 empleados y activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV); pequeñas empresas entre 11 y 50 empleados y activos totales entre 501 y 5001 (SMMLV) y medianas empresas entre 51 y 200 empleados y activos totales entre 5001 y 15000 (SMMLV)

Rodríguez (2003)



La economía Colombia está soportada en empresas de pequeña escala, las pymes conjuntamente con las microempresas, representan al menos el 90% del parque empresarial nacional y generan el 73% del empleo y el 53% de la producción bruta de los sectores industrial comercial y de servicios



2. 6 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

H₁: las variables relacionadas con la planeación y estrategia de los pronósticos determinan el desempeño del modelo de gestión integral de pronósticos en las pymes industriales de Ibagué.

H₂: las variables observables se correlacionan significativamente con las variables latentes que conformarán el modelo de gestión integral de pronósticos.

H₃: las variables latentes del modelo de gestión integral de pronósticos explican el comportamiento de cada uno de sus indicadores.

H₄: la exactitud de los pronósticos impacta positivamente el modelo de gestión integral de pronósticos.

H₆: la información interna de la organización determina la exactitud de los pronósticos.



3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de estudio

3.2 Población y muestra: tipo de muestreo

3.3 Fuentes y técnicas para la recolección de la información

3.4 Contrastación empírica: consistencia, validez y confiabilidad



4. MARCO APLICADO: RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo general

4.2 Descripción de Variables

4.3 El análisis multivariante

4.3.1 Análisis factorial

4.3.2 Ecuaciones Estructurales

4.4 Contraste del sistema de hipótesis



4.1 ANÁLISIS DESCRIPTIVO

VARIABLE	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	ALGUNAS VECES	CASI NUNCA	NUNCA	NS/NR
La empresa realiza pronósticos	35.5%	26.3%	26.3%	3.9%	7.9%	0%
Son fund. en la estrat. Organiz.	69.7%	15.8%	10.5%	0%	1.3%	2.6%
Influyen en desempeño organiz.	51.3%	28.9%	14.5%	1.3%	2.6%	1.3%
Plan. Incorpora Inf. Pronósticos	40.8%	35.5%	13.2%	5.3%	3.9%	1.3%
Capacitación en pronósticos	11.8%	9.2%	26.3%	17.1%	32.9%	2.6%
Se combinan pronósticos	34.2%	26.3%	15.8%	9.2%	13.2%	1.3%
Decisiones con Inf. Confiable	48.7%	35.5%	11.8%	0%	2.6%	1.3%
Se comparte Inf. Int.pronósticos	34.2%	31.6%	17.1%	3.9%	6.6%	6.6%
Hay comunicación en las áreas	47.4%	31.6%	13.2%	6.6%	1.3%	0%
Exac. Pron. import. decisiones	44.7%	27.6%	13.2%	3.9%	2.6%	7.9%
Hay incentivos colaboradores	27.6%	32.9%	35.5%	3.9%	0%	0%
Empleados part. en decisiones	22.4%	27.6%	44.7%	3.9%	1.3%	0%
Se incentiva el trabajo en equipo	51.3%	27.6%	19.7%	0%	0%	1.3%
Se recurre a Inf. Ext. pronósticos	22.4%	25.0%	30.3%	2.6%	14.5%	5.3%
Usa software espec. pronósticos	21.1%	9.2%	13.2%	5.3%	44.7%	6.6%
Es política mantener inventarios	59.2%	17.1%	14.5%	1.3%	7.9%	0%



4.2 DESCRIPCIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
A	LA EMPRESA REALIZA PRONÓSTICOS PARA SUS DIFERENTES OPERACIONES
B	PERIODICIDAD EN LA REALIZACIÓN DE LOS PRONÓSTICOS
C	CONSIDERA FUNDAMENTALES LOS PRONÓSTICOS EN LA ESTRATEGIA
D	LOS PRONÓSTICOS INFLUYEN EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL
E	LA PLANEACIÓN INCORPORA LA INFORMACIÓN DE LOS PRONÓSTICOS
F	LA EMPRESA CAPACITA EN TÉCNICAS DE PRONÓSTICOS
G	EN LA EMPRESA SE COMBINAN PRONÓSTICOS
H	LA TOMA DE DECISIONES SE FUNDAMENTA EN INFORMACIÓN CONFIABLE
I	LA TOMA DE DECISIONES SE DA A TRAVÉS DE REUNIONES, TALLERES, ETC.
J	LAS ÁREAS DE LA EMPRESA COMPARTEN INFORMACIÓN PARA LOS PRONÓSTICOS
K	LA EMPRESA PROMUEVE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
L	LA EXACTITUD DE LOS PRONÓSTICOS ES IMPORTANTE PARA LAS DECISIONES
M	LA EMPRESA OTORGA INCENTIVOS A SUS COLABORADORES
N	LOS EMPLEADOS PARTICIPAN EN LA TOMA DE DECISIONES EN LA EMPRESA
O	LA EMPRESA INCENTIVA EL TRABAJO EN EQUIPO
P	LA EMPRESA RECURRE A INFORMACIÓN EXTERNA PARA LOS PRONÓSTICOS
Q	LA EMPFRESA USA SOFTWARE ESPECIALIZADO PARA SUS PRONÓSTICOS
R	ES POLÍTICA DE LA EMPRESA MANTENER INVENTARIOS



4.3 EL ANÁLISIS MULTIVARIANTE

4.3.1 Análisis Factorial

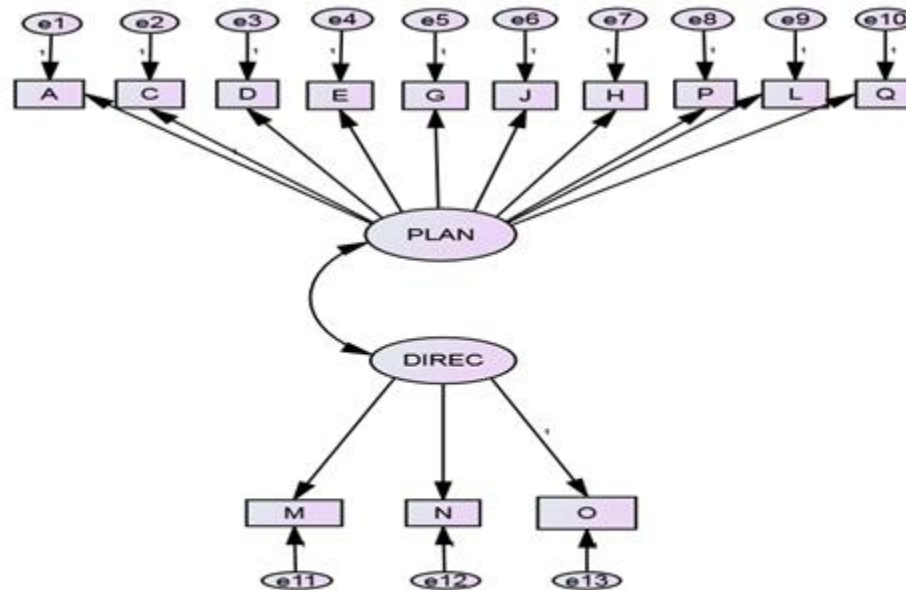
MÉTODO	No. FACTORES	VARIANZA EXPLICADA	VARIABLES
Comp. principales: varimax	3	61,541	
Primer factor			C,D,E,L,G,A,H
Segundo factor			O,N
Tercer factor			R y Q
Mínimos cuadrados generalizados	3	61,541	
Primer factor			D,C,E,A
Segundo factor			G y L
Tercer factor			M,Q,O
Comp. principales categóricos	2	69,331	
Primer factor			C,G,A,D,E,B,L,P,H,J,Q,F
Segundo factor			N y K
Tercer factor			Ninguna
Análisis correspondencias múltiple	3	38,705 promedio	NA
Comp. principales: promax	2	61,541	
Primer factor			G,A,L,E,D,C,J,P,H,B,Q y F
Segundo factor			O,N,M
Tercer factor			Ninguna



4.3 EL ANÁLISIS MULTIVARIANTE

4.3.2 Ecuaciones Estructurales

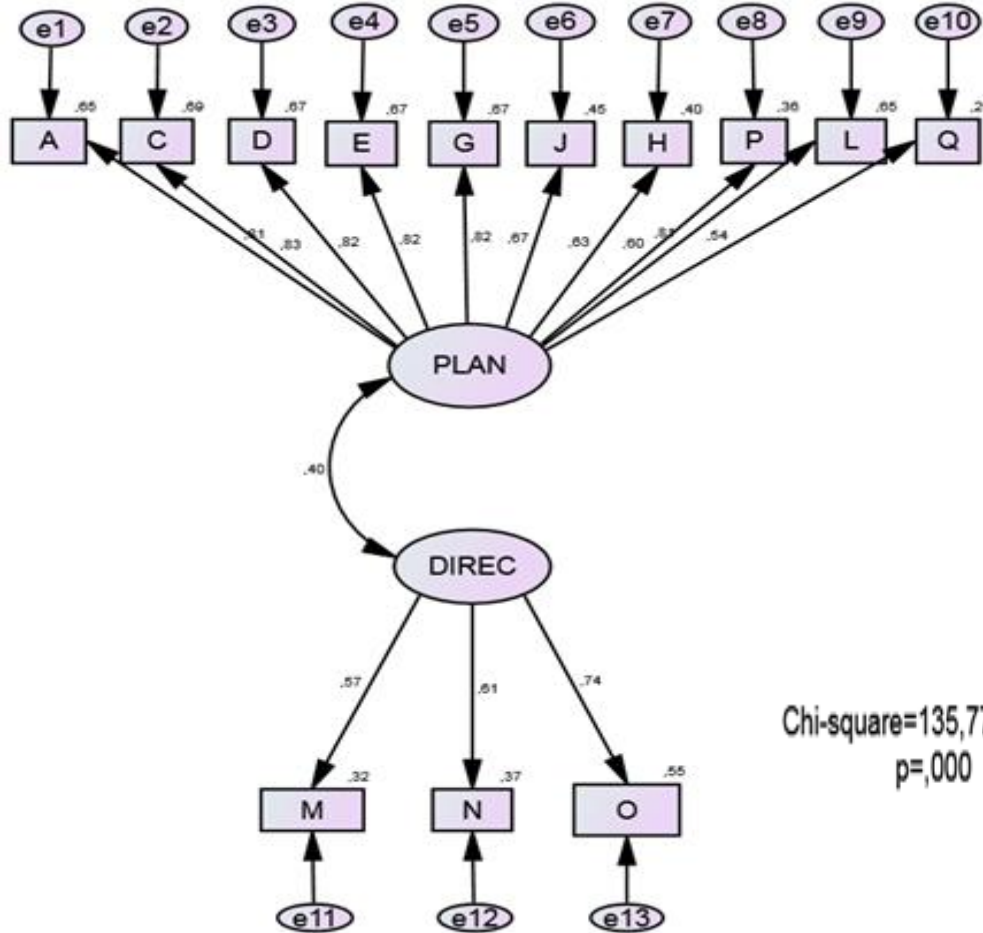
Diagrama de secuencias del modelo inicial - SEM



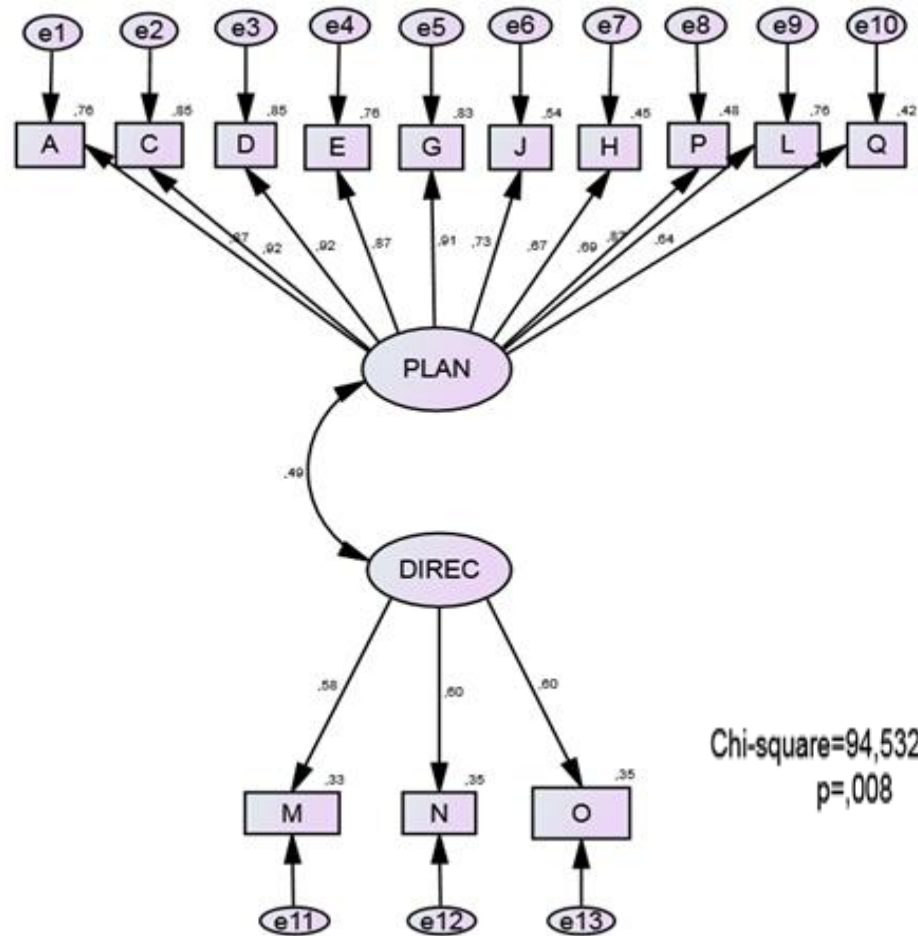
Chi-square=\cmin (ldf df)
p=\p



Modelo inicial de ecuaciones estructurales por el método de máxima verosimilitud (ML)



Modelo rival 1 de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados generalizados (GLS)



Chi-square=94,532 (64 df)
p=,008

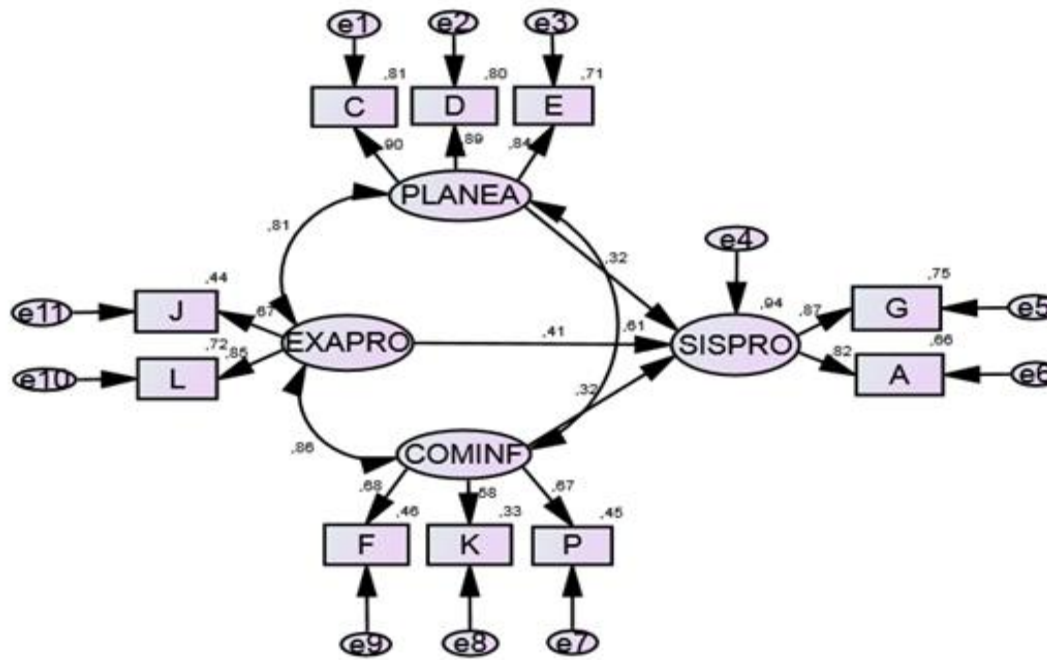


Modelo rival 2: distribución libre asintótica (ADF)

En el caso del método de distribución libre asintótica (ADF) no fue posible estimar su modelo, debido a que la muestra es demasiado pequeña con relación al número de variables en estudio. El tamaño de la muestra tiene que exceder $n(n+1)/2$, donde n es el número de variables observadas en el modelo. En este sentido se tiene para la presente investigación un tamaño muestral de 76 pymes, mientras que el modelo de distribución libre asintótica requiere 91 unidades de análisis ($13*(13+1)/2$).



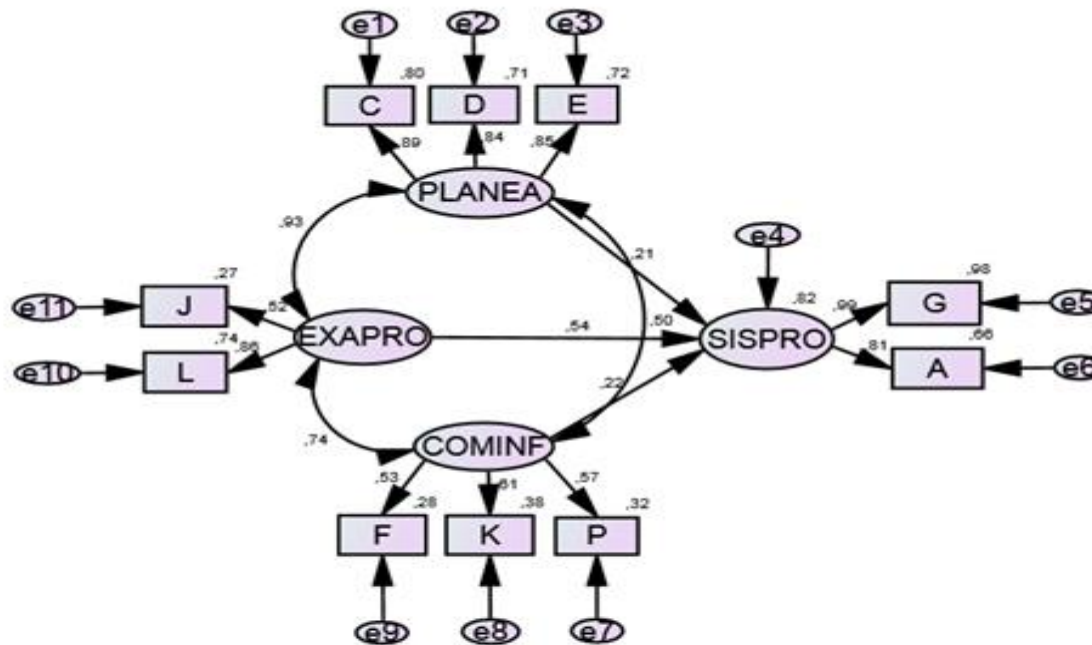
Modelo rival 3 de medida de ecuaciones estructurales por el método de máxima verosimilitud (ML)



Chi-square=40,896 (32 df)
p=,135



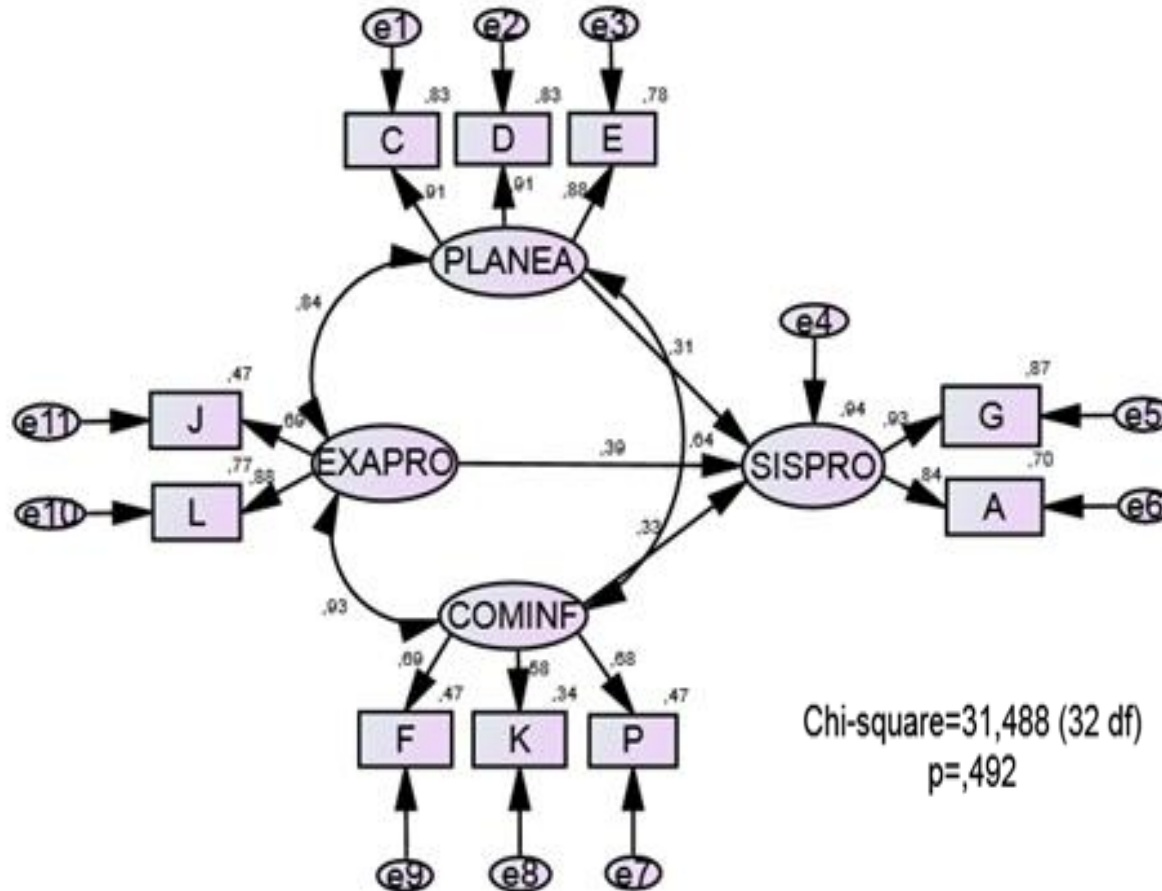
Modelo rival 4 de medida de ecuaciones estructurales por el método de distribución libre asintótica (ADF)



Chi-square=48,918 (32 df)
p=,028



Modelo Final de medida de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados generalizados (GLS)



COMPARATIVO MEDIDAS DE AJUSTE DE LOS MODELOS ESTIMADOS (BOOMSMA, 2000; MCDONALD & HO, 2002)

Modelo inicial	ML								GLS								ADF							
	X ²	DF	P	RMSEA	RMR	ECVI	GFI	CFI	X ²	DF	P	RMSEA	RMR	ECVI	GFI	CFI	X ²	DF	P	RMSEA	RMR	ECVI	GFI	CFI
Saturated model	135,7	64	0,0	0,122	0,12	2,530	0,784	0,865																
Saturated model	0,00	0			0,00	2,427	1	1																
Indep. model	610,5	78	0,0	0,302	0,68	8,487	0,291	0																
Modelo rival 1																								
Default model									94,53	64	0,01	0,08	0,21	1,98	0,806	0,47								
Saturated model									0,00	0			0,00	2,427	1	1								
Indep. model									135,66	78	0,00	0,099	0,81	2,155	0,722	0								
Modelo rival 2																								
Default model																	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC
Saturated model																	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC
Indep. model																	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC
Modelo rival 3																								
Default model	40,90	32	0,14	0,061	0,09	1,159	0,904	0,98																
Saturated model	0,00	0			0,00	1,467	1	1																
Indep. model	499,6	45	0	0,367	0,80	6,928	0,279	0																
Modelo rival 4																								
Default model																	48,92	32	0	0,084	0,46	1,27	1	0,9
Saturated model																	0,00	0			0	1,47	1	1
Indep. model																	203,01	45	0	0,216	0,94	2,97	0,8	0
Modelo rival 5																								
Default model									31,49	32	0,49	0,00	0,10	1,033	0,916	1								
Saturated model									0,00	0			0,00	1,467	1	1								
Indep. model									82,28	45	0	0,105	0,94	1,364	0,781	0								



4. MARCO APLICADO: RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo general

4.2 Descripción de Variables

4.3 El análisis multivariante

4.3.1 Análisis factorial

4.3.2 Ecuaciones Estructurales

4.4 Contraste del sistema de hipótesis



4.4 CONTRASTE DEL SISTEMA DE HIPÓTESIS

H_1 : las variables relacionadas con la planeación y estrategia de los pronósticos determinan el desempeño del modelo de gestión integral de pronósticos en las pymes industriales de Ibagué.

Con base en la evidencia empírica soportada en los procesos estadísticos correspondientes (ver tablas 4.15, 4.24, 4.26 y anexos 4.38, 4.39; figuras 4.6 y 4.15), se demostró que las variables relacionadas con planeación y estrategia incluidas en el modelo SEM, determinan de diferente manera el modelo de gestión integral de pronósticos y en consecuencia se acepta la hipótesis **H_1** .

H_2 : las variables observables se correlacionan significativamente con las variables latentes que conformarán el modelo de gestión integral de pronósticos.

Con referencia a esta hipótesis la evidencia empírica que puede observarse en la figura 4.15 “modelo rival 5 de medida de ecuaciones estructurales por el método de mínimos cuadrados generalizados (GLS)” y en la tabla 4.26 “estimaciones de regresión estandarizadas modelo GLS”, permiten aceptar la hipótesis **H_2** y en consecuencia afirmar que los constructos *PLANEA*, *EXAPRO*, *COMINF* y *SISPRO* están correlacionados positivamente con las variables observables del modelo de gestión integral de pronósticos.



H_3 : las variables latentes del modelo de gestión integral de pronósticos explican el comportamiento de cada uno de sus indicadores.

Como se evidencia en la tabla 4.26 y en la figura 4.15, existe la suficiente evidencia empírica para aceptar la hipótesis **H_3** y en consecuencia afirmar que las variables observables se encuentran explicadas por cada uno de sus constructos.

H_4 : la exactitud de los pronósticos impacta positivamente el modelo de gestión integral de pronósticos.

Tomando como base de análisis la figura 4.15 y la tabla 4.26, se evidencia allí que efectivamente el constructo “exactitud de los pronósticos” (*EXAPRO*) impacta positivamente al modelo de gestión integral de pronósticos con un coeficiente de regresión de 0,389 por lo cual se acepta la hipótesis **H_4** .



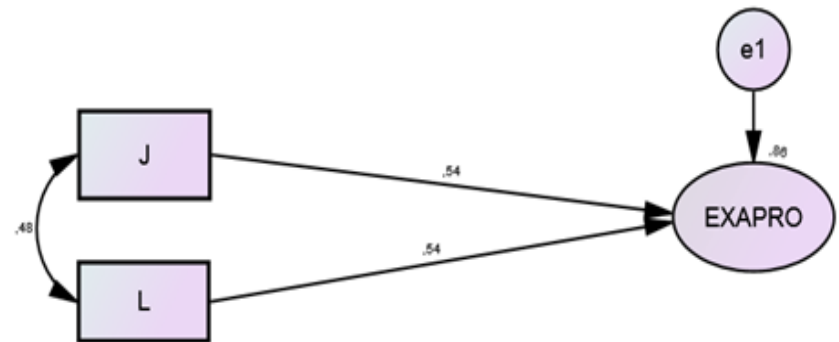
H₆: la información interna de la organización determina la exactitud de los pronósticos.

Según la figura 4.16 y la tabla 4.28, existe evidencia empírica para afirmar que el compartir información interna por parte de las áreas funcionales de la organización para la realización de los pronósticos (J), determina la exactitud de los pronósticos (EXAPRO) con un coeficiente de regresión de 0,538. En consecuencia se acepta la hipótesis H6.

Figura 4.16. Diagrama de medida coeficientes de regresión estandarizados

Tabla 4.28. Coeficientes de regresión estandarizados

			Estimate
EXAPRO	<---	J	0,538
EXAPRO	<---	L	0,542



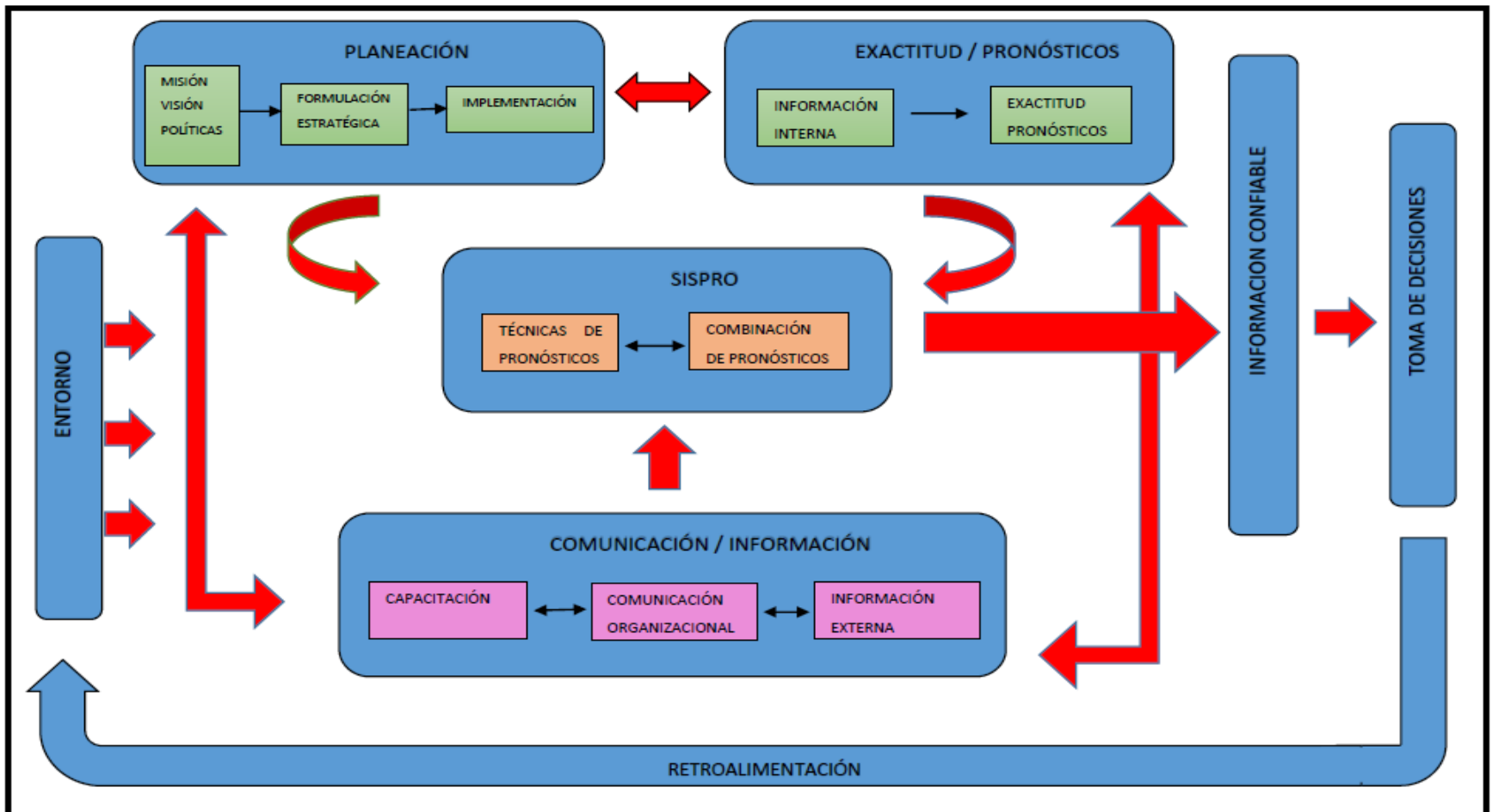
Chi-square=,196(1 df)
p=,658



5. MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL



Modelo de Gestión integral de pronósticos para las PYMES industriales de Ibagué "MGIPRO"



6. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

CONCLUSIONES

- Diseño del modelo de gestión integral de pronósticos para las pymes industriales de Ibagué “MGIPRO”, el cual recogió integralmente los resultados arrojados en el análisis multivariante y en especial de las ecuaciones estructurales. Se resaltan en dicho esquema las relaciones y causalidades que se dan entre variables latentes e indicadores.
- Los pronósticos no hacen parte de la estrategia organizacional en estas pymes, no obstante la importancia que dicen concederle sus directivos a estas herramientas, lo que explica de alguna manera el empirismo con el cual vienen siendo gestionadas estas organizaciones y que sin duda les ha impedido un mejor desempeño.



- En forma específica se evidenció que los empresarios pyme dijeron preferir las técnicas de pronósticos relacionadas con los promedios móviles, analogías históricas e investigaciones de mercado; desconociendo herramientas relativamente complejas que incluso podrían reportarles mejores resultados en el proceso de toma de decisiones. Así mismo se evidenció que estas organizaciones no emplean ningún tipo de software para la aplicación de las herramientas de predicción.
- El estudio también permitió establecer que estas empresas no cuentan con el personal idóneo para la gestión de los pronósticos y no parece ser una preocupación a corto plazo para estas organizaciones.
- El estudio también reportó que en las pymes industriales de Ibagué no existen programas de capacitación en técnicas de pronósticos para los empleados, no se comparte información a nivel interno para la aplicación de las técnicas de predicción, la participación de los colaboradores en las decisiones organizacionales es muy incipiente.



LIMITACIONES

- Una limitación importante del estudio fue que no se disponía de datos en serie temporal, lo cual hizo que la investigación fuera de corte transversal y que solo proporciona resultados en períodos específicos y que por lo tanto no permiten hacer inferencias sobre comportamientos futuros.

FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

- Realizar una réplica de este estudio y en particular de su instrumento de recolección de datos después de algunos años, con el propósito de hacer una combinación de datos transversales y observar el comportamiento que han experimentado estas pymes con relación al empleo de las técnicas de pronósticos en su proceso de toma de decisiones. Desde esta misma perspectiva puede plantearse un análisis con datos de panel para estudiar la serie temporal.



FIN
MUCHAS GRACIAS POR LA
ATENCIÓN



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

“FACTORES QUE DETERMINAN LOS PROCESOS DE GESTIÓN EN LAS EMPRESAS DE ECONOMÍA SOLIDARIA”

“La socialización sólo se presenta cuando la coexistencia aislada de los individuos adopta formas determinantes de cooperación y colaboración que caen bajo el concepto general de la acción recíproca».

Georg Simmel

*Mercedes Parra Alviz,
Oscar Hernán López Montoya & José Rodrigo Cática Barbosa*

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los factores que caracterizan el modelo de gestión de las empresas de economía solidaria (EES) en el departamento del Tolima?

EES : Cooperativas en general.

Fondos de Empleados.

Asociaciones Mutuales.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN



- Centro-occidente del país.
- 23.562 km².
- Su capital es Ibagué.
- 1.412.230 Habitantes.
- 47 municipios.

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Encontrar los elementos característicos asociados al proceso de Planeación, organización, dirección y Control (PODC) en las empresas de economía solidaria (EES) del Departamento del Tolima.

FUNDAMENTO TEÓRICO

Elementos conceptuales – Modelo de gestión-	Autores
<ul style="list-style-type: none">✓ Interpretar el entorno, proyectar cambios, brindar respuestas, proceso para ser efectivos.✓ Marco de referencia para la dirección de una organización, que le permite alcanzar los objetivos propuestos por la alta dirección.✓ Un conjunto de: principios, políticas, sistemas, procesos, procedimientos y pautas de comportamiento que incrementa su competitividad y facilita su gestión con éxito.	<p>Díaz <i>et al.</i>(1997)</p> <p>Polo y Curvelo (2011:180)</p> <p>Aguilar <i>et al</i> (2002:24)</p>

FUNDAMENTO TEÓRICO

Elementos conceptuales –Economía solidaria-	Autores
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Una corriente social que aglutina a un conjunto de organizaciones y actividades que están forjando <i>un pensamiento y una práctica alternativa y solidaria de la economía.</i> ✓ Es una enunciación teórica de nivel científico, desplegada a partir de experiencias y prácticas que comparten elementos fundamentales de <i>solidaridad, mutualismo, cooperación y autogestión</i> por los colaboradores. ✓ Conjunto de elementos <i>(PODC)</i> mutuamente relacionados que permite gestionar integralmente a la empresa propiciando los resultados esperados en su desempeño técnico-económico y social 	<p>Askunze (2007: 2).</p> <p>Razeto (1989: 25).</p> <p>Fernandez (2011)</p>

MARCO TEÓRICO INTEGRAL

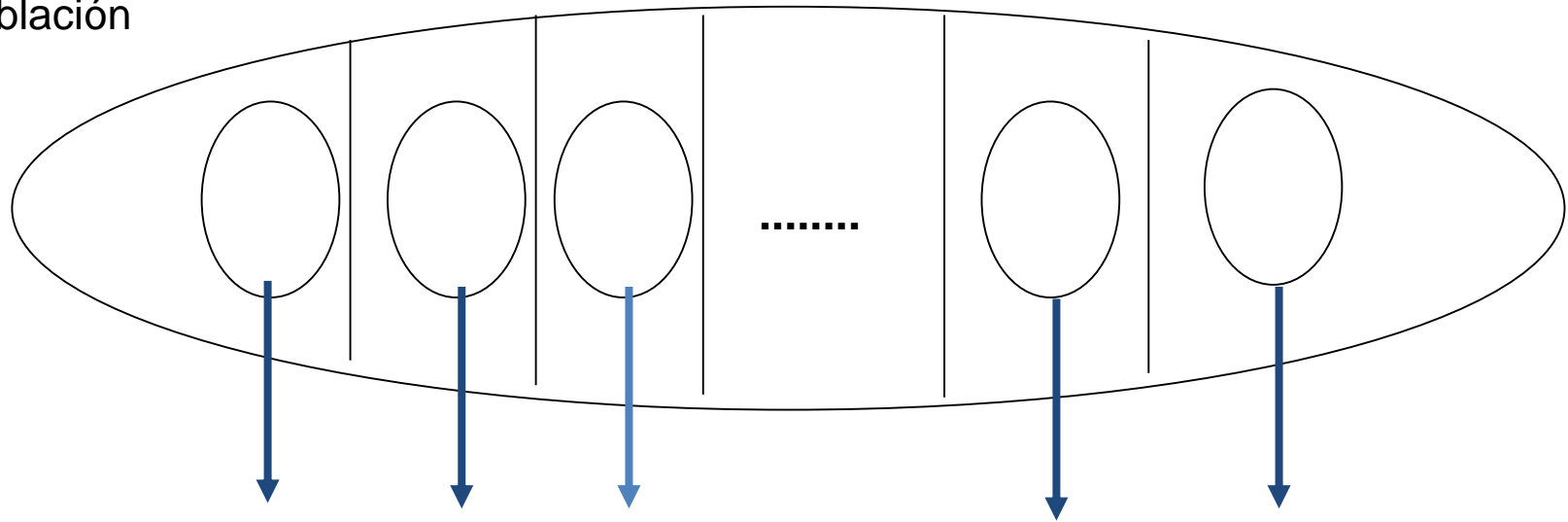
Según Fernández (2011), el modelo de gestión de las EES está compuesto por un conjunto de elementos que interactúan para PODC la organización en función de los objetivos empresariales. Su peculiaridad radica precisamente en el carácter dual de dichos objetivos empresariales; así como de las regularidades que imponen el cumplimiento de los principios y valores del Cooperativismo.

METODOLOGÍA (Técnica Estadística)

Análisis multivariado de correspondencias múltiple (ACM). Técnica no paramétrica desarrollada por Jean-Paul Benzécri (1992) basado en la asociación de categorías entre variables de estudio. El propósito es determinar cómo están asociadas esas variables.

METODOLOGÍA. (TAMAÑO DE LOS ESTRATOS)

Población



n_1 n_2 n_3 n_{L-1} n_L

$$n = n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_L$$

METODOLOGÍA. (MUESTREO)

Afijación óptima por el método de Dalenius (1957).
Método para determinar los mejores límites para estratos cuando se dispone de datos correspondientes a una variable cuantitativa para toda la población.
Para la presente investigación se tomó el número de asociados.

$$n_h = n \frac{N_h \sigma_h}{\sum_{h=4}^6 N_h \sigma_h} ; h = 4, 5 \text{ y } 6$$

METODOLOGÍA. (MUESTREO)

h	$L_i - L_s$	\bar{Y}_h	N_h	F_r	S_h	S_h^2	n_h
1	5885 - mas	-----	3 (*)	-----	-----	-----	3
2	1505 - 5885	-----	6 (*)	-----	-----	-----	6
3	413 - 1505	843.6	10 (*)	0.16129	263.2	69274.24	10
4	131 - 413	243.6	20	0.322581	82.3	6773.29	13
5	46 - 131	88	13	0.209677	23.1	533.61	2
6	4 - 46	19.1	19	0.306452	10.5	110.25	2
			N=61				n=36

- ✓ **Fondos de Empleados** $N_E=26$.Muestra aleatoria de diez (10). Fijos dos (2) por considerarse un número muy grande de asociados. Muestra total es de doce (12) fondos.
- ✓ Asociación mutual: $N_M=1$

RESULTADOS

Dominio	Nro, de preguntas	Alpha de Cronbach
Filosofía estratégica de la empresa.	5	0.839
Acciones implementadas en los últimos cinco años	5	0.899
Planes estratégicos	4	0.847
Objetivos estratégicos	7	0.932
Plan anual	8	0.908
Valores	7	0.754
Horizonte de planeación	5	0.611
Participación en la gestión	11	0.822
Mecanismos de control	7	0.618
Alpha de cronbach para el instrumento	122	0.925

CONCLUSIONES

	Conclusión
<p>Dominio relativo al proceso de planeación</p>	<p>Los rasgos propios del modelo de gestión predominante en este aspecto se relaciona con:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) la implementación de acciones de sus directivos en relación con el aseguramiento de la calidad y el fortalecimiento de su cultura organizacional 2) Los planes estratégicos están cohesionados con la misión y visión de las EES (Empresas de Economía Solidaria); 3) Los planes anuales de las EES responden a los lineamientos de control y vigilancia, responden a los objetivos planteados por la empresa, contempla indicadores de gestión para su medición y atiende a un horizonte de tiempo de un año.

Conclusión

**Dominio
relativo al
proceso de
planeación**



Fuente: ASOCOPH COMUNICACIONES. DGRV capacitó a cooperativas de ahorro y crédito en herramienta de Planeación Estratégica y Operativa SPE

CONCLUSIONES

Dominio relativo al proceso de Organización

Se evidencia:

- 1) La importancia que tiene para su modelo de gestión el hecho de tener definidos claramente cada uno de los niveles jerárquicos.
- 2) Asegurar el rendimiento en las funciones de cada uno de los empleados.
- 3) La estructura organizacional garantiza tiempo de respuesta rápida para los asociados (Normatividad).
- 4) Es conocida la dualidad de los asociados como decisores y gestores.
- 5) Se contemplan medidas de sanción en caso de incumplimiento de lo estipulado en el reglamento (Nomatividad)
- 6) Se logra delegar autoridad sin que los miembros de la organización pierdan el control y la visión integral de la gestión.

Conclusión

Dominio
relativo al
proceso de
organizaci
n



Fuente: ASOCOPH COMUNICACIONES. Gobierno reitera interés y disposición frente a la propuesta cooperativa de reestructuración integral de SaludCoop

CONCLUSIONES

Proceso de Dirección

Con base en el valor discriminante para cada variable se pudo concluir que resultaron determinantes los siguientes aspectos:

- 1) Las metas y objetivos de la empresa para los empleados.
- 2) La importancia del trabajo en equipo.
- 3) Los aportes que hacen los subalternos para la toma de decisiones.
- 4) La importancia de un adecuado clima laboral junto con sus acciones para mejorarlo y por último...
- 5) La atención oportuna a las inquietudes de los asociados y empleados por parte de la dirección

CONCLUSIONES

Proceso de Dirección



Fuente: Asocoph. Redes y alianzas de la economía solidaria en América Latina. Los participantes indicaron que se necesita optimizar la enseñanza cooperativa en niños.

CONCLUSIONES

Proceso de Dirección



Exaltación a la dirigencia cooperativa en el Tolima.

CONCLUSIONES

Subsistema de Control

- 1) Las tareas que se desarrollan en cada área funcional, responden a la planeación estratégica.
- 2) El control se ejerce con respecto al cumplimiento de las tareas encomendadas.
- 3) Existen mecanismos para ejercer el control en cada área de la organización.
- 4) El sistema de control esta implementado en los diferentes niveles jerárquicos, y por último....
- 5) *Existen acciones sancionatorias cuando se detectan fallas en algunos procedimientos.*

CONCLUSIONES

Proceso de Control



Fuente: Flash Confecomunica 2031.

Superintendente se reunió con junta Directiva de Confecoop
Análisis sobre controles y *reportes* a la superintendencia.

CONCLUSIONES

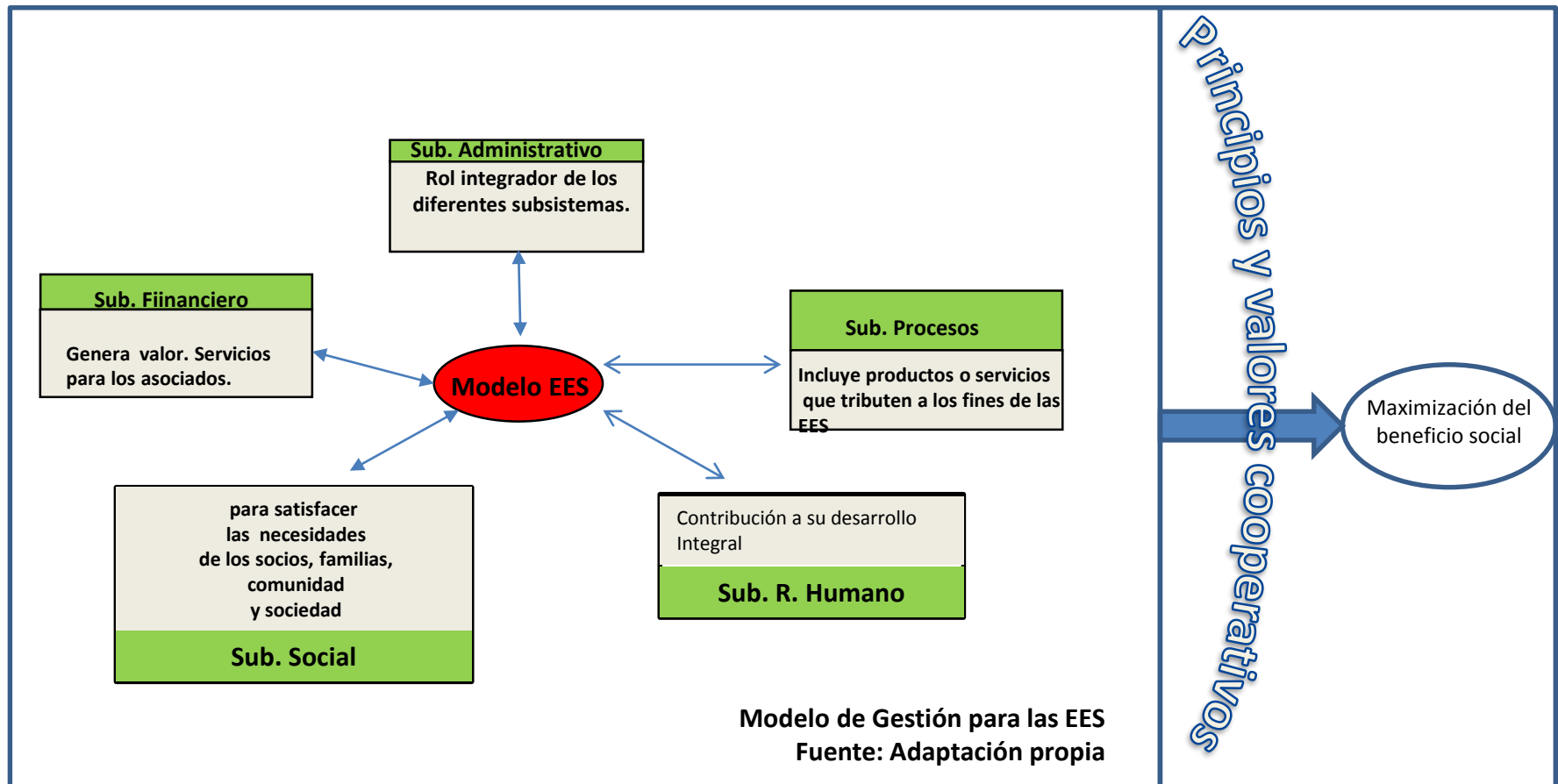
Proceso de Control



Fuente: Flash Confecomunica 2031.

Superintendente se reunió con junta Directiva de Confecoop
Análisis sobre controles y *reportes* a la superintendencia.

FACTORES DETERMINANTES EN EL PROCESO DE GESTIÓN



GRACIAS!

rodrigo.catica@hotmail.com



“PERSPECTIVA DE ASOCIATIVIDAD DE LAS MIPYMES DEL TOLIMA”

Laura Marcela López Posada

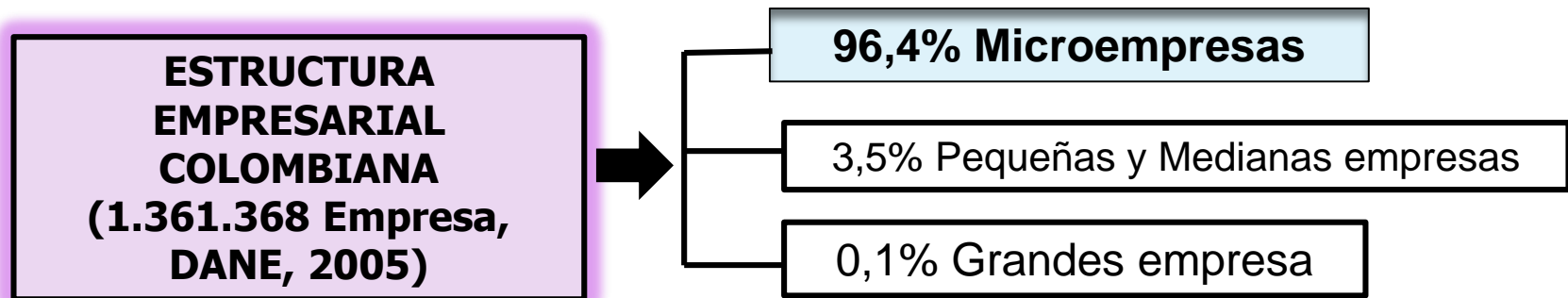
CONTENIDO DE LA PRESENTACIÓN

1. Planteamiento del Problema
2. Modelo Teórico
3. Objetivos de investigación
4. Métodos y planificación
5. Resultados de Investigación

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



Problema de *coyuntura nacional*
para **Colombia**: **ASOCIATIVIDAD
MIPYMES REGIONALES.**



LA DEFINEN
Ley 590 de 2000 CC
Ley 904 de 2004 CC

Sierra y Londoño (2008), Correa, Durán y Segura (2010), Ley 590 de 2000 CRC.

[Volver](#)

REALIDAD MICROEMPRESA COLOMBIANA

1. **CULTURAL:** Mentalidad de corto plazo, **INDIVIDUALISMO**, desconfianza, y carácter empresa familiar.
2. **MERCADO INTERNO Y EXTERNO:** Recesión económica y falta de competitividad local e internacional.
3. **ESCASEZ DE RECURSOS FINANCIEROS**
4. **ILEGALIDAD E INFORMALIDAD.**
5. **CAPITAL HUMANO:** Falta formación en empresarios, experiencia y habilidades de dirección.
6. **ESCASEZ DE RECURSOS TECNOLÓGICOS Y DE INNOVACIÓN.**

Rodríguez (2003); Pallares (2004); Iguera (2006); Zevallos (2003, 2006, 2007); Romero (2006); Sierra y Londoño(2008); CONPES (2007, 2008); Martínez (2009); Correa, Durán y Segura (2010), Fundes (1999 al 2010).

CONCENTRACIONES GEOGRÁFICAS de compañías e instituciones **interconectadas**, ya sea horizontal (en el caso de que realicen actividades similares) o verticalmente (por su calidad de proveedoras o compradoras de insumos), que **compiten** o se **complementan** para ofrecer un bien o un servicio intermedio o final.

Mecanismo de **COOPERACIÓN VOLUNTARIA** de micro, pequeñas y medianas empresas por un **objetivo común**. Mantienen la **independencia jurídica y autonomía** gerencial (Rosales, 1997).

RED INTEREMPRESARIAL

Borgatti & Foster (2003); Barozet (2006); Aguirre y Pinto (2006); Brass, Galaskiewicz, Greve & Tsai (2009).

Conjunto de **RELACIONES ESPECÍFICAS** entre un número limitado de actores

CLUSTER

Porter (1991, 1999, 2001); Aleman (2006); Acosta (2003); Acosta (2003);

PRODES

Acopi (2010), Pallares (1999, 2004)

ASOCIATIVIDAD

Rosales (1997); Iguera (2006); Arce (2006); Vega (2008); Prompyme (2010).

Conjunto de **ACTIVIDADES ASOCIATIVAS** de las micro, pequeñas y medianas empresas – **concentradas geográficamente**–, orientadas al mejoramiento de la gestión, la productividad y la **COMPETITIVIDAD**. (Ortiz, 2002: 2).

PRODES
(Proyecto de Desarrollo Empresarial
Sectorial)

ACOPI

Conjunto de **actividades asociativas de las micro, pequeñas y medianas empresas – concentradas geográficamente-**, orientadas al mejoramiento de la gestión, la productividad y la competitividad.

Homogeneidad

Cercanía geográfica

Compromiso

(Pallares, 1999; Acopi, 2001; Ortiz, 2002: 2).

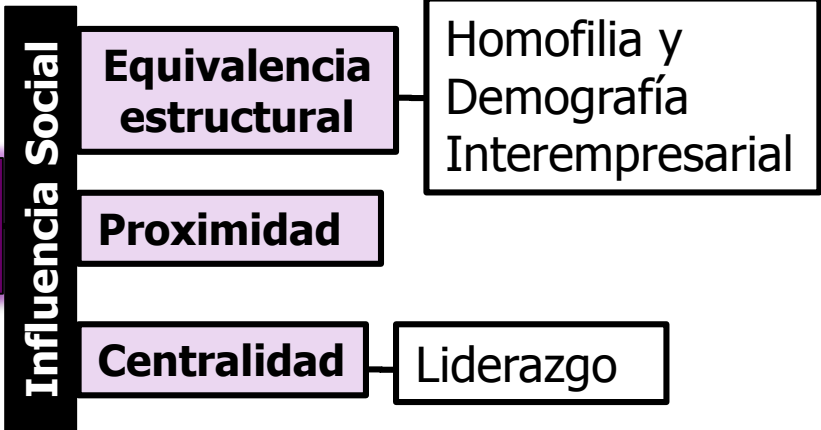
REDES INTEREMPRESARIALES ASOCIATIVIDAD

SOCIALES

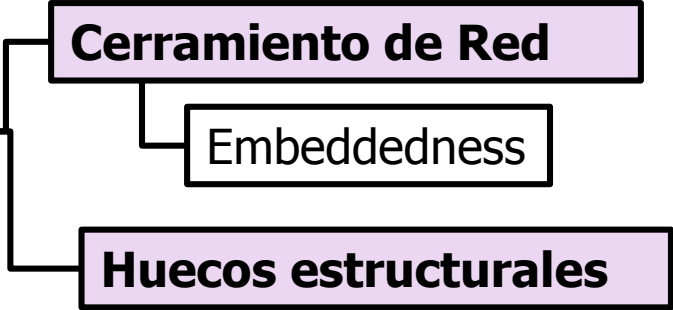
- REDES SOCIALES
- PRODES

Academy of Management Review
 Academy of Management Executive
 Administrative Science Quarterly
 Strategic Management Journal
 American Sociological Review
 Journal of Business Venturing
 Organization Science

Estructura de red

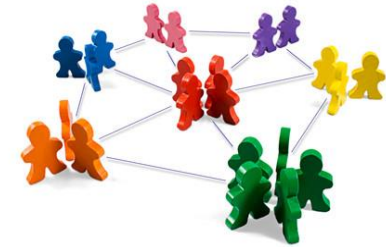


Capital social



Institucionalismo

Papel instituciones de apoyo, entes públicos y privados



CAPITAL SOCIAL.
Las relaciones **(REDES)** entre las agentes pueden suministrar **ACCESO A RECURSOS** que benefician tanto a personas como a grupos.

¿QUÉ SIGNIFICA ESTAR MEJOR CONECTADO?

HUECOS ESTRUCTURALES.
Son las **CONEXIONES NO REDUNDANTES** entre diferentes grupos, o empresas. Con **habilidades para construir puentes** entre empresas que no se conocen.

CERRAMIENTO DE RED.
Se caracterizan por su **elevado grado de cohesión, vínculos redundantes y comunicación confiable.**



Granovetter (1973, 1985); Uzzi (1997); Freeman (1977); Cook & Emerson (1978); Burt (1980)

Coleman (1988, 1990); Burt (1992; 2000)

¿CÓMO ANALIZAR LA ESTRUCTURA DE LA RED?

CENTRALIDAD Y JERARQUIA

PROXIMIDAD REAL Y VIRTUAL

EQUIVALENCIA ESTRUCTURAL – HOMOFILIA



Instituciones y gremios:
¿De qué forma **las instituciones y los gremios** influyen el éxito o fracaso de cuatro Prodes regionales de Colombia?.

Homofilia y homogeneidad de los grupos: ¿Qué papel juegan **características demográficas** de los Prodes de cuatro regiones de Colombia, como: **localización geográfica, antigüedad, y tamaño** en el surgimiento de uno u otro mecanismos de red y de la dimensión cultural que asume la red?.

¿De qué forma los **MECANISMOS DE RED** (huecos estructurales y cerramiento de red) y la **DIMENSIÓN CULTURAL**, individualista y colectivista, influyen **PROCESOS DE ASOCIATIVIDAD** de algunos Prodes de Antioquia, Bogotá, Tolima y Caldas?

¿Cómo se **describen los Prodes** de cuatro regiones de Colombia en términos de los mecanismos de red y de la dimensión cultural, individualismo y Colectivismo?.

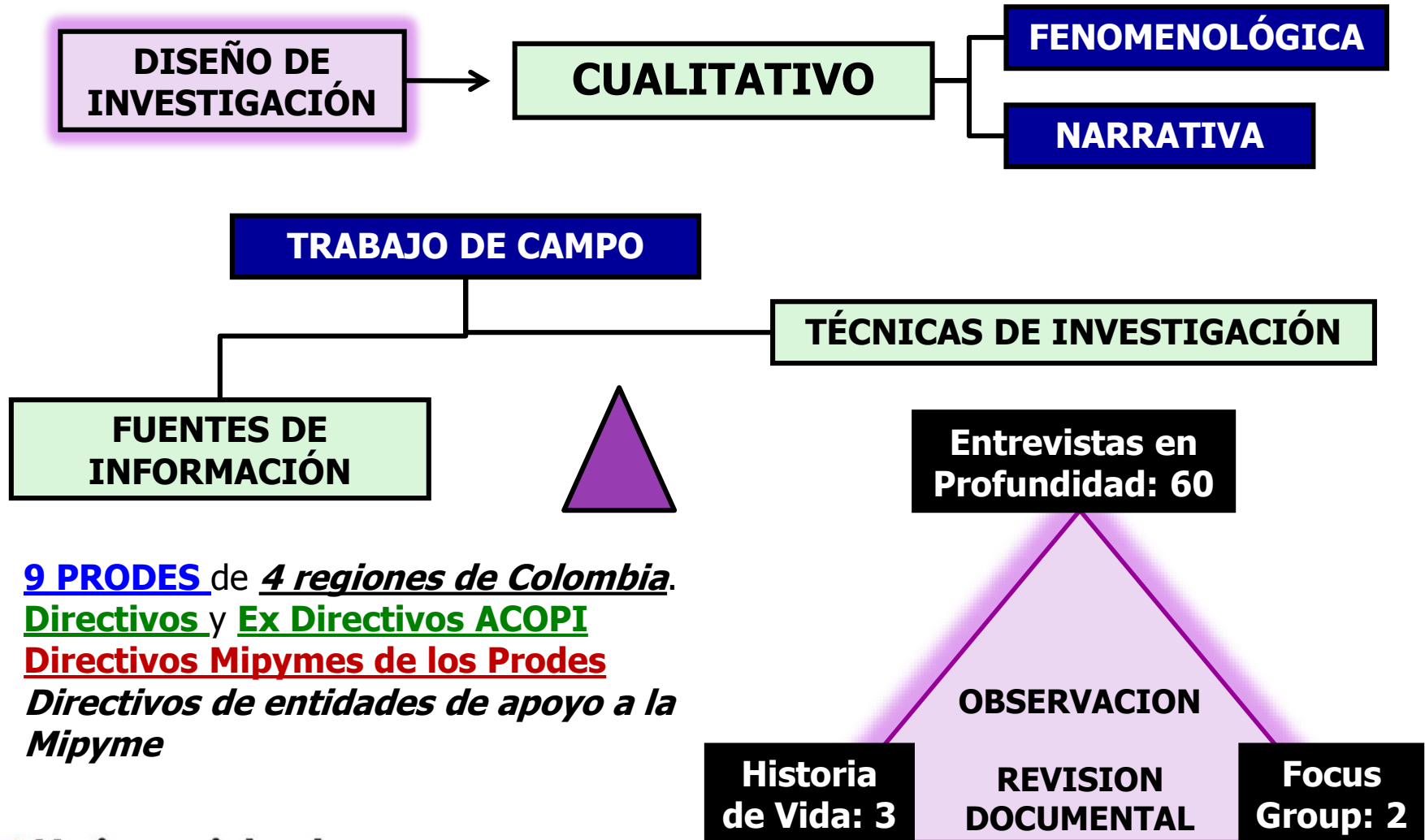
Proximidad, equivalencia estructural y centralidad
¿Cuál es la **estructura de red** de cada uno de los Prodes regionales estudiados, en función de **la proximidad, la equivalencia estructural y la centralidad**?

Prodes Objeto de Estudio

[Volver](#)

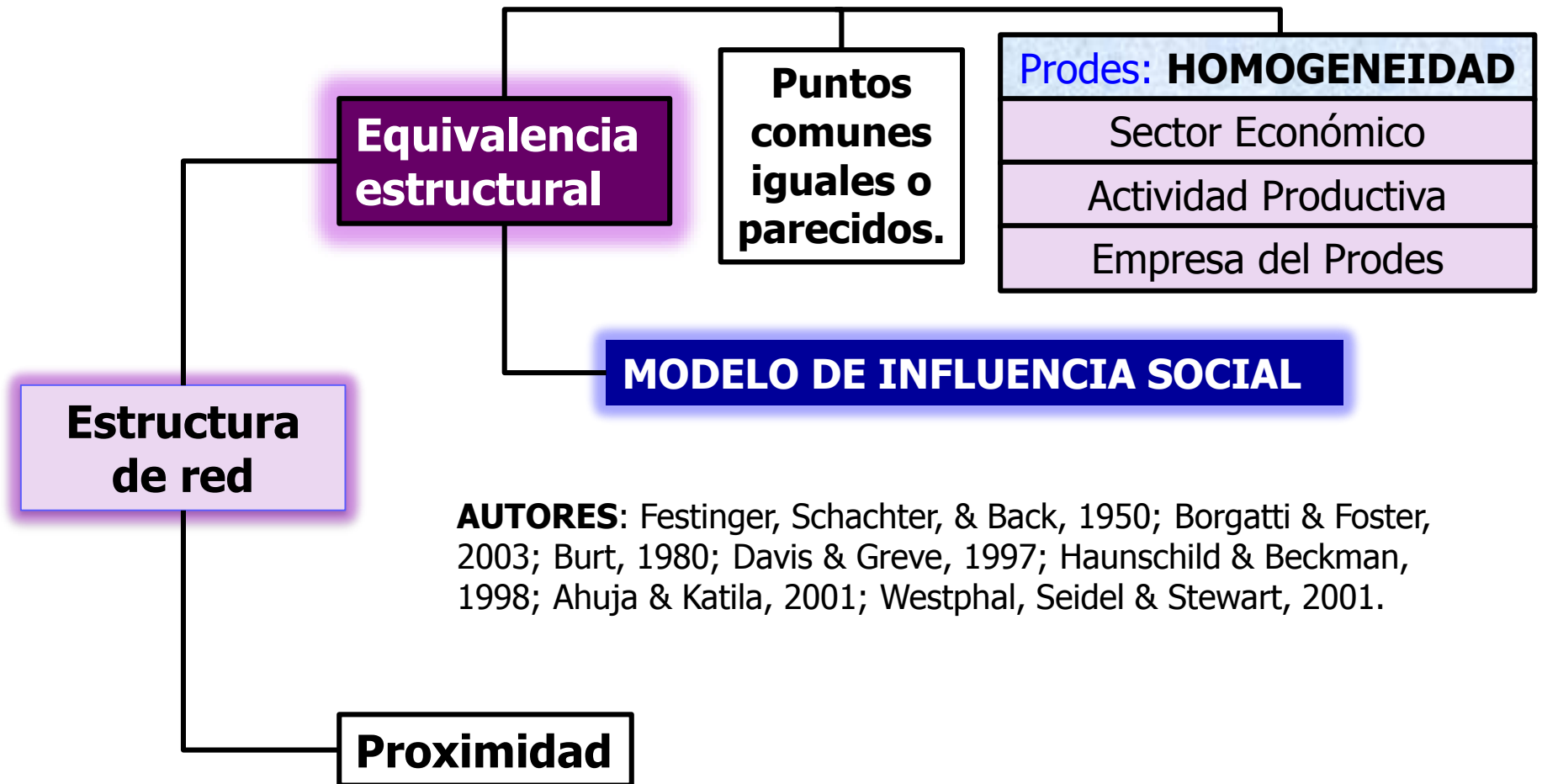
Nombre del Prodes	Depto.	Nº Prodes x Dpto.	Año de creación	Supervivencia
Metalmecánico Intec	Antioquia	5 Prodes de Antioquia	2003	Supervivencia
Ropa Infantil (Pro-Bebé)	Antioquia		2004	Supervivencia
Comunicación Gráfica	Antioquia		2008	Supervivencia
Vía Primavera	Antioquia		2009	Supervivencia
Energía	Antioquia		2009	Supervivencia
Confección	Tolima	2 Prodes de Tolima	2008	Supervivencia
Tamal-Lechona	Tolima		2008	Supervivencia
Tecnologías de información (Tics)	Bogotá	1 Prodes de Bogotá	2010	No Supervivencia
Metalmecánica	Caldas	1 Prodes de Manizales	Desapareció	No Supervivencia

Diseño de investigación y recogida de datos



1. **9 PRODES** de **4 regiones de Colombia**.
2. **Directivos** y **Ex Directivos ACOPI**
3. **Directivos Mipymes de los Prodes**
4. **Directivos de entidades de apoyo a la Mipyme**

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN EN LOS PRODES



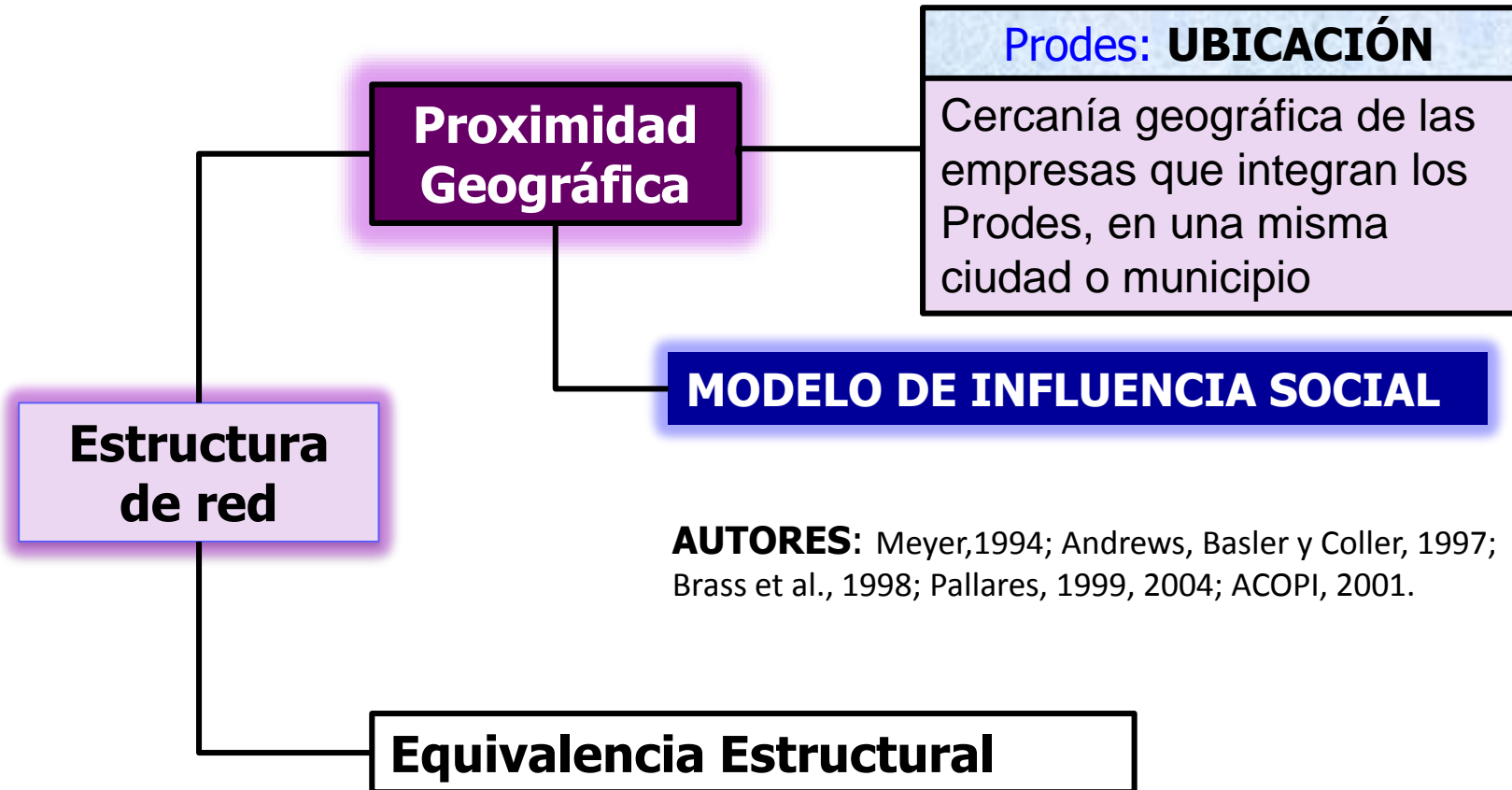
AUTORES: Festinger, Schachter, & Back, 1950; Borgatti & Foster, 2003; Burt, 1980; Davis & Greve, 1997; Haunschild & Beckman, 1998; Ahuja & Katila, 2001; Westphal, Seidel & Stewart, 2001.

EQUIVALENCIA ESTRUCTURAL EN LA ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LOS PRODES

NUEVE PRODES DE COLOMBIA	REGIÓN	¿Mismo Sector Económico?		¿Misma actividad Productiva?		Creación negocio Prodes		Existencia negocio Prodes		Existencia Prodes	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
Prodes Tics	Bogotá	X		X			X		-	X	
Confección	Ibagué	X			X		X		-	X	
Tamal-Lechona	Ibagué	X		X			X		-	X	
Metalmecánico	Caldas	X			X	X			X		X
Pro-Bebé	Antioquia	X		X		X			X	X	
Comunicación Gráfica	Antioquia	X		X		X		X		X	
Metalmecánica Intec	Antioquia	X		X		X		X		X	
Energía	Antioquia	X		X		X		X		X	
Vía Primavera	Antioquia		X		X	X		X		X	

PUNTO CENTRAL

Las Prodes que presentan mayor **equivalencia estructural** tienen mayor posibilidad de consolidar **lazos de confianza**, de **comunicación** y adoptar **prácticas conjuntas**.




 REPÚBLICA DE COLOMBIA
 DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE ESTADÍSTICA - DANE
 INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTÍN CODAZZI

DEPARTAMENTO DEL TOLIMA
 División Política Administrativa

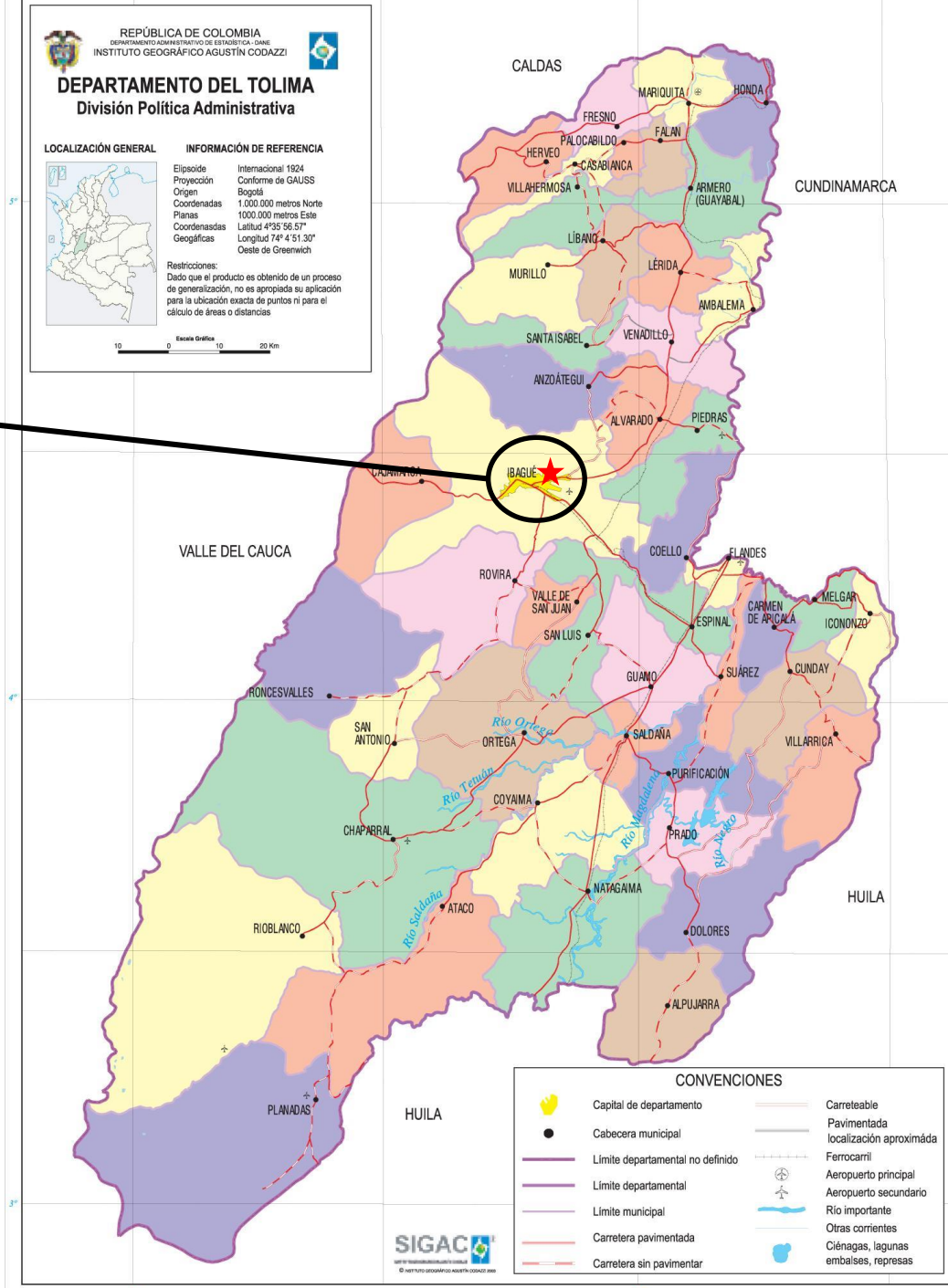
LOCALIZACIÓN GENERAL


INFORMACIÓN DE REFERENCIA
 Elipsoide: Internacional 1924
 Proyección: Conforme de GAUSS
 Origen: Bogotá
 Coordenadas Planas: 1.000.000 metros Norte
 Coordenadas Geográficas: Latitud 4°35' 56.57" Oeste de Greenwich
 Longitud 74° 4' 51.30"

Restricciones:
 Dado que el producto es obtenido de un proceso de generalización, no es apropiada su aplicación para la ubicación exacta de puntos ni para el cálculo de áreas o distancias

Escala Gráfica


PRODES TAMAL-LECHONA Y CONFECCIÓN (IBAGUÉ)



CONVENCIONES

	Capital de departamento		Carreteable
	Cabecera municipal		Pavimentada
	Limite departamental no definido		localización aproximada
	Limite departamental		Ferrocarril
	Limite municipal		Aeropuerto principal
	Carretera pavimentada		Aeropuerto secundario
	Carretera sin pavimentar		Río importante
			Otras corrientes
			Ciénegas, lagunas
			embalses, represas



TOLIMA

[Volver](#)

PUNTO CENTRAL

A mayor **cercanía geográfica** (negocios o lugar de residencia) entre organizaciones o empresarios del Prodes mayor posibilidad de **escenarios formales e informales de interacción** y de **comunicación**.

La **proximidad geográfica** entre agentes de un Prodes puede propiciar mayor **frecuencia**, **intensidad** y **fortaleza en la comunicación**.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE EMPRESAS Y EMPRESARIOS

Tipología de la
DIVERSIDAD:
Diferenciación de un
agrupamiento social.

DEMOGRAFIA ORGANIZACIONAL

Proceso de **CATEGORIZACIÓN
SOCIAL** en función de
ATRIBUTOS de sus miembros.

ATRIBUTOS

1. Tamaño
2. Antigüedad
3. Edad
4. Nivel de Formación

AUTORES: Pfeffer en 1981 y
1983; Tajfel, 1981; Turner, 1990;
Lawrence, 1997; Harrison, Price &
Bell, 1998; William & O'Reilly,
1998; Van Knippenberg &
Schippers, 2007.

TAMAÑO EN LOS PRODES

PRODES	TAMAÑO EMPRESAS PRODES	Nº DE EMPRESAS X PRODES	Nº DE PRODES X SECCIONAL ACOPI
Tics	Micro y Pequeñas	4	1 (Bogotá)
Confección	Micro (+) y Pequeñas (-). "Famiempresas"	50 a 20	26 (Ibagué)
Tamal-Lechona	Microempresas "Famiempresas"	100 a 15	
Metalmecánica	Pequeñas Medianas	4	0 (Caldas)
Pro-Bebé	Pequeñas (+) Medianas (-)	11	44 (Antioquia)
Comunicación Gráfica	Pequeñas Medianas	14	
Metalmecánica Intec	Pequeñas	10	
Energía	Grandes Medianas	11	
Vía primavera	Pequeñas	17	

1. Acopi no ha logrado **unificar criterios** para definir el **"TAMAÑO"** de las empresas que integran un Prodes.
2. La estrategia de asociatividad Prodes funciona con ***empresas formalizadas y organizadas administrativamente***, preferiblemente con Pymes.
3. **El tamaño** de las empresas participantes del Prodes y el tamaño del Prodes se constituye en una **oportunidad** o en una **restricción** para: ***Acceder a recursos económicos o para consolidar relaciones duraderas*** entre agentes de la red.
4. El **menor número de contactos** en una red puede estar relacionado con **mayor redundancia en la comunicación**, posibles relaciones de **confianza** entre actores de la red y mejor ***desempeño del grupo***.

PAPEL DE LAS INSTITUCIONES Y LOS GREMIOS

INSTITUCIONES

Restricciones humanamente creadas para **estructurar** interacciones (políticas, económicas y sociales). Normas o reglas **formales e informales.**

AUTORES: Parsons, 1956; Udy, 1970; North, 1990; Jepperson, 1999; DiMaggio y Powell, 1991/1999; Meyer & Rowan, 1991/1999; Orrú, Biggart & Hamilton, 1991/1999

Las políticas gubernamentales, las entidades de apoyo a la estrategia Prodes, las políticas y normas de creación de los Prodes, los Prodes.

LEGITIMIDAD

Organizaciones **deseables y aceptadas** por el entorno dado que sus actividades se encuentran en **consonancia** con las **normas, creencias, valores y principios**, dentro del **sistema social** al que pertenecen.

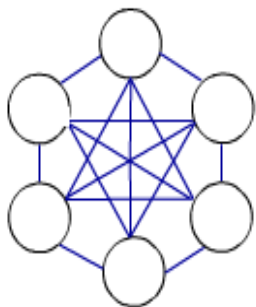
AUTORES: DiMaggio & Powell, 1983; Meyer & Rowan, 1991/1999; Zimmerman & Zeitz, 2002; Suchman, 1995; Deephouse, 1996; Ahlstrom & Bruton, 2001; Chen, Griffith & Hu, 2006.

INSTITUCIONES Y ENTIDADES EN LA CONSOLIDACIÓN DE PRODES

Acopi Seccional	Legitimidad Gremio de la Mipyme	Legitimidad por Prodes	Prodes Línea de Acción	Planes de Desarrollo Local	Apoyo Inter - institucional Prodes
Antioquia	SI	SI	SI	SI	Continuo
Tolima	SI	NO	SI	SI	Discontinuo
Bogotá	SI	NO	NO	NO	Discontinuo
Caldas	SI	NO	NO	NO	No

PUNTO CENTRAL

1. Las organizaciones que responden a **CAMBIOS DEL ENTORNO**, a través de la implementación de **prácticas y estrategias acertadas al contexto actual**, aumentan su **legitimidad** y sus perspectivas de **supervivencia**.
2. La **LEGITIMIDAD** es, por tanto, un recurso necesario para la **obtención de otros recursos** que favorecen la **supervivencia** de las organizaciones.



CAPITAL SOCIAL: Mecanismos de red

Las relaciones (**REDES**) entre las agentes pueden suministrar **ACCESO A RECURSOS** que benefician tanto a personas como a grupos.

¿QUÉ SIGNIFICA ESTAR MEJOR CONECTADO?

CERRAMIENTO DE RED

Confianza Interempresarial

Comunicación directa y constante

Relaciones redundantes

HUECOS ESTRUCTURALES.

Relaciones No Redundantes

¿?

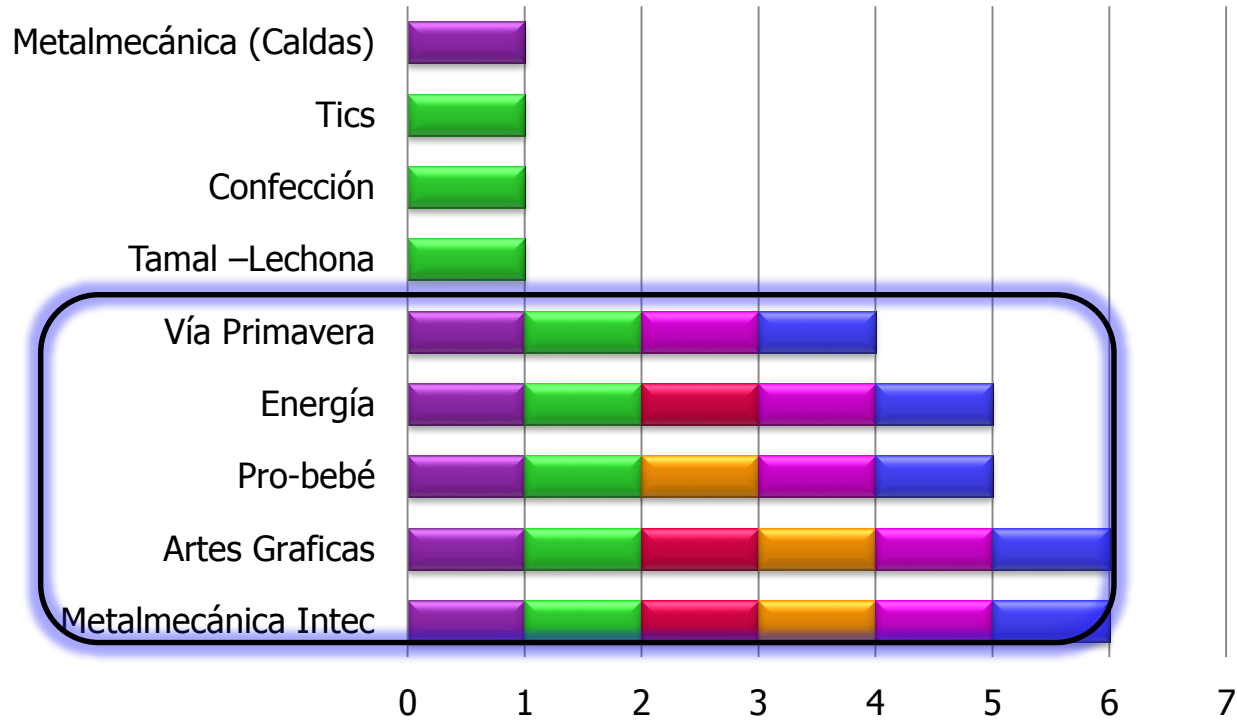
AUTORES: Coleman, 1988,1990;
Uzzi, 1997; Burt, 2000

Cerramiento de Red

Confianza Interempresarial

AUTORES: Zaheer, McEvily & Penrose, 1998; Galán y Castro, 2004; Gulati et al, 2000; Gambetta, 1988; Burt, 1992, 2000 .

LAZOS DE CONFIANZA EN LOS PRODES



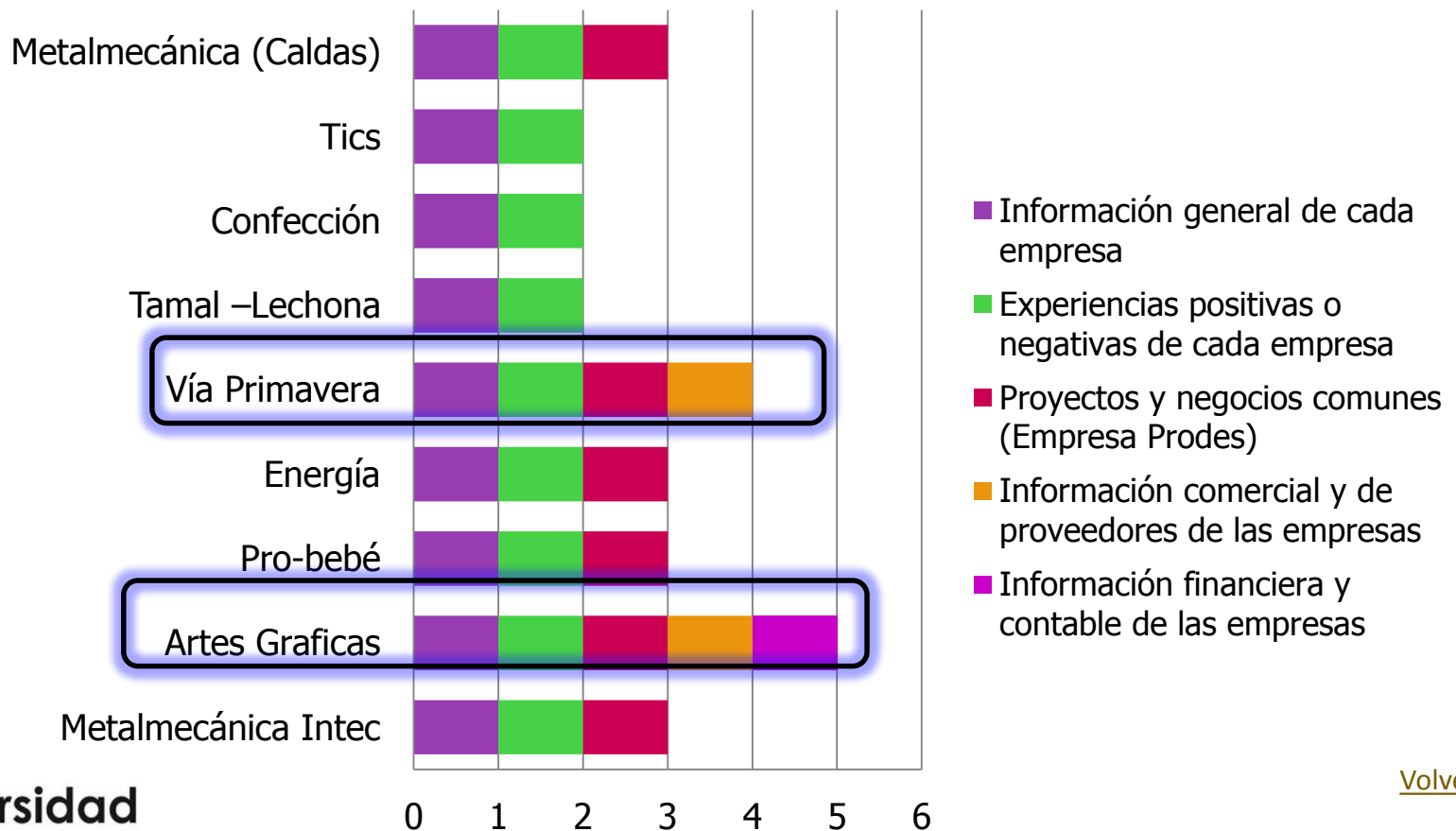
- Creación de empresa para beneficio del Prodes
- Negocios cruzados entre empresarios del Prodes
- Compras conjuntas a proveedores
- Antigüedad en las relaciones entre empresarios del Prodes
- Procesos metodológicos acertados para la consolidación de confianza
- Apoyo interinstitucional para la estrategia Prodes

**Cerramiento
de Red**

**Intercambio de
Información**

AUTORES: Puhakka, 2006; Maurer & Ebers, 2006; Hansen, 1999; Borgatti & Cross, 2003; Molina, Jordán, Ares y Martínez, 2006.

INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN EN LOS PRODES



Cerramiento de Red: Vínculos fuertes

Redundancia en la comunicación

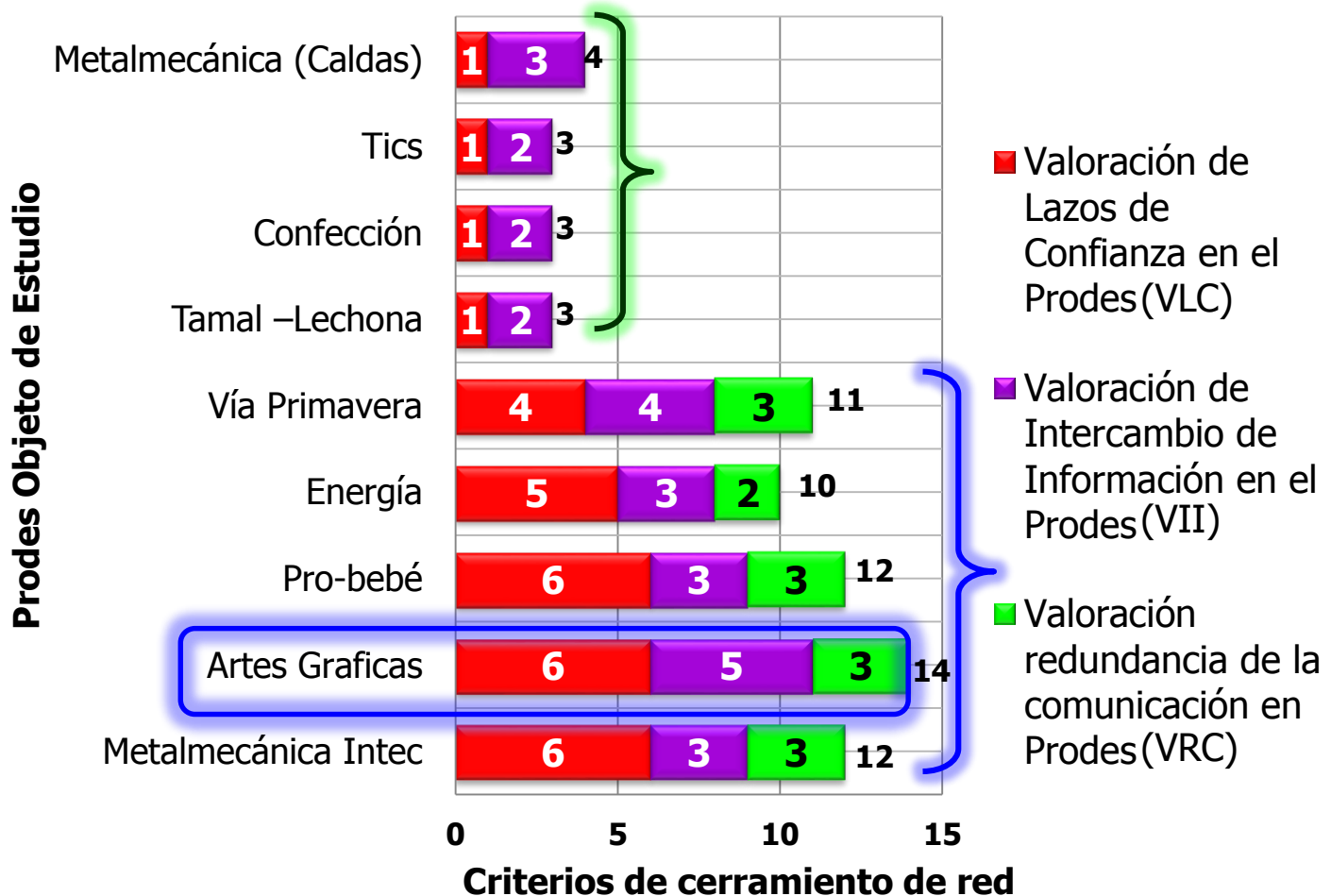
Estrategias de Comunicación

AUTORES: Granovetter, 1973; Burt, 1992; Shane, 2003; Brass et al., 1998; Granovetter, 1973, 1985; Santos & Liñán, 2006; Coleman, 1990; Krackhardt, 1992; Uzzi, 1996, 1997; Molina, Jordán, Ares y Martínez, 2006; Kogut, 2000.

REDUNDANCIA EN LA COMUNICACIÓN

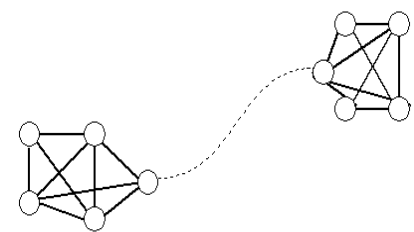


CRITERIOS CERRAMIENTO DE RED



1. La **calidad** y la **cantidad** en el intercambio de información y comunicación entre agentes de un Prodes se relaciona con mayores o menores **niveles de confianza** entre participantes de la red.
2. La redundancia en la comunicación esta relacionada **intercambios de comunicación repetitivos** y **comunicación continua**.
3. Las relaciones de confianza están relacionadas con **prácticas de colaboración**, **apoyo mutuo** y **ejecución de proyectos conjuntos** entre organizaciones de un Prodes.
4. Un mayor **CERRAMIENTO DE RED** en un Prodes se relaciona con mayores **lazos de confianza**, **intercambio de información** y **redundancia en la comunicación**.

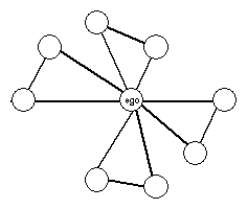
CAPITAL SOCIAL: Mecanismos de red



¿QUÉ SIGNIFICA ESTAR MEJOR CONECTADO?

CERRAMIENTO DE RED

HUECOS ESTRUCTURALES.



Confianza Interempresarial

Comunicación directa y constante

Relaciones redundantes

Relaciones No Redundantes



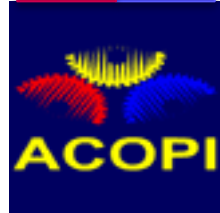
Son las **CONEXIONES NO REDUNDANTES** entre diferentes grupos, o empresas. Con **habilidades para construir puentes** entre empresas que no se conocen.

AUTORES: Coleman, 1988,1990; Uzzi, 1997; Burt, 2000

AUTORES: Borgatti & Foster, 2003; Burt, 1992, 2000; Granovetter, 1990; Molina, Jordán, Ares y Martínez, 2006; McEvily & Zaheer, 1999;



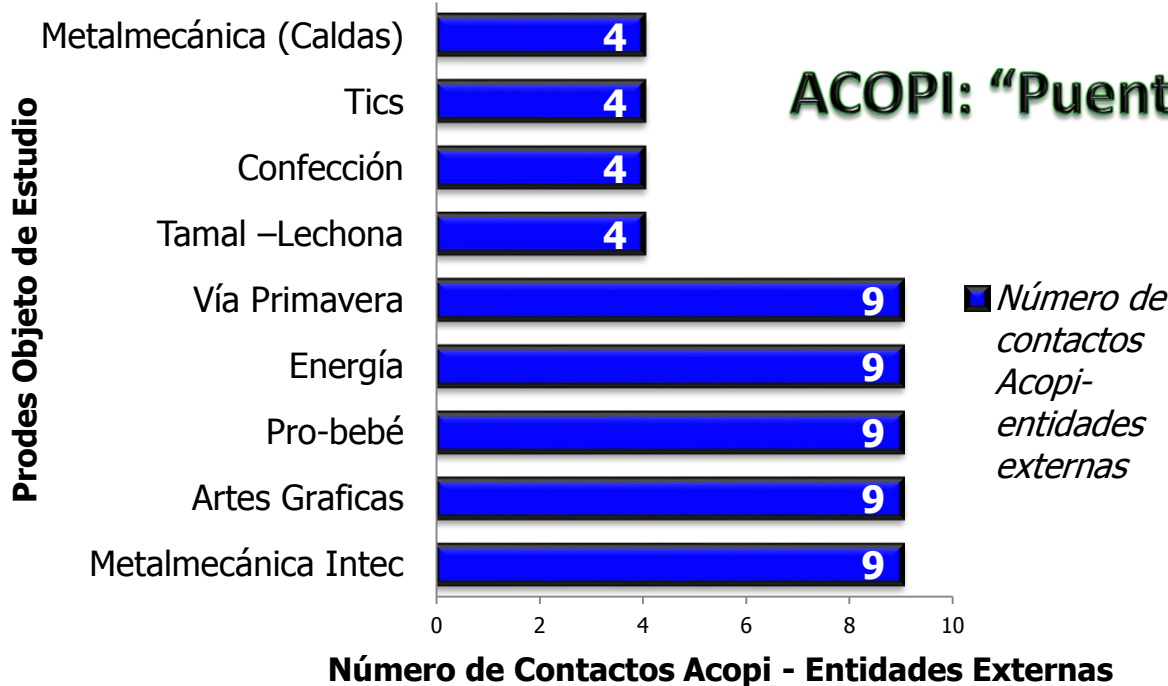
Prodes



Entidades Externas



Acceder a nueva información.
Canalizar recursos económicos, sociales e
 institucionales para los Grupos Prodes



ACOPI: “Puente Estratégico”

1. Gobernación
2. Alcaldía
3. Cámara de Comercio
4. Sena
5. Universidades

PUNTO CENTRAL

La **fortaleza** y **continuidad** de la **conexión puente** esta relacionada con una **mayor oportunidad** para los Prodes de **acceder a recursos económicos para su sostenibilidad.**

INDIVIDUALISMO EN PRODES DE TOLIMA, BOGOTÁ Y CALDAS

Relaciones Laxas y Débiles, cada empresa se ocupa de sí misma y de su grupo más cercano; por ejemplo de su familia.

Media un **contrato o un convenio**, por un **interés individual** más que colectivo.

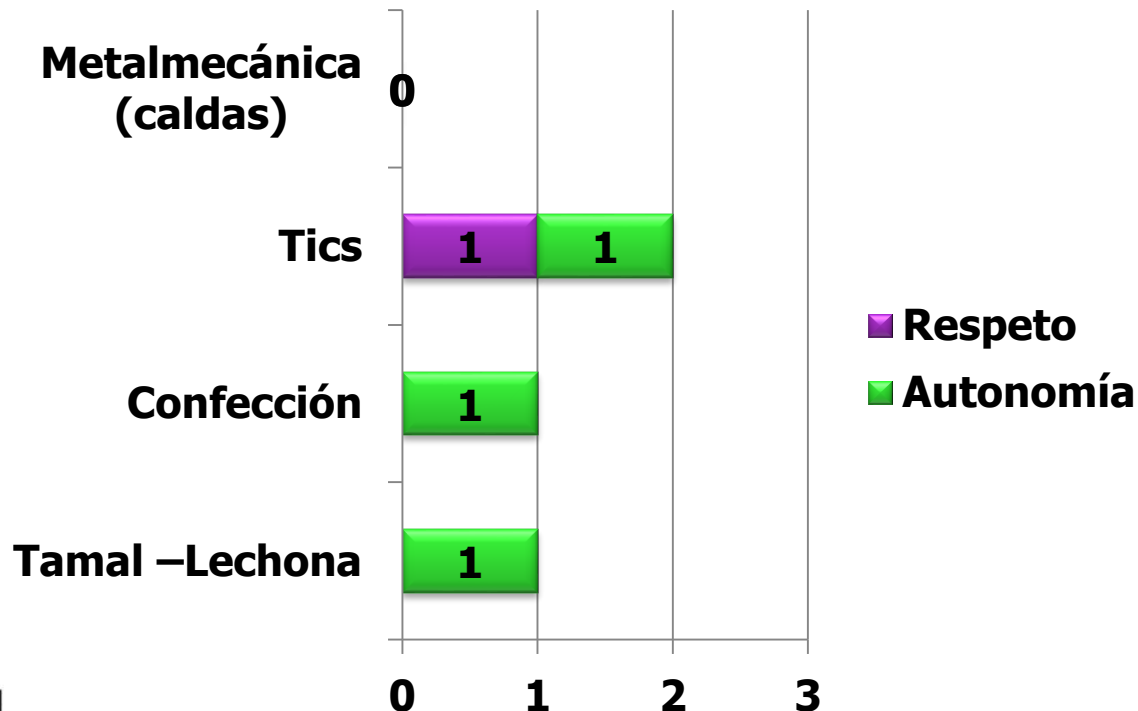
- **Disimilaridad** : Tamaño y Nivel de Desarrollo, Calidad y Características del Producto.
- **Poca Antigüedad** en las relaciones.
- Prodes: **Interés individual** empresarial.
- **Estereotipos regionales negativos**.

- **Debilidad relaciones interinstitucionales**: Inexistentes o discontinuas.
- **Falta legitimidad de la estrategia Prodes** (Experiencia, Antigüedad y Reconocimiento) .

1. **Débiles relaciones de confianza actores del Prodes.**
2. **Débiles relaciones de comunicación actores del Prodes.**
3. **Poco intercambio de información actores del Prodes.**

INDIVIDUALISMO EN PRODES DE TOLIMA, BOGOTÁ Y CALDAS

Predomino de **valores particulares**, no colectivos. Se enfatiza en la **independencia emocional** con respecto a los grupos



ANTECEDENTES Y SUPERVIVENCIA: ASOCIATIVIDAD

Permanencia de la empresa en el mercado

Khan & Rocha (1982); Franco y Urbano (2010).

Características de **Equivalencia estructural**

Lazos de **CONFIANZA** en el Prodes

INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN: Prodes e instituciones de apoyo

REDUNDANCIA de la **COMUNICACIÓN:** Prodes e instituciones de apoyo

ESTEREOTIPOS REGIONALES

PRACTICAS Y VALORES compartidos

ANTECEDENTES EN LA SUPERVIVENCIA DE LOS PRODES

SUPERVIVENCIA O NO SUPERVIVENCIA DEL PRODES

ANTIGÜEDAD DEL PRODES

PERMANENCIA DEL PRODES

ACTIVIDADES Y PROYECTOS COMPARTIDOS EN EL PRODES

CONCLUSIONES CENTRALES

Es posible crear grupos asociativos con empresas y empresarios que muestren **fuertes relaciones de confianza**, y tengan un **intercambio de información y comunicación constante y redundante** entre sí.

Están **MEJOR CONECTADOS** los grupos asociativos Prodes que tienen **mayor cerramiento de red**, pero que a su vez también tienen **fuertes relaciones puente o huecos estructurales** con instituciones externas.

Los **FACTORES SOCIALES, CULTURALES E INSTITUCIONALES** son **antecedentes claves** en la **supervivencia de los Prodes**.

Gracias

Datos de contacto:

Laura Marcela López Posada

lmlopezpo@ut.edu.co

Grupo de Investigación Desarrollo
Económico y Empresarial



Universidad



Universidad
del Tolima

Caracterización de la mujer empresaria en la ciudad de Ibagué

Mag. Mercedes Parra Alviz
Profesora de la Universidad del Tolima



Contenido de la presentación:

- 1. Antecedentes.**
- 2. Justificación.**
- 3. Marco teórico.**
- 4. Metodología.**
- 5. Resultados.**
- 6. Conclusiones.**
- 7. Recomendaciones.**



Universidad
del Tolima

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

Antecedentes.

1



1. Históricamente la mujer ha estado sometida a los quehaceres de la casa.
2. La mujer no pudo acceder a la enseñanza superior en igualdad de condiciones hasta el 8 de marzo de 1930.
3. El Congreso de la República formuló una reforma a la Constitución en 1945 con la que la mujer logró reconocimiento de derechos ciudadanos e igualdad con los hombres mayores de 21 años.
4. No tenía derecho a ejercer el voto (Gobierno de Rojas Pinilla-1954).
5. Constitución de 1991 ratificó los mismo derechos entre hombres y mujeres.



Universidad
del Tolima

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

Justificación .

2



- La mujer ha venido dando una lucha incansable para tener los mismos derechos que los hombres.
- Ha venido forjando paulatinamente una revolución silenciosa de cambio.
- La mujer ha venido desarrollando varios roles.
- La mujer ha asumido un rol protagónico en la creación de empresas o de nuevos proyectos contribuyendo con el desarrollo económico.



- La mujer ha sufrido desplazamiento, maltrato familiar y discriminación.
- Se traslada a otras regiones con el fin de proteger a su familia.
- Aunque existen leyes que promueven la equidad de género, hay un enorme vacío legal para la protección y el desarrollo de la mujer.
- Ha iniciado por cuenta propia (de manera informal en muchos casos), actividades empresariales para dar un sustento a la familia.



Universidad
del Tolima

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

Marco teórico .

3



El emprendedor es aquella persona que le da rienda suelta a su imaginación, creatividad e innovación y coloca en contexto toda su sabiduría, conocimiento y destreza para convertirse en una persona de éxito. (Ley 1014 de 2006).

El emprendedor no le teme al fracaso, sino que por el contrario siempre está en busca de retos y goza con cada actividad que realiza en el día a día.

Es una persona comprometida con la familia, con la sociedad y sobre todo con el mismo, ya que para él, el mundo empresarial es cuestión de inteligencia, de responsabilidad y mucha experiencia. Parra y Catica (2015).

Las mujeres tienen un alto porcentaje de participación en el emprendimiento empresarial sobre todo en actividades informales. Cifuentes M., (2004).



Entidades que vienen propiciando la participación de las mujeres en todos los escenarios.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina).

ONU (Organización de la Naciones Unidas).

FEM (El Foro Económico Mundial).

Gobernantes de los países.

Instituciones del Estado.

Las organizaciones privadas.

Las organizaciones sin ánimo de lucro.



Universidad
del Tolima

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

Metodología.

4



n: tamaño de la muestra: 198

e: error de 5 % (0.05).

z: nivel de confiabilidad; el grado de confiabilidad que se utilizará es de 95 % que corresponde a $z = 1.96$.

El instrumento: Encuesta/cuestionario (preguntas abiertas y cerradas).



Universidad
del Tolima

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

Resultados.

5



Edad

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	18-23	9	4,5
	24-29	13	6,6
	30-35	42	21,2
	36-41	73	36,9
	Más de 42	61	30,8
	Total	198	100,0

- Experiencia.
- Madurez.
- Poco temor el fracaso.
- Planean cada situación.



Nivel de estudio

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Posgrados.	5	2,5
	Primaria.	23	11,6
	Secundaria.	60	30,3
	Técnica.	27	13,6
	Tecnológica.	36	18,2
	Universidad.	47	23,7
	Total	198	100,0

- La mujer ha tenido poca oportunidad de estudiar.
- El trabajo es prioritario que estudiar.
- Mujeres que pertenecen a estratos bajos. (Trabajar)



Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje
Casada.	35	17,7
Separada.	26	13.3
Madre soltera.	47	23,6
Unión libre.	40	20,3
Viuda.	50	25.1
Total	198	100,0

- ~~La mujer ha sufrido la violencia (campo-ciudad).~~
- Desplazamiento forzoso. (Familia).



Número de hijos

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
1	6	3,0
2	20	10,2
3	66	33,3
4	46	23,2
Más de 4	34	17,2
No tiene	26	13,1
Total	198	100,0

- Por falta de educación.



¿Desde qué edad trabaja?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
10 años	3	1,5
11 años	2	1,0
12 años	6	3,0
13 años	9	4,5
14 años	7	3,5
15 años	7	3,5
16 años	13	6,6
17 años	30	15,2
18 años	66	33,3
19 años	8	4,0
20 años	24	12,1
21 años	6	3,0
22 años	8	4,0
23 años	4	2,0
24 años	1	0,5
25 años	2	1,0
26 años	1	0,5
35 años	1	0,5
Total	198	100,0



Tiempo que lleva como empresaria

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 3 años.	62	31,3
Entre 3 y 5 años.	56	28,3
Entre 5 y 10 años.	47	23,7
Válidos Más de 10 años.	22	11,1
Menos de 1 año.	11	5,6
Total	198	100,0

- Relativamente son empresarias que llevan poco tiempo.
- Se dedicaban al comercio informal.
- Les costo mucho tiempo tomar la decisión de ser empresarias.



Fuente de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Ahorro cesantías.	6	3,0
Ahorro familiar.	5	2,5
Capital propio.	105	53,0
Válidos Préstamo a personas.	2	1,0
Préstamo bancario.	77	38,9
Ayuda del gobierno.	3	1,5
Total	198	100,0

- Ahorro
- Endeudarse con bancos, a pesar de las altas tasas de interés.



¿Cuál fue su motivo para colocar en marcha su proyecto de empresa?

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos		
Aprovechar una oportunidad de negocio.	93	47,0
Necesidad o falta de alternativas de trabajo.	105	53,0
Total	198	100,0

- Pocas opciones de trabajo.
- Mala remuneración, frente a los hombres.
- Carencia de estudios.
- Poco apoyo del Estado.



Razones que le impulsaron a crear su empresa

	Frecuencia	Porcentaje
	11	5,6
Ayudar a la familia.		
Independencia.	120	60,6
Libertad de horario.	5	2,5
Válidos		
Mejorar los ingreso.	56	28,3
Ser su propio jefe.	3	1,5
Superación.	3	1,5
Total	198	100,0

- Tener un poco más de tiempo para su familia.
- Poder acceder a estudios.
- Superación personal.



Ingresos

	Frecuencia	Porcentaje
1 SMMLV.	7	3,5
1 a 2 SMMLV.	116	58,6
3 a 5 SMMLV.	71	35,9
Más de 5 SMMLV.	4	2,0
Total	198	100,0

- Tener una mejor calidad de vida para la familia.



Sector económico de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Agroindustria.	5
	Comercio.	178
	Construcción.	2
	Educativo.	1
	Industrial.	4
	Producción.	4
	Servicios.	1
	Textil.	3
	Total	198
		100,0

Restaurantes, salones de belleza, almacenes de ropa, almacenes de calzado, venta de productos por catálogos. Etc.



Tipo de empresa creada

	Frecuencia	Porcentaje
En comandita.	6	3,0
Limitada.	1	0,5
No está registrada.	36	18,2
Válidos Personal.	117	59,1
S.A.S	37	18,7
Sociedad cooperativa.	1	0,5
Total	198	100,0



¿Dónde está desarrollando su actividad comercial?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Local alquilado.	115	58,1
	Local propio.	83	41,9
	Total	198	100,0



¿Cuántos empleados directos tiene?

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 1 y 5	100	50.5
Entre 6 y 11	90	45.4
Entre 12 y 25	8	4,1
Total	198	100,0

Genera empleo para ella.

En segundo lugar, genera empleo para la familia.

Y finalmente, genera empleo a terceros.



Las ventas se hacen a nivel

	Frecuencia	Porcentaje
Departamental.	48	24,2
Local.	143	72,2
Nacional.	7	3,5
Total	198	100,0

Válidos



¿Por qué cree que las mujeres no se atreven a crear empresas?

	Frecuencia	Porcentaje
Falta de apoyo de la familia.	75	37,9
Falta de creatividad.	28	14,1
Falta de formación.	23	11,6
Falta de emprendimiento.	46	23,2
Válidos Falta de tiempo.	2	1,0
No lo necesita.	10	5,1
Poca ayuda de los entes Gubernamentales.	14	7,1
Total	198	100,0



¿Qué problemas ha afrontado como mujer empresaria?

	Frecuencia	Porcentaje	
Válidos	Conflictos con la familia.	80	40,4
	Discriminación.	28	14,1
	Falta de apoyo gobierno.	72	36,4
	Ninguna.	4	2,0
	Separación.	14	7,1
	Total	198	100,0

- La mujer siente que la familia no la apoya en sus proyectos.
- Poco apoyo del Estado hacia la mujer empresaria.
- Hay más opciones de trabajo para el hombre.



¿Qué problemas afronta su empresa actualmente?

	Frecuencia	Porcentaje
Impuestos altos.	42	21,2
Altos intereses en los bancos.	63	31,8
Competencia.	1	0,5
Falta de capital.	71	35,9
Válidos Falta de personal preparado.	1	0,5
Falta de tecnología o equipos.	16	8,1
La inestabilidad de la economía	2	1,0
La informalidad.	2	1,0
Total	198	100,0



Universidad
del Tolima

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

Conclusiones.

6



- Las mujeres se insertan en la actividad empresarial a una edad madura (Más de 36 años). Esto muestra que las mujeres adultas con mayor madurez y experiencia en la vida, se muestran más dispuestas a iniciar emprendimiento.
- En cuanto al nivel de educación, se encontró que solo el 23.7% son profesionales y el 30.3% son bachilleres. Esto se debe a la baja capacidad de acceso que tienen las mujeres a la educación superior, en donde se presentan altos niveles de deserción en su mayoría por la falta de recursos económicos.
- Se encontró que el 53.3% crearon empresas por necesidad.
- Las mujeres empresarias no son generadoras de empleos. (Familia)
- Venden a nivel local, no tienen una proyección a nivel nacional.
- Las empresas creadas, pertenecen al sector de comercio.



Universidad
del Tolima

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

Recomendaciones.

7



- El gobierno debe promulgar una mayor variedad de programas de fomento al emprendimiento que estén encaminados a orientar y acompañar a la mujer emprendedora.
- Aunque el tema del emprendimiento hace parte del pensum educativo en los programas universitarios, se requiere que también sean incluidos en la educación secundaria con mayor dinamismo.
- Las entidades gubernamentales deben iniciar campañas de sensibilización y crear programas de capacitación hacia la población joven femenina.
- Promover y fomentar la formación de Clúster conformados por las pequeñas y medianas empresas.



Universidad
del Tolima

¡ Gracias !

mparra@ut.edu.co

Universidad del Tolima
Universidad Regional con Proyección Nacional

**ACOMPañAMIENTO A LOS
MICROEMPRESARIOS DE LA
CIUDAD DE IBAGUE MEDIANTE
UN MODELO DE APRENDIZAJE
CONTABLE Y TRIBUTARIO**



Universidad Cooperativa
de Colombia

ACOMPANAMIENTO A LOS MICROEMPRESARIOS DE
LA CIUDAD DE IBAGUE MEDIANTE UN MOELO DE
APRENDIZAJE CONTABLE Y TRIBUTARIO

IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION MICROEMPRESARIOS

LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS


Universidad Cooperativa
de Colombia

Microempresarios en Colombia Ibagué (2013 20.993)

TIPO DE EMPRESA	EMPLEADOS	ACTIVOS
MICRO 96 %	Hasta 10	Menos de 501 SMMLV
PEQUEÑA 3,84%	Entre 11 y 50	Desde 501 a 5.000 SMMLV
MEDIANA	Entre 50 y 200	Desde 5001 A 15000 SMMLV
GRANDE 0,16%	Más de 200	Más de 15000 SMMLV

Fuente: Congreso de la República, Ley 590 de Julio 12 de 2000



SMLV 2013
\$589.500
\$294750,000

HOY
SMLV 2017
\$737,717
\$368,858,50
0

LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS

UC
Universidad Cooperativa
de Colombia

Incumplimiento de los deberes formales en materia contable y tributaria microempresarios puede tener su razón por:

Constante emisión de normas que modifican permanentemente los procesos contables y tributarios

Falta de conocimiento por parte del contribuyente al no cumplir con sus obligaciones

Deficiente cultura tributaria

Falta de asesoramiento

Poca conciencia financiera

Confusión y deficiencias en la interpretación de normas, entre otros

Esto hace que

Problemas comunes que presentan los microempresarios de la ciudad de Ibagué

***Situación de la empresa no sea confiable**

***Se incurra en gastos innecesarios**

***Mal manejo documentos contables incumplen los requisitos legales**

***No se toman decisiones confiables en organización**

Escaso uso de herramientas tecnológicas

Información contable presentada de manera desactualizada

Deficiente manejo administrativo, contable y financiero

Poco conocimiento normas y legislación vigentes

Poco desarrollo Informático

Escaso conocimiento sistemas de control de gestión

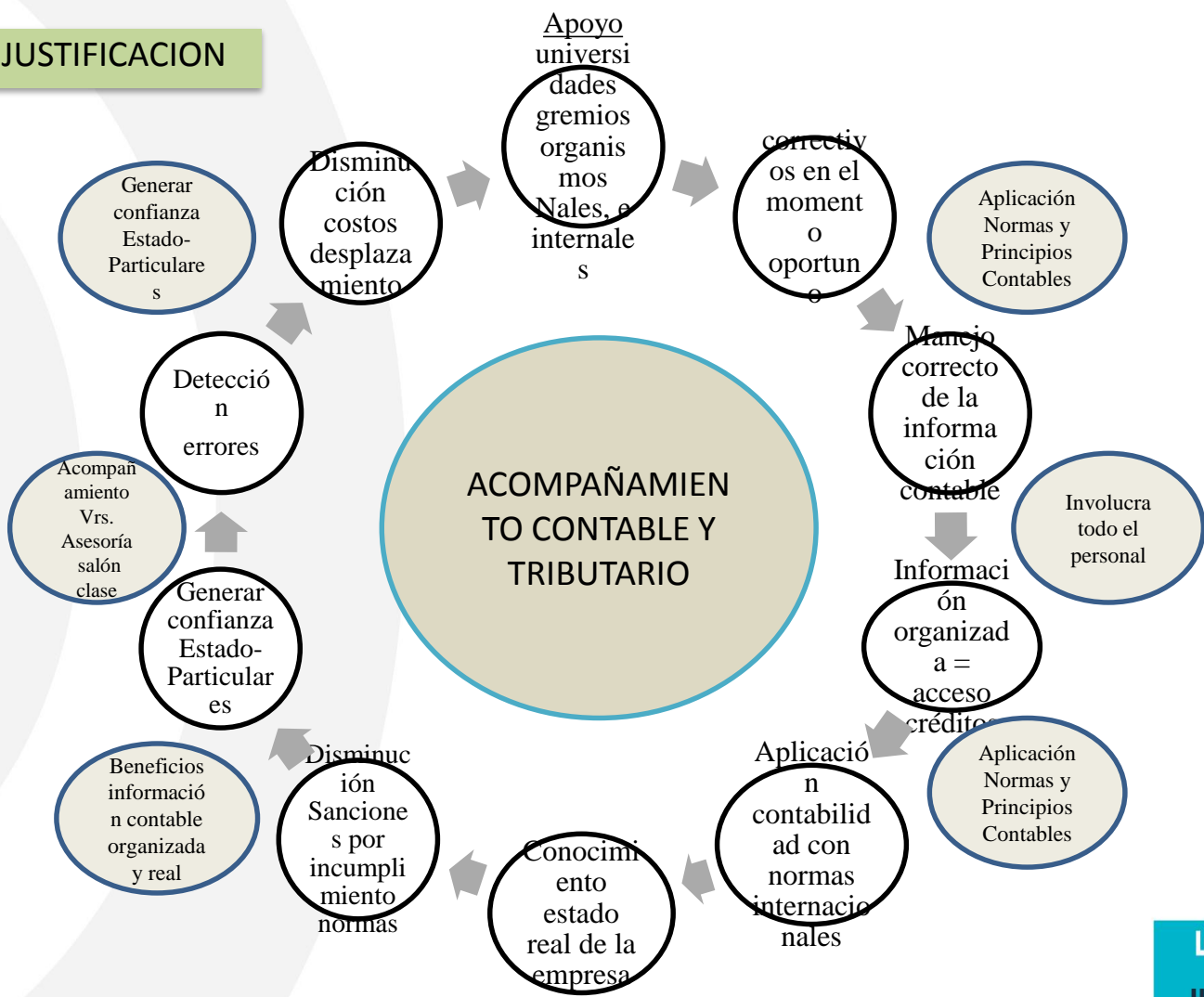
Falta de evidencias en los registros contables

documentos sin requisitos mínimos legales

LO MEJOR
DETI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMAS

Uc
Universidad Cooperativa
de Colombia

JUSTIFICACION



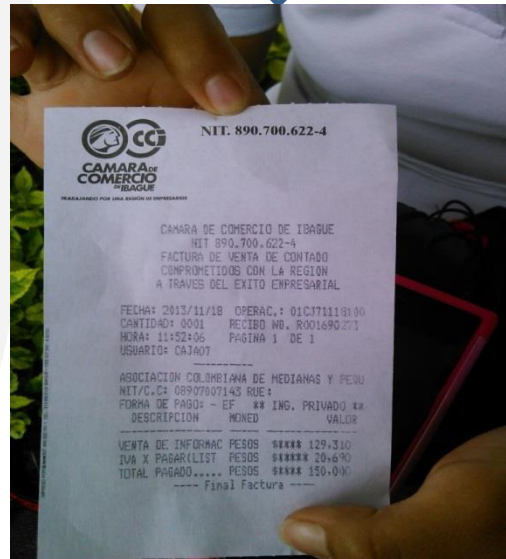
UNIVERSO



MUESTRA



INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS



LA MISIÓN
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS



Universidad
Cooperativa
de Colombia

POBLACION

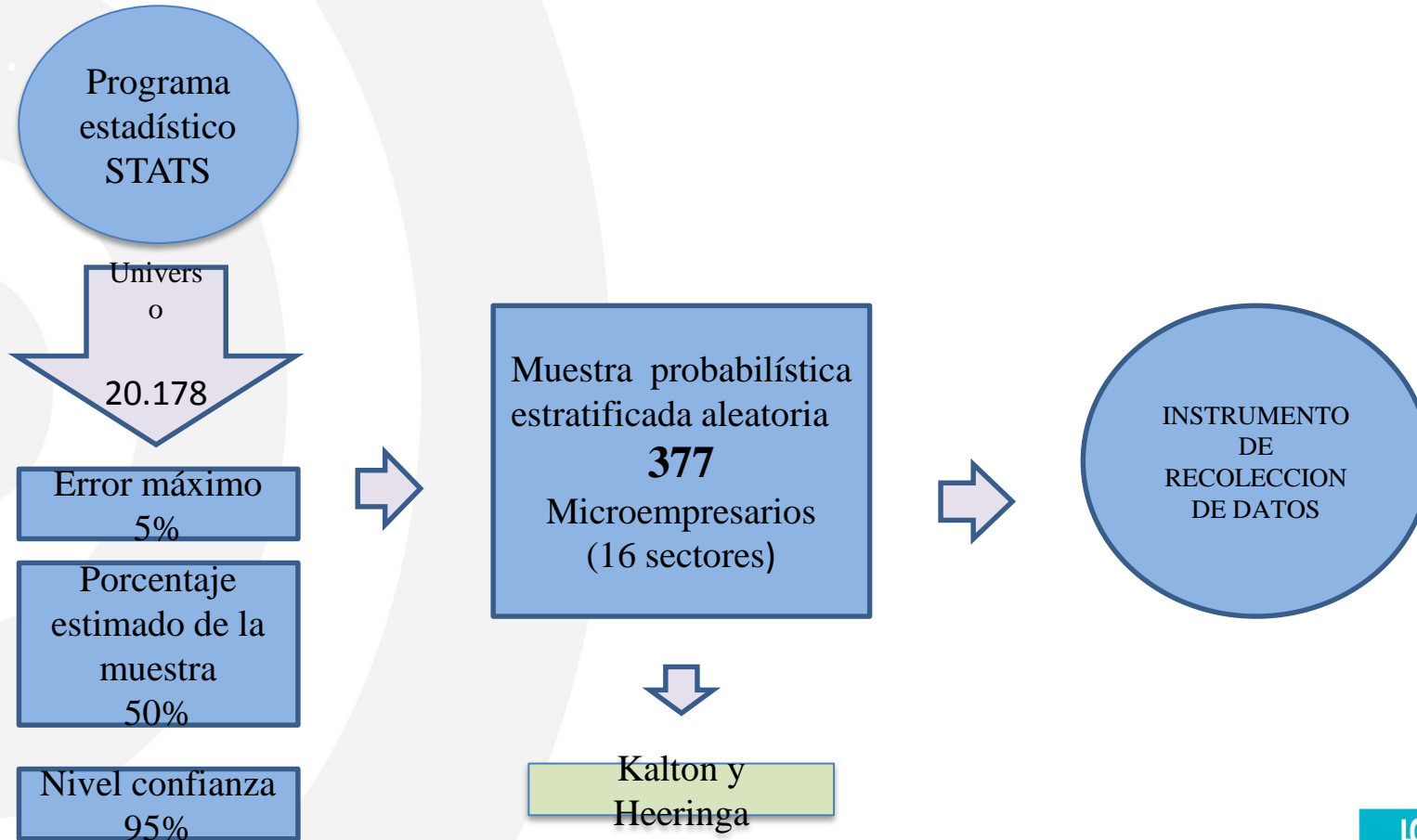
Microempresarios
registrados en la
Cámara de Comercio de
Ibagué

**Sectores
Económicos**



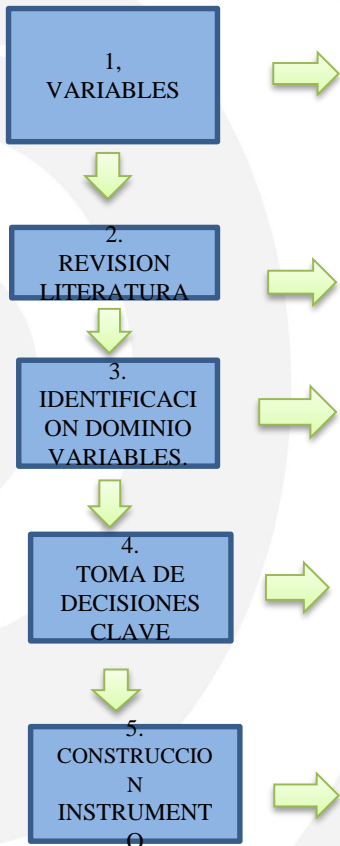
20.178

SELECCIÓN MUESTRA



INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE LA INFORMACION

Información contable, Organización de la información, Acceso a crédito, Información tributaria, Manejo administrativo y financiero, Formación académica, Proyección de la empresa, Registro inadecuado, Asesoría de acompañamiento, Capacitaciones.



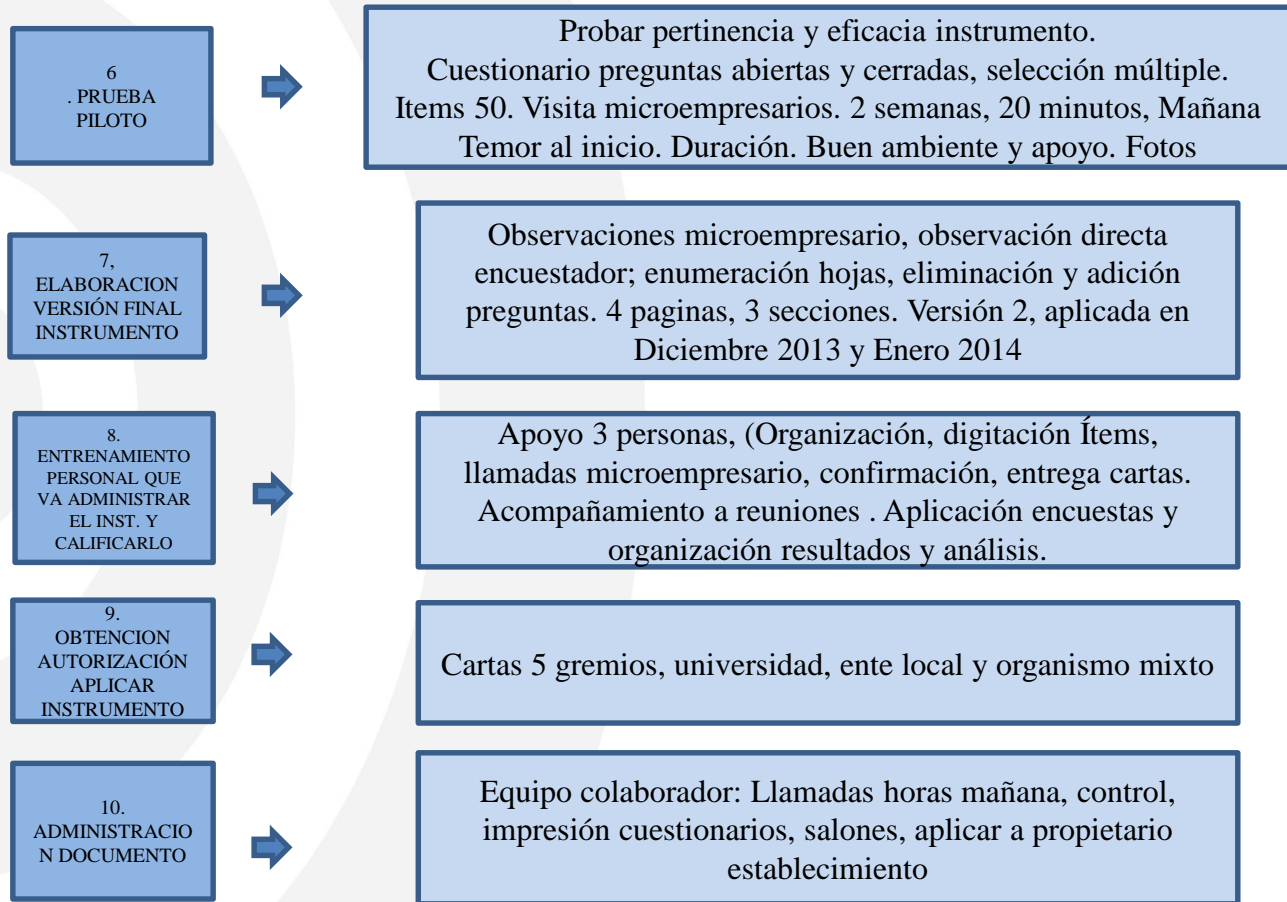
Sin estudios previos

Dimensiones e indicadores

Visita empresarios, llamadas telefónicas, reunión grupo, apoyo ACOPI, CUN

Cuestionario preguntas abiertas y cerradas, selección múltiple

INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE LA INFORMACION



SOCIALIZACION PROPUESTA DE INVESTIGACION

- Asociación
n
Colombia
na de



- CAMARA
DE
COMERCIO
DE IBAGUE



TRABAJANDO POR UNA REGIÓN DE EMPRESARIOS

- Corporación
ón
Unificada
Nacional



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

- Federació
n
Nacional
de



- LABORATO
RIOS
MICROEMP



Propuestas de investigación entregadas Ver siguiente enlace en Google Drive:

<https://drive.google.com/file/d/0B01yCQxwV2SBeHZZTW9uVDk2OFU/edit?usp=sharing>

LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS



Universidad Cooperativa
de Colombia

PRUEBA PILOTO APLICADA A 25 MICROEMPRESARIOS



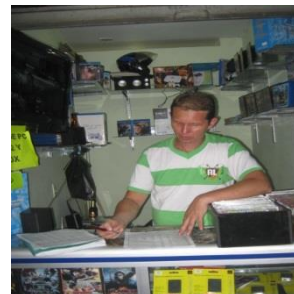
EQUIPO DE TRABAJO RECIBIENDO CAPACITACION APLICACION DE ENCUESTAS



REUNIONES REALIZADAS CON MICROEMPRESARIOS UNIVERSIDAD CUN APLICACION ENCUESTA



APLICACIÓN MUESTRA A MICROEMPRESARIOS EN ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO



ASPECTOS GENERALES MICROEMP RESARIOS

ITEMS	CONCEPTOS	RESULTADOS
Sexo	Hombres	50%
	Mujeres	
Grado Estudio	Bachillerato	34%
	profesional	25%
	tecnico	20%
Duracion Empresa	1-5 años	36%
	5-10 años	30%
Atención del establecimiento	Propietario	71%
Tipo Persona	Natural	96%
	Jurídica	4%
Rango de Activos	100.000 - 5.000.000	46%
	5.000.000 -20.000.000	33%

ANALISIS DE RESULTADOS

INVERSIONES Y CREDITOS

ITEMS	CONCEPTOS	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Realiza Inversiones teniendo en cuenta estados financieros	No	58%	No los prepara y solo elabora estados financieros para efectos tributarios
Manejo de la informacion contable	Propietario	52%	
	No maneja	23%	
	Contador	18%	
En la solicitud de creditos Le piden informacion de estados financieros	Si	51%	
	No	30%	
	No ha solicitado	19%	
Exigencia de estados financieros al solicitar creditos	Si	48%	
	No	32%	
Exigencia estados financieros firmados por Contador Publico	si	42%	
	No	32%	

ANALISIS DE RESULTADOS

MANEJO CONTABLE

ITEMS	CONCEPTOS	RESULTADOS	OBSERVACIONES
El conocimiento contable y tributario adquirido por el microempresario, ha influido mas para el pago de impuestos y para que la contabilidad sea mas organizada, que para el desarrollo empresarial y la toma de decisiones			
Para el microempresario es importante la utilización de la información contable y tributaria para	Toma de decisiones	32%	
	Organización empresa	27%	
	Conocer estado real empresa	27%	
Para los microempresarios, la información que arrojan sus estados financiero	Confiable	48%	
	No Confiable	6%	
	No lleva contabilidad	46%	
Ha sido sancionado por tener un registro inadecuado en la contabilidad.	No	94%	

ANALISIS DE RESULTADOS

TECNOLOGIA Y COMPETITIVIDAD

ITEMS	CONCEPTOS	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Tipo de contabilidad	Manual	50%	
	Sistematizaa	18%	
	No lleva contabilidad	31%	
Inversion en sistemas de tecnologia	No	59%	Por falta de recursos
Equios tecnologicos para uso de la empresa	No	47%	
Competitividad en el mercado por el tipo de tecnología	No	53%	Poco presupuesto, sin espacio, sin tecnología apropiada.
	Si	52%	
Grado de estudio ha permitido ser competitivo	No	28%	Falta segundo idioma, atención regular con el cliente, sin recursos, no es necesario ser competitivo

GRADO DE CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES ESTATALES EN EL MANEJO DE IMPUESTOS

CONCEPTOS	%			PROMEDIO CONFIANZA %
	DIAN	GOBERNACION DEL DEPARTAMENTO	ALCALDIA MUNICIPAL	
Mucha	33	17	18	23
Poca	45	49	47	47
Nada	22	34	35	30
Total	100	100	100	100

LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS

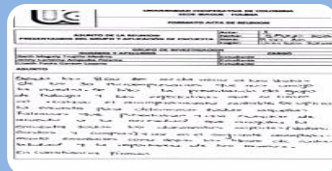


Universidad Cooperativa
de Colombia

APLICACIÓN MODELO DE ACOMPAÑAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO MUNICIPIO SAN LUIS



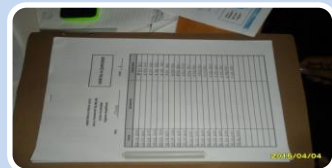
Acta cada visita microempresario en la aplicación acompañamiento



Acta convocatoria microempresarios socializar proyecto



Leyendo acta de visita y compromiso microempresarios



Formato libro de ingresos o ventas contado

DEBEMOS
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS



Universidad Cooperativa
de Colombia

APLICACIÓN MODELO DE ACOMPAÑAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO MUNICIPIO SAN LUIS

Contacto entes municipales -Alcalde

Municipal

Reunión empresarios socializar proyecto –

Estudiantes opción grado 4 semestre

aplicando encuesta microempresarios

Estudiantes aplicando encuesta

microempresarios en Municipio San Luis

Estudiantes realizando acompañamiento

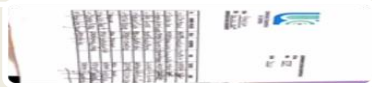
establecimiento microempresarios en

Municipio San Luis Tolima

Organizando documentos con

microempresarios

Acta visitas microempresario y compromiso



HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS

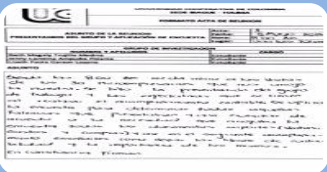


Universidad Cooperativa
de Colombia

APLICACIÓN MODELO DE ACOMPAÑAMIENTO CONTABLE Y TRIBUTARIO MUNICIPIO SAN LUIS



Acta cada visita microempresario en la aplicación acompañamiento



Acta convocatoria microempresarios socializar proyecto



Leyendo acta de visita y compromiso microempresarios



Formato libro de ingresos o ventas contado

HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS

UC
Universidad Cooperativa
de Colombia

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

Aplicación contable y tributaria a:

30 Microempresarios municipio San Luis Tolima

30 Microempresario Papelerías Comuna 1 Ibagué

140 Microempresarios tenderos Comunas 4, 6, 7, 9 y 10

Investigaciones Semilleros de investigación acompañamiento a microempresarios

Proyecto investigación Cultura Científica COLCIENCIAS

Auspiciado por Gobernación del departamento del Tolima y
ejecutado por Universidad de Ibagué

Sector Panaderías Comuna 2

Sector peluquerías Comuna 6

Ponencias en Universidad Católica de Cuenca

PONENCIAS INTERNACIONALES PRESENTADAS SEMILLERO COISDES UNIVERSIDAD CATOLICA DE CUENCA- ECUADOR



Impacto del acompañamiento contable y tributario a microempresarios del sector de panaderías



Presentación investigaciones del semillero a estudiantes de la Universidad



Acompañamiento contable y tributario a peluquerías, un modelo de aprendizaje en la competitividad de los microempresarios



LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS



Universidad Cooperativa
de Colombia

Reconocimientos y otorgamiento insignia escudo de la Universidad Católica de Cuenca

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Cuenca, octubre 20 del 2017

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN, CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA MATRIZ

ACUERDA:

Realizar un reconocimiento por su valioso aporte en el II Congreso Internacional de Contabilidad y Auditoría que se llevó a cabo en la ciudad de Cuenca los días 17,18,19 Y 20 de octubre del 2017 a:

SRTA. JENNY CAROLINA PAREDES BONILLA con cédula No. 1.110.480.225

Es por esta razón, que se les otorgo como insignia el escudo de la Universidad Católica de Cuenca y les agradecemos su participación invaluable en beneficio de la sociedad. Esperamos contar con su presencia en los eventos futuros que se lleven a cabo y unir lazos de amistad entre las Universidades hermanas en beneficio de la juventud.

Atentamente,

ING. DIEGO CISNEROS Q. MBA.
DECANO
UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN

ING. YANICE OROÑOZ P. MCF.
DIRECTORA DE CARRERA
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Bolivar 3-28 v Tomás Orozco Cuenca - Ecuador Tel: (068) 7 3627628

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Cuenca, octubre 20 del 2017

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN, CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA MATRIZ

ACUERDA:

Realizar un reconocimiento por su valioso aporte en el II Congreso Internacional de Contabilidad y Auditoría que se llevó a cabo en la ciudad de Cuenca los días 17,18,19 Y 20 de octubre del 2017 a:

SRTA. JENNY CAROLINA PAREDES BONILLA con cédula No. 1.110.480.225

Es por esta razón, que se les otorgo como insignia el escudo de la Universidad Católica de Cuenca y les agradecemos su participación invaluable en beneficio de la sociedad. Esperamos contar con su presencia en los eventos futuros que se lleven a cabo y unir lazos de amistad entre las Universidades hermanas en beneficio de la juventud.

Atentamente,

ING. DIEGO CISNEROS Q. MBA.
DECANO
UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN

ING. YANICE OROÑOZ P. MCF.
DIRECTORA DE CARRERA
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Bolivar 3-28 v Tomás Orozco Cuenca - Ecuador Tel: (068) 7 3627628

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Cuenca, octubre 20 del 2017

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN, CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA MATRIZ

ACUERDA:

Realizar un reconocimiento por su valioso aporte en el II Congreso Internacional de Contabilidad y Auditoría que se llevó a cabo en la ciudad de Cuenca los días 17,18,19 Y 20 de octubre del 2017 a:

PHD. NUBIA VARÓN TRIANA con cédula No. 38.259.103

Es por esta razón, que se les otorgo como insignia el escudo de la Universidad Católica de Cuenca y les agradecemos su participación invaluable en beneficio de la sociedad. Esperamos contar con su presencia en los eventos futuros que se lleven a cabo y unir lazos de amistad entre las Universidades hermanas en beneficio de la juventud.

Atentamente,

ING. DIEGO CISNEROS Q. MBA.
DECANO
UNIDAD ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN

ING. YANICE OROÑOZ P. MCF.
DIRECTORA DE CARRERA
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Bolivar 3-28 v Tomás Orozco Cuenca - Ecuador Tel: (068) 7 3627628



Reconocimiento
Jenny Carolina
Paredes

Reconocimiento
María José
Rodríguez

Reconocimiento
Nubia Varón
Triana

PREMIOS Y
RECONOCIMIENTOS

Costa Rica: IBFR:
Instituto de investigación
empresarial y financiera

**Impacto del
acompañamiento Financiero
y Tributario en el
mejoramiento de las
ventajas competitivas de las
microempresas**



Premio ORA
a la
excelencia
investigativa



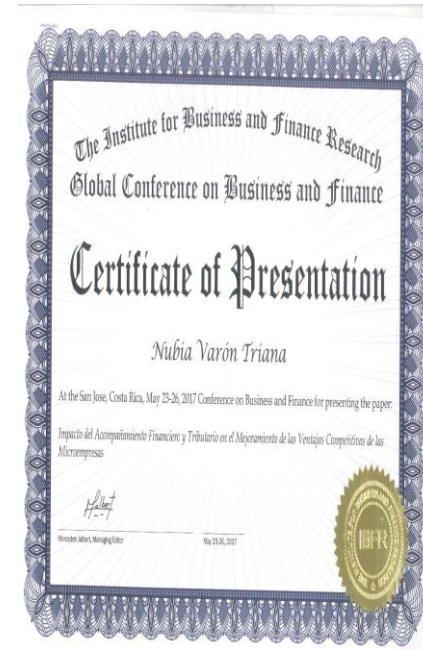
Ponencia
Internacional



Premio al
liderazgo
Universidad
Cooperativa
de Colombia



Certificaciones premio ORA y ponencia



MUCHAS GRACIAS

NUBIA VARON TRIANA

Ph.D en Ciencias Contables y Tributarias

**Universidad para la Cooperación internacional de
Méjico**

Cel. 3155040587

nubia,varont@campusucc.edu.co

nuvatri@yahoo.com

**LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS**



Universidad Cooperativa
de Colombia

Las cosas con esfuerzo, dedicación y amor, dan sus frutos en el camino

**LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMAS**



Universidad Cooperativa
de Colombia

**HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMAS**



Universidad Cooperativa
de Colombia

**LO MEJOR
DE TI
HACIENDO
LO MEJOR
POR LOS
DEMÁS**



Universidad Cooperativa
de Colombia