



Una mirada a la crisis desde las oportunidades

Las dificultades reportadas por el sector empresarial ante los impactos producto de la pandemia desde el año 2020 y las recientes afectaciones ante situaciones como el paro nacional y los bloqueos a finales de abril y durante el mes de mayo del presente año principalmente, han significado para el aparato productivo afrontar desafíos sin precedentes en la historia reciente del país.

Para el caso del Valle del Cauca, la situación se ha presentado con mayor repercusión, se entiende, por su condición estratégica para la región suroccidente y todo Colombia. En los municipios de su jurisdicción, la Cámara de Comercio de Buga ha adelantado ejercicios con herramientas técnicas y la logística requerida, para establecer el nivel de afectación para los empresarios. Ejemplo de ello son el censo empresarial y la encuesta ritmo empresarial - ERE, cuyos resultados son insumo para adelantar gestiones, plantear estrategias y ejecutar acciones que ayuden y permitan de manera efectiva, liderar procesos de reactivación y recuperación; varios de ellos actualmente en marcha de la mano de aliados estratégicos e instituciones del orden nacional, regional y local.

No obstante lo anterior, las cifras de renovación de los principales registros en la más reciente jornada (2021), los casos de los empresarios y emprendedores que han encontrado oportunidades en medio de la crisis, las opciones de apoyo que se empiezan a vislumbrar, son entre otras, noticias que generan esperanza y porque no, certeza de que se pueden superar los difíciles momentos y condiciones; todo ello, sumado a un aspecto positivo que se ha fortalecido: la comunicación y el trabajo articulado entre los diferentes actores y la decisión clara de aportar en la construcción de soluciones.

Detalles de lo comentado se ilustran en la presente edición, esperando que sean de utilidad y estímulo para continuar en el difícil trasegar de los empresarios que siguen siendo ejemplo de coraje y compromiso con el desarrollo y transformación de la región y del país y a quienes reiteramos nuestro sentido reconocimiento y gratitud por apoyar nuestra labor.

Wilder López Jiménez
Presidente Ejecutivo

Nuestra portada



Para esta edición presentamos informe especial sobre la reactivación y la manera como nuestros empresarios han visto la crisis generada por el COVID-19 como una oportunidad.

Junta Directiva

JULIÁN ANDRÉS FERNÁNDEZ G.

Presidente

FLEISVER A. RIVAS GONZÁLEZ

Vicepresidente

ORLANDO MOSQUERA HERNÁNDEZ

Principal

RUTH GALLEGO DAZA

Principal

FÉLIX EDGARDO SANCHEZ GÓMEZ

Principal

JULIÁN ANDRÉS BETANCOURT G.

Suplente

JAIME HERNÁN FLÓREZ MONTOYA

Suplente

VANESSA YANA HOLGUÍN LÓPEZ

Suplente

ALBERTO DÍAZ ACOSTA

Suplente

FREDY GUSTAVO RAMÍREZ CHACÓN

Suplente

REVISORÍA FISCAL

Kreston RM S.A.

Índice

5 Resultados jornada de renovación

8 Empresarios que se reinventaron con la crisis

18 Fábricas de Productividad

22 Censo empresarial, herramienta para la reactivación

26 Oportunidad para el comercio internacional

27 CRM El cambio está aquí

Áreas directivas

WILDER LÓPEZ JIMENEZ

Presidente Ejecutivo

CARLOS ALBERTO TORRES VICTORIA

Comunicaciones

MARÍA JULIANA VELÁSQUEZ AYALA

Secretaria General

JEAN FABIÁN TABORDA CASTILLO

Competitividad

LEYDI JULYET RODRÍGUEZ ROMERO

Administración y Mejoramiento Continuo

ALEJANDRA CATAÑO GARCÍA

Contabilidad y Presupuesto

#MÁS
EMPRESARIOS
QUE NUNCA

Resultados jornada de renovación 2021



Para la Cámara de Comercio como representante del sector empresarial de Buga, El Cerrito, Calima El Darién, Restrepo, Guacarí, Ginebra, Yotoco y San Pedro es gratificante presentar el resultado de la jornada de renovación 2021, el cual evidencia el compromiso de nuestros empresarios para mantenerse vigente con la renovación de su matrícula mercantil.

Los establecimientos de comercio foráneos que son aquellos que su propietario tiene domicilio principal fuera de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Buga, presentan un crecimiento del 19% siendo el más alto, seguido de las personas jurídicas, sucursales y personas naturales con un crecimiento del 19,14%, 16,19%, 12,50% y 10,37% respectivamente.

CATEGORÍA	RENOVADOS				
	2019	2020	Variación	2021	Variación
Agencia	205	203	-0,98%	206	1,48%
ESAL	541	478	-11,65%	502	5,02%
Establecimiento Foráneo	319	324	1,57%	386	19,14%
Persona Jurídica	783	741	-5,36%	861	16,19%
Persona Natural	4577	4052	-11,47%	4472	10,37%
Sucursal	17	16	-5,88%	18	12,50%
TOTAL	6442	5814	-9,75%	6445	10,85%

▼ Este año se presentó un crecimiento en el número de empresarios renovados frente al año 2020 del 10,85%. En esta grafica se puede evidenciar el incremento en cada una de las figuras jurídicas en que se encuentran representadas las empresas.

CATEGORÍA	RENOVACIONES POR MUNICIPIO								TOTAL
	BUGA	CALIMA	ELCERRITO	GINEBRA	GUACARÍ	RESTREPO	SAN PEDRO	YOTOCO	
Agencia	155	3	22	7	12	3	2	2	206
ESAL	216	35	72	36	53	33	21	36	502
Establecimiento Foráneo	219	25	49	29	20	13	15	16	386
Persona Jurídica	516	28	142	42	45	23	35	30	861
Persona Natural	2307	358	744	267	309	220	119	148	4472
Sucursal	15	0	2	1	0	0	0	0	18
TOTAL	3428	449	1031	382	439	292	192	232	6445
%	53%	7%	16%	6%	7%	5%	3%	4%	100%

▼ Frente al comportamiento en cada uno de los municipios de nuestra jurisdicción, Buga y El Cerrito representan cerca del 69% de los empresarios renovados.

#MÁS EMPRESARIOS QUE NUNCA



PORCENTAJE DE EMPRESARIOS RENOVADOS

Composición empresarial a 31 de diciembre de 2020	8.294
Renovados 31 de marzo 2021	5.943
% Renovados	71,65%

◀ A 31 de diciembre de 2020 la Cámara de Comercio de Buga cerró su composición empresarial con 8.294 empresas activas en toda la jurisdicción y a 31 de marzo de 2021, 5.943 renovaron su registro mercantil es decir el 71,65%.

Con relación al tamaño de empresa en personas naturales y jurídicas el 97% de las empresas renovadas son micro, el 2% pequeña empresa y el 1% mediana empresa, como se evidencia en el siguiente cuadro. ▶

CATEGORÍA	TAMAÑO EMPRESARIAL				TOTAL
	GRANDE	MEDIANA	PEQUEÑA	MICRO	
Persona Jurídica	12	25	101	723	861
Persona Natural	0	2	32	4.438	4.472
TOTAL GENERAL	12	27	133	5.161	5.333
% POR TAMAÑO	0%	1%	2%	97%	100%

REPORTE RNT

Buga	110	38%
Calima El Darién	92	32%
El Cerrito	54	19%
Ginebra	12	4%
Guacarí	4	1%
Restrepo	7	2%
San Pedro	4	1%
Yotoco	8	3%
TOTAL	291	100%

▼ De los 291 prestadores de servicios turísticos renovados, el mayor porcentaje corresponde al municipio de Buga con el 38% seguido de Calima y el Cerrito con el 32% y 19% respectivamente.

Las entidades sin ánimo de lucro también presentaron un comportamiento importante, de las 684 entidades activas a 31 de diciembre de 2020, 502 renovaron su inscripción, es decir el 73,39%. ▼

Porcentaje ESAL Renovadas

Composición a 31 DIC 2020	684
Renovadas 31 de marzo 2021	502
% Renovados	73,39%

La renovación del Registro Nacional de Turismo de los prestadores de servicios turísticos a pesar de ser un sector afectado por la pandemia presentó un crecimiento del 16,87% frente al año 2020. ▼

CRECIMIENTO (RENOVADOS) RNT

2020	249
2021	291
%	16,87%





Del total de prestadores turísticos renovados, el 47% corresponde a establecimientos de alojamiento turístico, seguido de las agencias de viaje que representan el 25% de los renovados.

PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA SOBRE EL TOTAL DEL RNT

Agencia de viajes	74	25%
Empresas de Tiempo Compartido y Multipropiedad	1	0%
Empresa de Transporte Terrestre Automotor	3	1%
Establecimiento de Gastronomía y Similares	5	2%
Establecimientos de Alojamiento de Turístico	137	47%
Guías de Turismo	4	1%
Otros Tipos de Hospedaje Turístico No Permanente	11	4%
Parques Temáticos	1	0%
Viviendas Turísticas	55	19%
TOTAL	291	100%



HOME

ABOUT

CONTACTS

SIGN UP

Nuestros canales virtuales se siguen fortaleciendo



www.cbuga.org.co/servicios-en-linea  **316 2455507**

En los últimos tres años la Cámara de Comercio ha enfocado sus esfuerzos en el fortalecimiento de los canales virtuales, con el objetivo de facilitar los trámites a los empresarios y entidades de la jurisdicción.

Desde la comodidad de su casa u oficina realice trámites como: renovación mercantil y de entidades sin ánimo de lucro, matrícula, modificaciones, certificados electrónicos, registro único de proponentes, radicación de documentos (actas de nombramiento, reformas, contratos), consulta de expedientes, consulta de trámites y libros electrónicos.

SERVICIOS EN LÍNEA

Notable incremento de trámites se ha presentado a través de estos canales:

2019
Cerramos con
580 trámites

2020
1.719 trámites

2021
A 31 de marzo
1.023 trámites



Empresarios que se reinventaron con la crisis



Nuestros empresarios, a pesar de los tiempos difíciles, se reinventan, se transforman y se retan para seguir creciendo y para volverse a reactivar. Hoy presentamos algunos ejemplos de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Buga que vieron en la crisis una oportunidad para tomar un nuevo camino y para seguir comprometidos con la generación de empleo, el crecimiento empresarial, el bienestar social y la competitividad de la región. Ellos nos enseñan con su testimonio, que detrás de cada obstáculo puede encontrarse una gran oportunidad.

Pasión Cake Repostería

Un proyecto de grado que se volvió realidad

Lo que en su momento fue un proyecto de grado de la pareja conformada por María Camila y Daniel Alejandro, estudiantes de la Universidad del Valle en Administración Hotelera y de Empresas respectivamente, terminó consolidándose como el proyecto empresarial que ahora goza de aceptación entre el público consumidor de tortas frías y postres de “Pasión Cake” Repostería.



Ambos recuerdan la propuesta que académicamente plantearon en su plan de grado, al elaborar el proyecto con el Fondo Emprender. Y pese a que con dicho Fondo no se materializó finalmente la idea, la iniciativa continuó en la mente y planes de estos dos emprendedores, hasta que en diciembre del año 2015 surgió Pasión Cake.

“Empezamos con las uñas” dice María Camila Molina, al recordar una pequeña nevera de tienda, un horno pandebonero y una batidora de mano, con los cuales elaboraron los primeros productos a punta de ensayo y error, e ir mejorando hasta lograr un producto que gustara a los clientes. Daniel Alejandro Giraldo, por su parte, como Administrador de esta empresa, recuerda las capacitaciones a las cuales acudieron para presentar y mejorar cada vez los productos, sumado a todo el acompañamiento y apoyo brindado por sus familias para estructurar la iniciativa de construcción de la empresa. Gracias al respaldo moral y económico de la familia, lograron concretar la adquisición de equipos y mobiliario para su habilitación en el lugar inicial de atención, y ahora en su nuevo local ubicado en la carrera 8 N° 5-31, diseñado especialmente para brindar una mejor atención a sus clientes.

Desde el año pasado y por efectos de la pandemia, han buscado mejorar cada día con sus productos, para lo cual ofrecieron en medio del confinamiento lo que

ellos denominaron combos, para que las familias en sus celebraciones, encerrados en casa y previo pedido, pudieran contar con la torta o encargo de su gusto, junto con los vasos desechables, platos y empaques con todas las medidas de higiene y bioseguridad. Fue algo muy interesante replantear la prestación del servicio de la pastelería durante los meses complicados de la pandemia, pero también permitió que surgieran otras propuestas de producción, manifestaron los emprendedores.

Tanto Daniel como María Camila, continúan capacitándose para mejorar su producción en este trabajo que genera siete empleos en la ciudad y que goza de un reconocimiento por la calidad y diferencia de sus sabores. Como pioneros que fueron en la oferta de tortas frías de doble sabor como la emblemática maracuyá y fresa o la reconocida mora y arequipe, sus productos crecen día tras día en demanda, siendo los más apetecidos por sus clientes para la celebración de sus fechas especiales.

Así, en pareja, con el apoyo de sus familias y con el mensaje de superar obstáculos con las dificultades que se presentan al crear empresa, los representantes de Pasión Cake Repostería, envían un mensaje de motivación a los emprendedores para que “no tiren la toalla” y materialicen sus sueños de tener y contar con su propio negocio.

Con perseverancia aceleró su crecimiento “Solo Motos Chavez”



Con la satisfacción de haber logrado sus metas después de un buen tiempo y de cumplir con la generación de empleo para la ciudad, así hace un balance del crecimiento de su negocio César Julián Chávez, administrador de “Solo Motos Chávez” en Guadalajara de Buga.

Ubicado en la carrera 8 N° 10 - 48 en Guadalajara de Buga, presta allí el servicio a sus clientes desde hace 10 meses, aunque el que ahora es su establecimiento comercial comenzó a operar desde el mes de abril del año 2010. Tras haber trabajado por más de 10 años como empleado, cierto día decidió tomar el riesgo de asumir el negocio y dejar a un lado “la facilidad” de contar con un ingreso mensual fijo. Fue algo difícil, pero aprovechando que ya se había dado a conocer con clientes y proveedores, dio el paso logrando a los tres meses de haber iniciado su actividad, obtener unos créditos para contar con capital de inversión en compras de mercancías.

Con la misma rotación de mercancías, fue proyectando la sostenibilidad del negocio. Esto sumado a la dedicación, el buen servicio, la atención especial y oportuna para los clientes, logrando fortalecer la capacidad de su unidad productiva que le ha permitido crecer, anota César Julián. También ha sido clave el compromiso y dedicación de las seis personas que trabajan en su empresa. En efecto, esa misma dedicación de su personal, hizo que por ejemplo, el año pasado con la pandemia, continuaran sus labores, gracias a las ganas de seguir ofreciendo un servicio, pero también de la mano del apoyo que logró la empresa con los planes de alivio financiero por parte del Gobierno Nacional.

Fue tal la dedicación, que paralelamente el negocio creció, pero no solamente “Solo Motos Chávez” sino también los de este mismo campo, ya que en la ciudad también ha crecido en parque automotor, asegura este emprendedor, quien supo aprovechar este momento para contar con mayor surtido y ampliar su local de servicio.

Este año 2021, con el crecimiento de su unidad productiva de trabajo, César Julián espera aprovechar y tomar las ofertas y espacios de capacitación y formación empresarial a través de la Cámara de Comercio de Buga, con el objetivo de mejorar acciones y procesos internos en su empresa, para lo cual, pretende participar él directamente o delegar a algunos de sus empleados.

Con la certeza de seguir adelante como lo ha hecho este tiempo, Cesar Julián, compartió su mensaje de optimismo y perseverancia para quienes tienen en mente sacar adelante un negocio. De esa manera, “perseverando y mirando hacia adelante”, es que se logran los resultados, tal como lo logró desde hace más de 10 años, dando su paso como empresario con su reconocido negocio “Solo Motos Chávez”.

AMG Marketing, dos años de crecimiento imparable



De un cuarto, pasó a una tienda física pequeña. Ahora ocupa un local amplio con taller de producción y bodega. Así ha sido el crecimiento en solo dos años, de la empresa AMG Marketing, ubicada en el barrio Los Ángeles de Guadalajara de Buga y representada por César Mauricio González.

Luego de varios años de laborar en empresas, él y su esposa decidieron invertir sus ingresos extras con la compra de maquinarias e insumos para producción y estampado de prendas y artículos, visionando lo que finalmente constituyeron como su unidad de negocio en el año 2019, formalizándose seis meses después del inicio de sus actividades, tras conocer las ventajas de ser formal como empresa.

En ello, fue importante la asesoría recibida a través de la Cámara de Comercio de Buga, considera este emprendedor, la cual le brindó espacios de formación a nivel empresarial con distintas capacitaciones y un abanico de beneficios que pudo poner en práctica dentro de su negocio. El apoyo del ente gremial fue tal que el año pasado en medio de la pandemia, facilitó las condiciones a AMG Marketing, para que participara en el evento de Colombiatex en la ciudad de Medellín, experiencia ésta que sirvió a su empresa en la generación

de contactos y oportunidades de conocimiento en el tema textil, con participaciones de reconocidos expositores como de ciudad de México, avanzados en técnicas de estampado en la región.

Casualmente en 2020 con la pandemia, AMG también se reinventó con propuestas y nuevos diseños, que motivaron mayores pedidos entre las familias bugueñas y de otras regiones del país, que querían personalizar sus prendas o artículos, para obsequiarlos en celebraciones de fechas especiales como día de madre y del padre mientras estábamos en cuarentena.

Lo propio se extendió a otras fechas como amor y amistad e igualmente navidad, por lo que el año pasado fue una gran oportunidad de crecimiento en ventas para la empresa, la cual se ajustó a la necesidad de establecer métodos de pagos de pedidos con plataformas bancarias, y por supuesto, facilitando a los clientes herramientas como la tabla de

medidas para sus prendas de vestir, de tal manera que generara la confianza al lejano comprador, que su prenda quedaría a su talla y con el estampado de su preferencia, resaltó César Mauricio.

Este año han continuado con sus innovaciones y nuevos productos, distintos a las gorras, camisetas y camibusos que era lo que inicialmente trabajaba, contando ahora con una diversidad de 60 productos, incluyendo blusas de moda bordadas con boleros y lentejuelas, lo mismo que, vestidos multiusos unicolor.

De esta forma se ha expandido AMG Marketing a nivel del departamento y el país, llegando con sus despachos incluso a Medellín, que es conocida como la capital de la moda, subraya César Mauricio. Testimonio en el que hace énfasis para motivar a quienes decidan comenzar o poner a funcionar su idea de negocio, tomando el riesgo de emprender y crear su propia empresa.

Cava Solera, empresa familiar en la región

Si bien como empresa constituida cuenta con 20 años de reconocimiento por la calidad y exquisitez de sus vinos, su productividad data como tradición y herencia familiar desde hace seis décadas. Se trata de Cava Solera S.A.S, ubicada en el Corregimiento de Santa Elena del municipio de El Cerrito, representada por la Administradora de Empresas, Juliana Jaramillo, quien resalta el éxito de su empresa que ha ofrecido el mejor vino artesanal de toda la región del suroccidente del país.

Hace 60 años sus abuelos agricultores de uva isabela en la zona, comenzaron a visionar de manera casera una producción de vino solo para consumo familiar y de personas cercanas, pero con el pasar de sus ensayos de preparación de la bebida, se fue ampliando aún de manera casera entre otros círculos de la población. La tradición se mantuvo y cuando la madre de Juliana, quien como ella y su familia crecieron en esa cultura de los viñedos, recibió una capacitación gracias a una alianza entre Corpoginebra y el SENA, se comenzó a proyectar de mejor modo la producción de la uva Isabela no solo como fruta, sino también con su transformación para procesos estandarizados de mermelada, sumo de uva y vino.

Esta nueva visión permitió que la idea inicial de sus abuelos, lo heredado por su mamá y el conocimiento en la parte administrativa de Juliana, motivaron el paso de constituirse y formalizar la actividad empresarial de Cava Solera, que a partir de allí, ha continuado la tradición familiar, a la vez que trabajan en la consolidación de sus productos en el mercado, convirtiéndolos en los más apetecidos en la región y en distintas ciudades del país.

A lo largo de estos años, les ha ido muy bien con el posicionamiento y venta de sus vinos, siendo generadores de 20 empleos directos y otros más indirectos, ya que, la materia prima de sus bebidas, las adquieren con productores de uva de la misma zona. El nivel de productividad y ventas ha sido tan positivo, que, inclusive el año pasado con la pandemia fue altamente favorable, con excepción del mes de abril.



Este 2021 y luego de los ajustes que debieron aplicar con la pandemia, al crear diferentes puntos de venta para estar más cerca de sus clientes a través de redes sociales y comercio electrónico, Cava Solera S.A.S. ha proyectado otros productos como cremas de licor, turismo a partir del vino con recorridos por viñedos y cata de vino y extensión de su portafolio de servicios para llegar a ciudades como Popayán, Bucaramanga y Bogotá, e igualmente, explorar las exportaciones.

Juliana Jaramillo resalta que gracias a las actividades de capacitación en varios temas como el de estrategias de crecimiento empresarial, a través de los programas y servicios de la Cámara de Comercio de Buga, ha podido apoyarse en la visión de crecimiento y mejoramiento continuo de la empresa. Es por esto que recomienda a emprendedores o a aquellos que tienen sus planes de negocios, capacitarse permanentemente, que es lo que ayuda a la consolidación de los sueños de quien emprende una actividad o negocio. Es necesario confiar siempre en el instinto emprendedor y en la toma de decisiones, aprovechando las oportunidades y sorteando los obstáculos que permitan tener una mejor visión de lo que se busca con los objetivos, y en nuestro caso, seguir el camino que nos permite conservar una empresa visionada hace 60 años.

Dos emprendimientos impulsados por un visionario

Aunque por muchos años se movió en el sector agrícola con variados cultivos y fue además empleado por mucho tiempo, hoy a sus 60 años de edad, lidera dos importantes emprendimientos en el sector turístico del Lago Calima del Valle del Cauca.

Se trata de Carlos Alberto Collazos Herrera, representante de los establecimientos Zona de Campo Berling 1 y La Vaca Pintada, que ofrecen especiales servicios a los visitantes de Calima - El Darién. En el caso del negocio Zona de Campo Berling 1, su formalización la inició en el año 2016 en su acercamiento a la Cámara de Comercio de Buga, cuando determinó ofrecer en alquiler carpas para los turistas del Lago Calima. Unos años antes de su paso como comerciante formal, hacía lo propio vendiendo combos, pero en alianzas con quienes para el momento ofrecían los servicios de restaurante y hotel.

Su paso a independiente, de quedarse con el área de camping, le funcionó de tal manera a don Carlos Collazos que comenzó a visionar cómo fortalecer o derivar otra unidad productiva que fuera afín a lo que estaba realizando. En medio de sus labores de rutina y de experimentación con el trabajo de materiales propios de la zona, en cierta oportunidad contempló aprovechar el espacio del lote y vivienda que había adquirido junto con su familia, a orilla de carretera cerca de la entrada número 4. Allí, inicialmente, optó por alquilar parte de esos espacios para que la gente instalara sus carpas, pero, luego de unos meses, le



apostó a construir unos pequeños chalets, (siete cabañas) a los que habilitó con una base de descanso y conexiones eléctricas, para que pasaran allí, parejas o visitantes del lago. Así fue como surgió “La Vaca Pintada” con el acompañamiento de una operadora de turismo, que ha ayudado a la promoción de este establecimiento, tema en el cual también ha encontrado toda la disposición y apoyo por parte de la Cámara de Comercio de Buga, dice el empresario, al reconocer el acompañamiento y capacitaciones ofrecidas por parte de la institución gremial.

“Siempre he respondido a las actividades de la Cámara de Comercio, pero también reconozco, que me ha faltado aprovechar los espacios de sus capacitaciones y es un propósito que debo mejorar. No he sido cercano al uso de estos aparatos celulares, soy muy empírico en los negocios, pero la

verdad, lo que no se promoció en internet, no existe y es por eso, tengo que comenzar a pensar en mi propio mercadeo y ventas” afirma el señor Collazos, al anunciar un cambio en su modo de participar él, o a través de su hijo, en los eventos formativos y de mejoramiento continuo empresarial que ofrece el ente gremial de la ciudad.

“Lo que uno quiere en la vida se puede hacer con dedicación y disciplina. No he olvidado mis labores del campo y ese mismo conocimiento lo pongo a disposición de lo que hago día a día con mis dos negocios de turismo, buscando innovar o de mejorar muchas cosas. Hay que seguir trabajando con mucha motivación”, concluyó como mensaje, este campesino visionario que ha sacado adelante sus dos emprendimientos: Zona de Camping Berling 1 y La Vaca Pintada.

“Visitar la Droguería Manzano, genera confianza”

El conocimiento y experiencia de más de 25 años de servicio, es el elemento diferenciador que marca a la Droguería Manzano como referente principal entre los bugueños al momento de adquirir medicamentos.

“**E**n la ciudad, todos saben quién es Manzano, para las recetas o fórmulas médicas” dice con precisión, Valentina Galvis Ortíz, regente de farmacia de Droguería Manzano, quien lleva más de tres años al servicio de este establecimiento que se encuentra en Guadalajara de Buga. Ubicada en la esquina de la carrera 13 con calle 21, esta empresa del señor Eduberto Manzano y su esposa ha logrado una gran aceptación y reconocimiento en la ciudad, primero, por el amplio conocimiento en el campo de la formulación médica, y segundo, por la calidez, calidad y atención que brindan a toda su clientela.

“Es muy profesional con las fórmulas que despacha” y “nunca se aprovecha de las necesidades de los clientes, para ofrecer un medicamento que no esté al alcance de ellos”, agrega la trabajadora, al resaltar de Manzano las cualidades como jefe y administrador que les ha permitido crecer en sus respectivos roles en el trabajo.

Aunque Droguería Manzano es un referente entre los usuarios en la ciudad, las redes sociales han ayudado a fortalecer la oferta de sus servicios. Es de destacar en esta labor importante a Valentina, quien también apoya este trabajo de difusión del negocio farmacéutico, logrando también posicionamiento entre sus posibles clientes. Fue algo en lo que hubo la necesidad de incursionar desde el año pasado con motivo de la pandemia, y que actualmente se sigue realizando como una manera adicional de llegar, acoger y atender otros sectores y clientes potenciales.

Los horarios extendidos han sido también otro factor determinante en el éxito de atención de Droguería Manzano. Todos los días, incluyendo domingos y festivos, sus puertas están abiertas hasta las 10 de la noche. Entre semana inician su labor a las 8:00 de la mañana, los sábados a las 8:30 y domingos y festivos inician a las 9:00 de la mañana, indicó Valentina, invitando a la comunidad bugueña para adquirir allí las fórmulas médicas y elementos de droguería.





Zig Zag, tradición y actualidad, te invita a formar parte de nuestra gran familia.

Tenemos para tí: útiles escolares, productos de oficina, libros, entretenimiento y mucho más.



 Cra. 13 No. 7A-20

 236 6979
227 6348

 314 610 8403
316 578 24 06

 papeleriazigzag@hotmail.com

“Sí se puede” le dice JuanCar a los emprendedores

Haciendo énfasis en la frase “Sí se puede”, Juan Carlos Rodríguez Holguín, director del Centro de Enseñanza Automovilística JuanCar, motivó a emprendedores para que luchen y saquen adelante sus iniciativas de negocio.

Este empresario con una experiencia de 26 años, de los cuales cumple este año 16 con su actividad comercial, inició junto con su esposa y ahora cuenta además con una nómina de profesionales y colaboradores en su establecimiento. Justamente en su nuevo local comercial y de servicio a sus clientes, ubicado en la calle 9 N° 16-48 de la ciudad de Buga, JuanCar cuenta con espacios más amplios donde laboran sus trabajadores y muy importante, cuenta con un par de aulas certificadas por el Estado, para atender 41 alumnos cada dos horas, lo cual significa una atención a 82 personas para recibir sus clases sobre conducción de vehículos, constituyéndose así, en la sede más amplia que en este campo existe en la ciudad, preservando los protocolos de bioseguridad como lo estableció el tema de la pandemia.

Recordando el tema de la pandemia del Covid-19, JuanCar como las empresas en general tuvo sus dificultades e impacto, pero logró asimismo su sostenimiento a diferencia de las afectaciones generadas por el paro del 28 de abril, extendido durante varios días del presente mes de mayo.



Con todo y lo anterior, ha sido una constante de parte de la empresa JuanCar, seguir visionando un crecimiento para ofrecer un mejor servicio a los usuarios de la escuela automovilística. Fue por ello que mejoró el parque automotor de motocicletas, gracias a una alternativa de crédito tomada con el sector financiero. Esa misma visión de crecimiento, es la que apunta para que próximamente JuanCar pueda contar con dos camiones para enseñanza de conducción en la categoría C-2 y de una tractomula para la categoría C-3. De tal manera que los alumnos de la ciudad y municipios cercanos, no tengan que desplazarse a Cali, Dosquebradas y Pereira (Risaralda) que es donde actualmente están ubicadas escuelas de conducción para dichas categorías. A lo largo de su ejercicio empresarial, Juan Carlos Rodríguez Holguín, ha

destacado el rol desempeñado por parte de la Cámara de Comercio, al considerar que brinda las herramientas de capacitación y formación a los empresarios, reflejándose ello de manera muy especial el año pasado con motivo de la pandemia.

Los emprendedores deben aprovechar los espacios brindados a través de la Cámara, para que se ayuden y saquen adelante sus iniciativas, con el apoyo de sus familias, como se da en muchos casos y con el apalancamiento del sector financiero. Las ayudas del Estado para las empresas legalmente constituidas también han sido importantes en época de pandemia, pero se necesita mayor respaldo que nos permita seguir camino hacia la reactivación, concluyó el representante de JuanCar.



DESTINOS *mágicos*

El camino hacia la calidad e innovación
en los servicios turísticos

La Gobernación del Valle del Cauca, a través de la Secretaría de Turismo Departamental, las Cámaras de Comercio de Buga y de Cartago en un esfuerzo interinstitucional vienen desarrollando el programa Destinos Mágicos, estrategia con la cual se busca la reactivación económica de los empresarios del sector turismo de cerca de diez municipios del Valle del Cauca.

Los beneficiados son cerca de 400 empresarios del sector alojamiento y del sector gastronómico que vienen participando de este acompañamiento que apunta a la sostenibilidad de este importante renglón económico de la región y del país. “Es muy importante para la reactivación, generar confianza en los turistas y para ello debemos prepararnos desde la calidad, la innovación y la generación de valor agregado en los servicios ofrecidos”, afirmó el Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Buga, Wilder López Jiménez.

“Destinos Mágicos” está compuesto por los programas “Hoteles con Magia” y “Restaurantes, el buen servir” que traen para los sectores de alojamiento y gastronómico formación virtual, asesorías personalizadas, visitas de familiarización a empresarios exitosos y el distintivo establecimiento bioseguro y de calidad, a quienes terminen exitosamente todo este proceso. El programa viene en ejecución y están participando de manera dinámica los empresarios del turismo de Ginebra, Calima El Darién, Trujillo, Buga, El Cerrito, Cartago, Roldanillo, La Unión, Alcalá y Sevilla.

Actualmente, cien empresarios con el mejor desempeño en este programa, se vienen preparando para la tercera fase de Destinos Mágicos que consiste en asesorías personalizadas en estrategia comercial y marketing digital.

Fases del Programa

Formación

- “Hoteles con Magia” y
- “Restaurantes El Buen Servir”

Asesorías personalizadas y visitas de familiarización

- Marketing Comercial
- Instagram y TripAdvisor

Componente de Innovación

- Formación y asesorías personalizadas
- Decoración de interiores y exteriores
- Google My Business

Distintivo de Calidad y Bioseguro

- Adopción de normas de Calidad en Turismo
- Autodiagnóstico y visitas tipo auditoría

Bandeja bugueña y estofado de toyo, especialidades de Lamaca



Tan solo imaginar y sentir el sabor de un exquisito guiso de empanada, con huevo y carne desmechada en una hojaldre, acompañado de un sancocho de gallina, provoca de inmediato antojarse de este plato en el hotel y restaurante Lamaca, ubicado en el sector histórico de Guadalajara de Buga.

Sus inicios coincidieron con la llegada de la pandemia del Covid-19. Con esa nueva situación y la espera necesaria, se decidió reacomodar todo a lo que hoy es el hotel y restaurante Lamaca, que ha comenzado a ser aceptado y reconocido por sus comensales y quienes han tenido la oportunidad de hospedarse en las coloniales y frescas habitaciones, algunas de ellas habilitadas para personas en condición de discapacidad.

A través de la Cámara de Comercio de Buga, con el Programa “Destinos Mágicos”, Juan Carlos Herrera y su restaurante Lamaca, espera seguir consolidando este proyecto de emprendimiento, aprovechando las capacitaciones y aportes en temas diversos de formación que ofrece el ente gremial de la ciudad, pero también con propuestas de apoyo y cooperación entre los mismos emprendedores. “Por eso han sido interesantes las capacitaciones de la Cámara de Comercio” resaltó el empresario. Y agrega: “para esos cambios hay que estar preparados y por lo mismo, algo que sugiero y recomiendo a quienes tienen el sueño de emprender y hacer empresa, es que el conocimiento se debe compartir. Hay que preguntar y aprender de los que saben. Yo no sabía de turismo ni de administración hotelera y ahora con lo aprendido en la Cámara de Comercio de Buga, es como pensamos en seguir adelante con este emprendimiento, para hacer de Lamaca, hotel y restaurante un lugar atractivo, de encuentro familiar, de amigos y de los potenciales visitantes de la ciudad”.

“Pensé en un negocio pequeño, pero se creció”



Lo que inicialmente vio como un negocio pequeño para las noches con poco público, de repente fue tomando fuerza y ahora “Bocados” creció como empresa familiar. De esta manera recuerda Erika María Gutiérrez, diseñadora industrial que se inclinó por el diseño de platos, gracias a su gusto por la cocina y la gastronomía, quien hace cuatro años en compañía de su familia decidió dar su paso como emprendedora, ofreciendo dos platos típicos de la región a base de maduros asados con diferentes rellenos, lo mismo que plátanos y tostadas verdes.

El negocio se fue dando a conocer y los clientes hicieron del lugar un espacio de encuentro por las noches. El año pasado con motivo de la pandemia, hubo la necesidad de ajustarse a las condiciones del momento. Fue así como con la “reinención” ofrecieron nuevos platos en horarios distintos para almuerzos y los fines de semana, actividad que ahora esperan fortalecer como unidad productiva.

Gracias al apoyo recibido por la Cámara de Comercio de Buga, forma parte del programa “Destinos Mágicos” con el que espera consolidar y sacarle provecho para su negocio. Ha sido importante el proceso de formación para ella como representante de la empresa y para sus colaboradores, toda vez que, ha permitido una mejora continua en la presentación de platos, estrategias para vender, marketing y manejo de redes sociales.

Con este crecimiento, “Bocados” contempla este 2021 generar otros ofrecimientos como “tardes de merienda”, atender a empresas fuera de su sede y lograr alianzas con determinados hoteles, para llegar a ese público de visitantes y turistas que llegan a la ciudad a visitar la Basílica del Señor de los Milagros.





Fábricas de Productividad

Regiones produciendo más y mejor.

El programa Fábricas de Productividad, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, liderado por Colombia Productiva y ejecutado por la Cámara de Comercio de Cali y sus cámaras aliadas, entre ellas Buga, ha acompañado a más de 120 empresas en el occidente del país, que han mejorado sus procesos internos y hoy tienen más capacidades para afrontar la crisis ocasionada por el COVID-19 y comenzar su proceso de reactivación. Este programa ha llevado asistencia técnica especializada a empresas del Valle del Cauca (94), Nariño (22), Cauca (4) y Putumayo (5), lo que les permitió mejorar en promedio 26,21% su productividad interna, gracias a consultorías especializadas en temas como productividad Operacional, Productividad Laboral, Gestión Comercial, Transformación Digital, Eficiencia Energética, Sostenibilidad Ambiental, Desarrollo y Sofisticación de Producto, Gestión de la Calidad, y Logística entre otros.

Cámara de Comercio de Buga y su jurisdicción presentes Avequipos, Comolsa, Clínica del Río, Agrogain, Dulces del Valle y Hotel la Huerta, fueron las empresas de la jurisdicción de

la Cámara de Comercio de Buga que participaron de la primera fase de esta estrategia nacional a la que se unió la entidad, convencidos de que es una llave importante para abrir las puertas de la reactivación de los diferentes sectores productivos de la jurisdicción. “Esta iniciativa dirigida a las grandes empresas, se une a otros programas de acompañamiento propios

como “Revoluciona tu empresa”, “Herramientas para Innovar” y “Ruta para las Entidades sin Ánimo de Lucro”, orientados a diferentes segmentos corporativos pero que tienen un mismo fin: la reactivación económica”: afirmó el Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Buga, Wilder López Jiménez.

Segundo ciclo de Fábricas de Productividad

Para el segundo ciclo de Fábricas de Productividad se acompañó y brindó asistencia técnica a por lo menos 125 pymes y grandes empresas de todos los sectores económicos en el Valle del Cauca, Nariño, Cauca y Putumayo. Sesenta horas de acompañamiento y asistencia técnica especializada para cada compañía,

con lo que se ofreció una alternativa a estas empresas, de cara a los retos que ha implicado la reactivación de estos mercados, por lo que el apoyo de este programa será una alternativa para la normalización de las actividades empresariales en el occidente del país.



Con gran satisfacción frente a lo que desarrollaron en este segundo ciclo, se encuentran los cuatro empresarios participantes de la jurisdicción de

la Cámara de Comercio de Buga. Este espacio de orientación y acompañamiento empresarial, del cual ha participado la entidad gremial en sus dos versiones, contó con la participación en esta edición de Agrogain, Avequipos, GranKarga y La Huerta Hotel, las cuales ya habían avanzado en un primer ciclo de “reaprendizaje” con los extensionistas o capacitadores.

Para Julio César Sánchez, representante de Agrograin, una fábrica dedicada a la trilla de maíz amarillo y blanco con destino a empresas de producción de snacks (Frito Lay, Yupis, Kellogs), este proceso con su fase inicial de capacitación y extensión, permitió definir unas mejores líneas de producción y eficiencia en la trilla de maíz blanco. De tal manera que con su aplicabilidad les permitirá superar el crecimiento registrado de 2018 a 2019, cuando pasaron de 600 a 6.000 toneladas año para cubrir un sector que no se tenía en Guadalajara de Buga. La cifra de trillado por su parte en el año 2020, en plena pandemia, también tuvo un crecimiento de 28.000 a 33.000 toneladas, indicó el empresario, por lo que, su expectativa de productividad para el presente año es todavía mayor respecto a su crecimiento.

“Ha sido importante la formación con Fábricas de Productividad porque para el caso de Agrograin, ha permitido fortalecer las operaciones alternas y mejorar la eficiencia en la productividad de trillado”, anotó el líder de esta empresa, quien, para la segunda fase en este proceso del programa, contempla perfilar mejor el “ensaque” de sus productos, es decir, el empaque en sacos del maíz trillado.

“A través de la Cámara de Comercio y con base en los diagnósticos que ya tenemos, en el segundo ciclo vamos a trabajar en los indicadores, la valorización y mejora de rendimiento de operaciones, como también en su implicación de costos” dijo con gran interés y expectativa el señor Sánchez, resaltando el acompañamiento institucional de la agremiación de comerciantes de la ciudad.

Por su parte, David Céspedes, de Avequipos S.A, calificó como todo un “aprendizaje” el proceso vivido con Fábricas de Productividad y con los extensionistas, ya que, si bien es cierto que dicha empresa familiar venía adelantando algunos procesos interesantes, también lo es que los mismos ameritaron replanteamientos con base en las indicaciones generadas a partir del proceso de acompañamiento. “No es fácil asimilar que vengan de afuera para que se aplique e inculque un conocimiento superior a lo que se venía haciendo, aún con los grandes profesionales que tenemos al interior de la empresa.

Fue algo difícil, pero al hacerse conciencia frente a cambios de procesos, aún en las dificultades por la pandemia, fue un paso importante que permitió una reorganización, más efectividad a la hora de trabajar y representó inclusive, reducción de costos en nuestra operatividad” manifestó David, respecto al programa Fábricas de Productividad. Ahora, en las siguientes fases, Avequipos centrará su expectativa en la parte de innovación, según lo anunció su representante, para lo cual tendrán presente las observaciones, el servicio y la orientación de la Cámara de Comercio de Buga. “Básicamente se trata de reinventar o reformular el modelo de negocio con un portafolio que llegue a otras personas o al mismo mercado, pero con productos diferentes”, dijo Céspedes.



“Esperamos que cada fase sea tan exitosa como la que hemos terminado. No sé qué vayamos a definir en las fases tres y cuatro en las que esperamos estar para terminar todo el proceso, pero en esta segunda fase de Fábricas de Productividad innovamos nuestra reconocida actividad en la instalación y venta de equipos y tecnología para el sector avícola” agregó David Céspedes, al afirmar finalmente que estos procesos apoyados desde la Cámara de Comercio, deberían interesarle a más empresas, toda vez que, el sector empresarial con sus aportes e impuestos ayuda al sostenimiento del Estado.



Líder de gestión humana: Conviértete en un aliado estratégico



Estás liderando la gestión humana de tu organización? Recuerda que el logro de la estrategia empresarial depende de los colaboradores, ellos son los verdaderos protagonistas. Revise y tenga en cuenta los siguientes aspectos, para dar un cambio significativo a tu rol y convertirte en un verdadero aliado estratégico para tu organización:

Conoce bien el negocio: es fundamental comprender la actividad que desarrolla tu empresa. En qué contexto se desenvuelve: sus tendencias y cambios, a qué tipos de riesgos se expone, así como tener un conocimiento claro de su planificación estratégica, pues con base en ella, deberá planificarse la gestión humana.

Fortalece y domina el lenguaje financiero: normalmente los líderes de talento humano dejan a un lado las competencias financieras, pues las creen poco importantes para el buen desempeño de su labor, además comúnmente no han sido parte de su formación. Esto constituye un error.

Tener los conceptos y fundamentos adecuados para comprender y leer las cifras financieras de la organización te permitirá tener cercanía con los resultados y orientar la planificación y políticas de talento humano para impactarlos.

Enfoca la gestión humana a las ventajas competitivas de tu compañía: si las personas son el garante para el logro de los resultados empresariales, deberás tener muy claro cuales son las ventajas competitivas sobre las cuales se fundamenta el plan estratégico corporativo, para de esta manera, gestionar el talento orientado a alcanzar dichas ventajas. Así, los esfuerzos de tu proceso estarán encauzados en lo que realmente importa para la alta dirección y el impacto será más visible.

Interactúa con las demás áreas: el área de talento humano deberá tener permanente contacto con las demás áreas de la organización, en cuanto a que ellas te proporcionarán los insumos requeridos para mejorar continuamente la gestión humana y tú les darás información y resultados que de manera permanente se deberán retroalimentar. Si tu empresa cuenta con varias unidades de negocio, también deberás tener puntos de encuentro con sus líderes, para asegurar el logro de resultados para cada una de ellas, eso sí, siempre cuidando también el bienestar de las personas.

Vincula las políticas de talento humano con los objetivos estratégicos: deberás proponer políticas de talento humano en todas sus fases, que estén enmarcadas en la consecución de los objetivos estratégicos de la

organización. Enfócate en aportar con el talento de las personas al cumplimiento de las metas empresariales.

Usa indicadores de gestión y de resultado: orientados a lo que esencialmente te aportará valor para la toma de decisiones y para mostrar resultados e impacto. No te conformes con medir si se cumplió o no el proceso, si se ejecutó la planificación o si los otros líderes hicieron su parte. Analiza tendencias, mide el impacto de las acciones, articula con resultados de otros procesos, en fin, vuelve aun mas interesante el proceso de gestión humana.

Asesora a la línea de mando en gestión y dirección de sus equipos: como líder de gestión humana debes ejercer un rol orientador frente a los demás líderes de la organización, para que se despliegue a la dirección de sus equipos. La gestión del talento depende de todos, pero eres quien debe asesorar a todo nivel, para que se ejerza de la mejor manera.

Contribuye al cambio empresarial: permanecer alerta a los cambios del entorno y del contexto interno te permitirá encauzar la gestión del talento humano hacia el logro de los resultados esperados, teniendo la flexibilidad y decisiones requeridas para poder inspirar en líderes y demás colaboradores, los cambios continuos que se requieren.

Incorpora la transformación digital a tu proceso: Apoya las fases claves como la gestión del desempeño, valoración y desarrollo del potencial, formación como inductor de la estrategia organizacional a través de un software que te facilite la alineación de los colaboradores con la estrategia, el cálculo de los KPI (indicadores claves de desempeño de gestión humana) y la generación automática de informes.

El reto es ahora, impacta cada vez más la gestión empresarial, demuestra la importancia de la gestión humana y especialmente enfócala a los resultados estratégicos.

¿Las condiciones actuales de bioseguridad y movilidad están ocasionando una desconexión entre las metas organizacionales y las metas de tus colaboradores?

¿La evaluación que realizas es anual y no facilita el monitoreo continuo de los compromisos y el aporte a la estrategia?

Profundiza este enfoque en nuestro curso de cortesía "La evaluación del desempeño como inductor de la estrategia organizacional" (válido hasta el 31 de julio de 2021).

CONTÁCTANOS

Celulares: 312 7130135, 316 4803743, 311 3986122
info@calidadempresarial.co
<https://calidadempresarial.co/megametricas.html>



megamétricas
Aliado digital en gestión humana

¡CONOCE NUESTRO SOFTWARE!

Censo Empresarial Buga

Herramienta para la reactivación

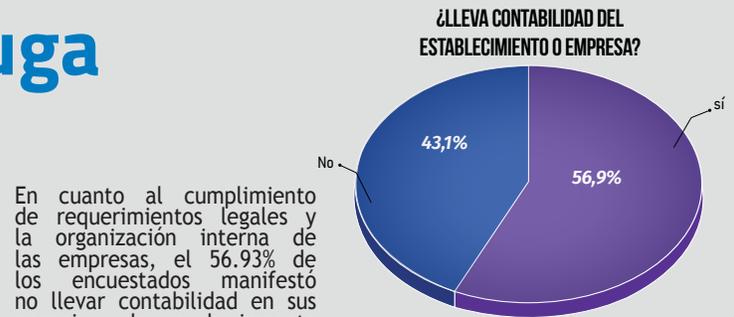
Durante los meses de noviembre y diciembre de 2020, la Cámara de Comercio de Buga, ejecutó junto con al Alcaldía Municipal de Guadalajara de Buga un importante convenio que tuvo como propósito realizar una encuesta a todos los comerciantes del municipio, con el objetivo de caracterizar a fondo las condiciones demográficas, económicas, tecnológicas, de funcionamiento y de expectativas de los establecimientos de comercio e industria del municipio.

Además de lo anterior, el Censo Empresarial y Económico se constituye en una herramienta fundamental para la identificación de barreras de ingreso a la formalidad, permite conocer los principales inconvenientes a los que se enfrentan los empresarios del municipio a la hora de poner en marcha sus unidades productivas, ofrece un panorama de las ventajas y desventajas del mercado, a la vez que facilita la identificación de las necesidades primarias de estas empresas para garantizar que los gobiernos municipal, departamental y nacional puedan poner en marcha programas y proyectos tendientes a fortalecer la empresa y coadyuvar en su crecimiento.

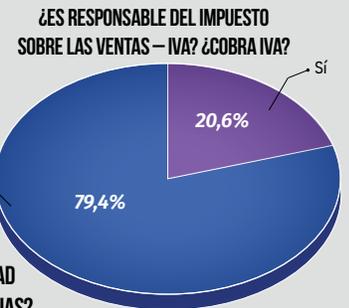
Para la aplicación del instrumento se contrataron once encuestadores con perfiles técnicos y profesionales, lo cual nos garantizaba la aplicación efectiva del formulario y el diligenciamiento eficiente de las respuestas en el sistema de información dispuesto para el almacenamiento de la encuesta.

En la ejecución de las actividades planteadas en el convenio, se realizaron un total de 5.730 encuestas, de las cuales se pudo identificar 1.232 unidades comerciales no formales, esto es, que no contaban con registro en cámara de comercio, registro único tributario, ni figuraban en la base de datos de la alcaldía municipal para lo relativo a la declaración y pago del Impuesto de Industria y Comercio, mientras que 4.498 encuestados contaban con el debido registro ante la cámara de comercio, lo cual evidencia un porcentaje de informalidad en el comercio bugueño del 21.5%.

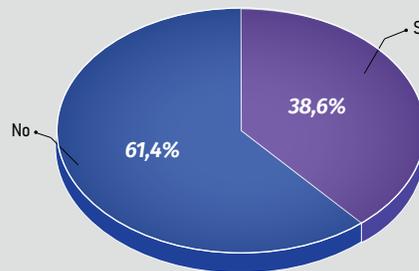
El equipo más usado es el teléfono inteligente, con el que cuentan el 29.99% de los encuestados.



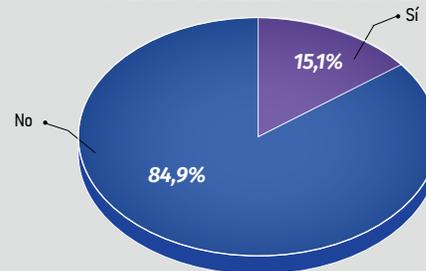
En cuanto al cumplimiento de requerimientos legales y la organización interna de las empresas, el 56.93% de los encuestados manifestó no llevar contabilidad en sus negocios, lo cual impacta directamente la información con la que cuentan a la hora de tomar decisiones respecto de la viabilidad de sus unidades productivas. Además, el 79.44% indicó no cobrar IVA en sus operaciones.



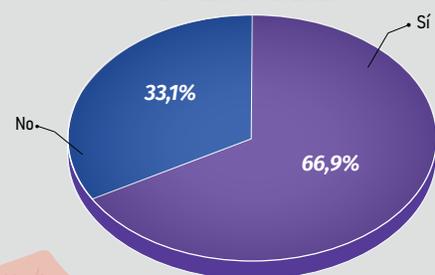
¿EN EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD COMERCIAL UTILIZA CUENTAS BANCARIAS?



¿SU EMPRESA O ESTABLECIMIENTO TIENE PÁGINA WEB?

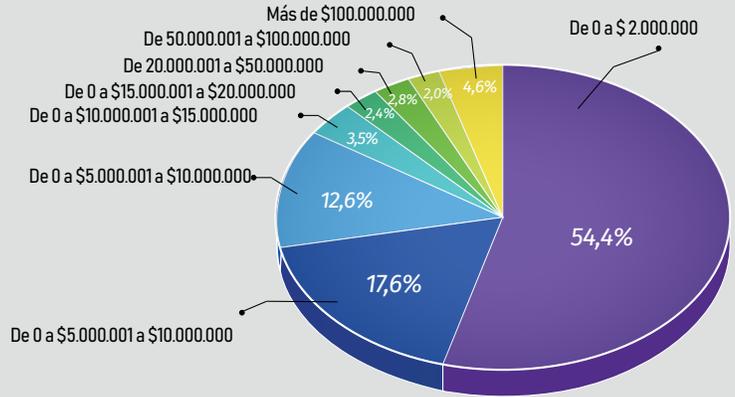


¿CUENTA SU ESTABLECIMIENTO CON CONEXIÓN A INTERNET?



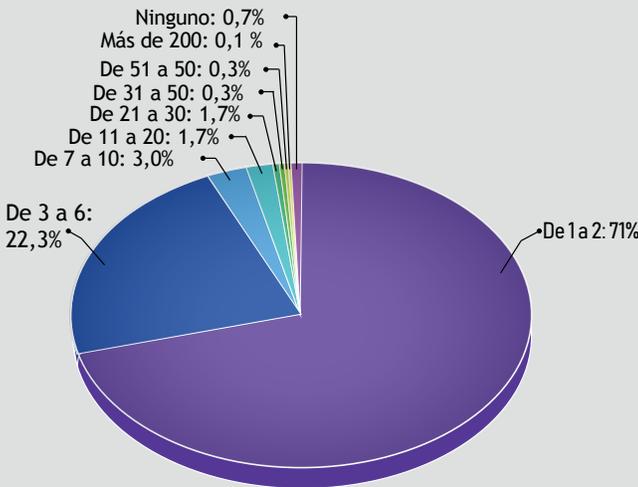
Como datos relevantes arrojados por las encuestas, se identificó que el 54.38% de los encuestados mencionaron que el valor de los activos de sus establecimientos de comercio se encontraban en un rango de \$0 a \$2'000.000, seguido del 17.63% que manifestó que sus activos se encontraban en un rango de \$2.000.001 a \$5'000.000, lo cual permite establecer que la mayoría de los comerciantes del municipio son microempresarios, muchos de ellos con emprendimientos emergentes.

¿QUÉ VALOR DE ACTIVOS TIENE VINCULADOS AL ESTABLECIMIENTO?



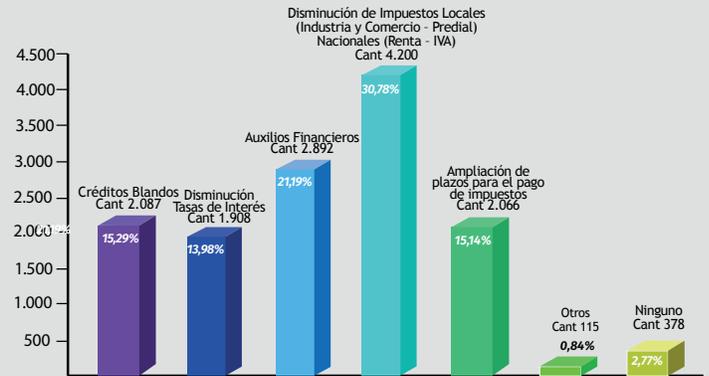
En cuanto a los medios que se encuentran a disposición de los clientes para el pago de los bienes o servicios adquiridos, el 61.38% indicó no contar con cuentas bancarias para el ejercicio de la actividad comercial, así mismo, solo el 6.87% manifestó contar con datafono y el 13.97% manifestó no contar con equipos tecnológicos para el desarrollo de la actividad.

¿Cuántas personas trabajan en este establecimiento? (Incluyendo propietario si trabaja allí)



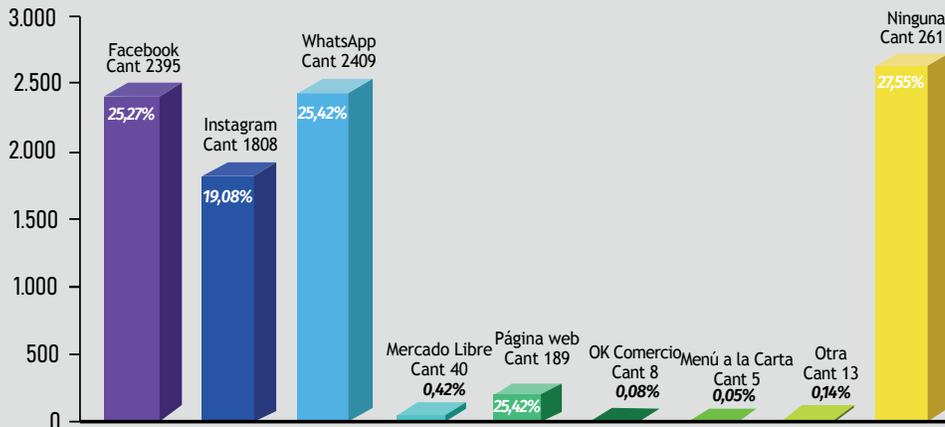
Del total de encuestados, el 70.96% manifestó tener entre 1 y 2 trabajadores, mientras que el 22.29% manifestó tener entre 3 y 6 trabajadores, lo cual corresponde con la identificación de la mayoría de comercios como microempresas.

¿QUÉ TIPOS DE APOYO NECESITA DEL GOBIERNA NACIONAL Y MUNICIPAL EN TIEMPOS DE POST COVID?



En cuanto a las ayudas que los comerciantes manifiestan requerir del Gobierno municipal, departamental y nacional, se encuentra la disminución en impuestos (30.78%), ampliación en plazos para el pago de impuestos (15.14%), auxilios financieros (21.19%), créditos blandos (15.29%) y disminución en tasas de interés (13.98%).

¿CUÁLES PLATAFORMAS VIRTUALES O APLICACIONES UTILIZA PARA COMERCIALIZAR SUS PRODUCTOS O SERVICIOS?



En cuanto al uso de las diferentes redes sociales, el 25.27% manifestó tener cuenta de Facebook, el 25.42% cuenta con WhatsApp, el 19.08% tiene Instagram y el 27.55% manifestó no tener cuentas activas en las diferentes redes sociales.



E-COMMERCE

Una estrategia asequible de internacionalización

Por: Isabel Victoria Gaitán R.
Sergio Iván García B.
Socios de SEISG Legal (Bogotá)
info@sglegal.co

Dentro de la planeación estratégica y la proyección de una empresa es vital tener claro o identificar cuándo es el momento de dar un paso más grande. Ese paso puede ser una de varias alternativas o incluso algunas de ellas en conjunto: ampliar el negocio, modificar el modelo negocio para multiplicar la rentabilidad, abrir nuevas líneas de negocio o internacionalizarse.

Frente a la internacionalización, muchas empresas dejan pasar oportunidades porque piensan que es una opción costosa o que es para grandes empresas. Esto se debe a que, por mucho tiempo, hablar de internacionalización ha estado en estrecha relación con dos estrategias tradicionales: las exportaciones, que pueden significar ingreso a bajo costo y bajo riesgo; y la inversión extranjera directa, que, en cambio, implica gran capital y altísimo riesgo.

Dado que son pocas empresas colombianas las que pueden optar por esta última, la exportación queda como el primer paso en el que muchos piensan para ingresar a nuevos mercados. En ocasiones, se piensa como el único camino. De hecho, en las últimas décadas el gobierno nacional ha impulsado, desde lo institucional y lo legislativo, una cultura exportadora en el país.

Sin embargo, definitivamente esto implica grandes desafíos, y gran carga operativa para las empresas.

Ante este panorama, hay que tener presente que existen otros caminos para beneficiarse de mercados internacionales, como las franquicias, los contratos de licencia o las alianzas estratégicas que no necesariamente involucran inversión de capital en todas las ocasiones. Y estas opciones no surgen porque la actividad exportadora sea buena o mala en sí misma sino, precisamente, porque diversifica las posibilidades que tienen los empresarios cuando están ante este hito de su negocio, como es internacionalizarse. Así las cosas, hay diversas alternativas que se pueden ajustar a las necesidades y capacidades para acceder a nuevos mercados, con la combinación precisa para cada negocio entre riesgo e inversión.

Como se puede ver, para internacionalizarse no solo se necesita una buena y rentable idea, sino derrumbar algunos paradigmas, especialmente hoy, en que estamos viviendo la era digital de la humanidad. Desde este punto de vista, el surgimiento del comercio electrónico ha sido un trampolín no solo para diversificar canales de venta sino para alcanzar mercados internacionales, sin necesidad de demasiada infraestructura corporativa y financiera. Vivir en un mundo digital no solo ha hecho que este planeta esté más y mejor comunicado, sino que los patrones de consumo cambien, así como las dinámicas de la economía mundial. Por ejemplo, la reducción de costos de entrada a nuevos mercados y la diversificación de clientes sin necesitar presencia física para comercializar, son dos situaciones que evidencian de

manera fehaciente las ventajas de tener una estrategia comercial digital. Ante esta flexibilización del comercio, las brechas entre grandes y pequeños empresarios se han ido cerrando y los han dejado en un plano de igualdad ante la posibilidad de crecer y consolidarse.

Gracias al comercio electrónico, los empresarios pueden acceder a más de 60 países, lo cual representa más de 1.500 millones de consumidores, esto es, potenciales compradores en marketplaces, redes sociales, plataformas especializadas, ferias virtuales y rondas de negocios virtuales. Estas interacciones se están volviendo cada vez más parte de la cotidianidad y se alzan como eficientes formas de venta y de hacer relaciones comerciales. Sin duda el eCommerce las está apalancando pues permite desarrollar toda la cadena: producir, distribuir, vender, y entregar productos y servicios por medios electrónicos.

Lo que por décadas se movió en grandes contenedores por vía marítima, hoy llega en avión en pequeños paquetes que luego son distribuidos directamente a la puerta de la casa del comprador. Esta es una enorme oportunidad para las empresas: mayor cobertura geográfica, mayor libertad y comodidad de compra para las personas, reducción de intermediarios y, por ende, mejores precios para el comprador final, eficiencia en transporte y logística transfronteriza.

Como contrapeso a todas estas bondades del comercio electrónico, existen una serie de retos para quienes emprenden este camino: generar confianza a los compradores, controlar la trazabilidad de las ventas, generar seguridad en los pagos y, sin duda, la ya mencionada logística de transporte de las mercancías, en caso de que estemos ante negocios de producto.

Para implementar una estrategia de eCommerce en una empresa hay muchas ayudas institucionales, ejemplo de ello son las cámaras de comercio. Sin embargo, es clave que el empresario prevea al mismo tiempo la implementación de asuntos que le permitan desarrollar sus actividades de comercio electrónico sin tropiezos, como políticas de devolución, de protección al consumidor, términos y condiciones, protección de datos personales, de datos financieros y reglas de juego claras en cuanto a la logística y el transporte.

El comercio electrónico se ha posicionado como la herramienta más grande, económica y dinámica para que los empresarios puedan hacer posible el sueño de internacionalizar su negocio.

El surgimiento del comercio electrónico ha sido un trampolín no solo para diversificar canales de venta sino para alcanzar mercados internacionales, sin necesidad de demasiada infraestructura corporativa y financiera.



Oportunidades para los empresarios en el comercio internacional



Por: Julián Hincapié
Consultor Empresarial
en Negocios Internacionales
CEO Dirección Comercial DIRCO

En el mundo de los mercados las oportunidades siempre están abiertas. En este sentido hay una frase muy dicente: *business are business* (los negocios son los negocios). Es una frase potente que hace referencia a la fortaleza de hacer negocios y de las oportunidades que hoy tiene Colombia y en especial el Valle del Cauca frente al Comercio Internacional. Hoy más que nunca somos conscientes de lo conectados que somos como comunidad y el acceso a la información y recursos que tenemos a nuestro alcance.

El Valle del Cauca sobresale con sus indicadores de Exportaciones No Minero Energética, que serán el motor económico en el futuro. De allí se genera, la consciencia que tiene el Gobierno sobre el empuje que las Pymes representan y por esto desarrolla múltiples oportunidades para apoyar a los empresarios formalizados.

El éxito en la dinámica de una relación comercial es lograr completar y satisfacer las necesidades de los compradores y los vendedores. En esta dinámica hay un espacio vacío donde siempre vamos a encontrar brechas (si gusta su producto - servicio... pero le hace falta algo, ya sea precio, registros, imagen, capacidad, certificados, capital). Aquí nace la capacidad de las Cámaras de Comercio para acompañar a los empresarios en el cierre de esas brechas.

Hoy las brechas en el comercio internacional están mapeadas y de esta manera existen programas que ayudan a cerrarlas. Programas como Fábricas de Internacionalización y el acceso a capital semilla (no reembolsable) en convocatorias de INNPULSA, VALLE IN, COLOMBIA PRODUCTIVA y FONDO EMPRENDER, por mencionar algunos de los ejemplos mas claros.

Sumado a esto, las alianzas permanentes que se logran establecer con entidades como el INVIMA, SUPERSOCIEDADES, academia, universidades y consultores especializados buscan y apoyan también el cierre de brechas de una manera integral. La virtualidad aceleró la transformación digital que las empresas necesitaban para asumir los nuevos retos, se ampliaron las oportunidades para llegar mas cerca a los consumidores y de igual manera tener a un clic a los proveedores. Plataformas como “Compra lo nuestro” permite generar un vínculo directo con la red mas importante de Latinoamérica CONNET AMERICAS, respaldada por el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), donde no solo buscan conectar compradores y vendedores, sino que ofrece programas de capacitación y actualización para acceder a planes de negocios, marketplace y un sinnúmero de herramientas estratégicas para acelerar las ventas de las Pymes.

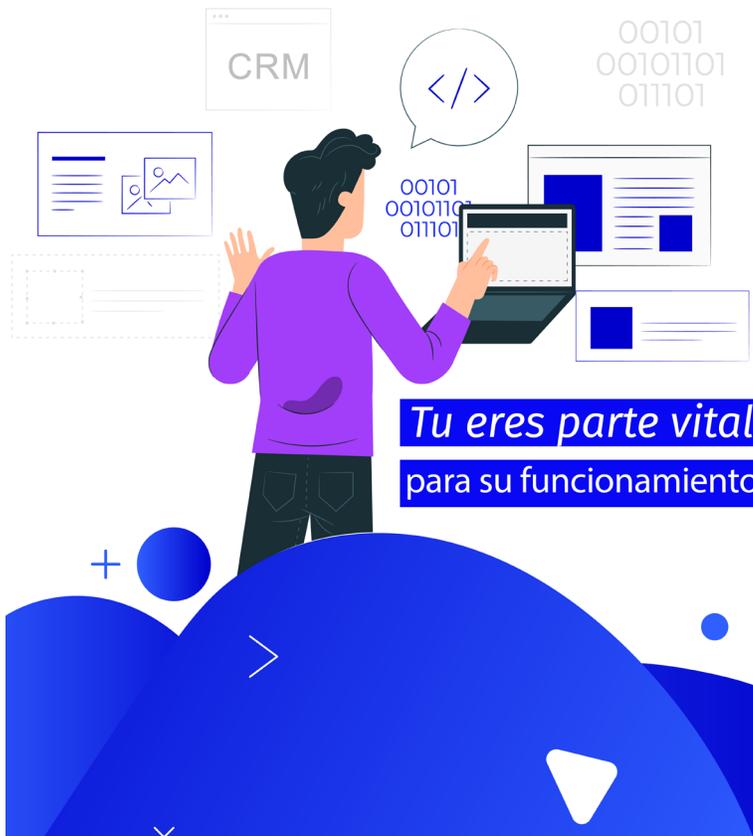
A nivel nacional se apoyan programas como consorcios de exportación, los ecosistemas de Cluster, Ruedas de negocios locales, regionales e internacionales, los cuales buscan ampliar la red de trabajo y objetivos colectivos. Recientemente el Clúster MACROSNACK del Valle del Cauca, fue reconocido como programa líder en el impacto positivo en la dinámica comercial de las empresas que lograron aumentar su productividad y rentabilidad, logrando en menos de dos años desarrollar productos para un mercado sofisticado como el de California en Estados Unidos, logrando así impulsar las exportaciones de varias empresas que lo hacían por primera vez.

Hoy las oportunidades en el comercio internacional están esperando que las tomemos, la pregunta es: ¿Cuándo quieres empezar?

CRM

¡El cambio ya está aquí!

Cámara de Comercio de Buga implementó su CRM



Tu eres parte vital para su funcionamiento

Con el propósito de mejorar el relacionamiento con los grupos de interés, la Cámara de Comercio de Buga implementó una solución CRM (Customer Relationship Management). Una estrategia de productividad que tiene como protagonista a los comerciantes afiliados y matriculados.

Esta estrategia tiene por objetivo el captar, atender, mantener una relación duradera, fidelizar, identificar, comprender y cubrir las necesidades de los comerciantes afiliados y matriculados a la Cámara de Comercio de Buga integrando la gestión de tres áreas de trabajo fundamentales en la entidad como lo son Competitividad, Servicios Empresariales y Registros Públicos.

Recordemos que CRM (en inglés Customer Relationship Management, o Gestión de las relaciones con clientes) es un sistema de gestión que se apoya en desarrollos tecnológicos que permiten centralizar en una única Base de Datos todas las interacciones entre una empresa y sus clientes. El software CRM, permite compartir y maximizar el conocimiento de un cliente dado y de esta forma entender sus necesidades y anticiparse a ellas. Por definición, el CRM recopila toda la información de las gestiones comerciales manteniendo un histórico detallado. Una solución CRM permite dirigir y gestionar de forma más sencilla las campañas de captación de clientes y de fidelización. Además, ayuda a controlar el conjunto de acciones realizadas sobre los clientes o clientes potenciales, y gestionar las acciones comerciales a partir de un cuadro de mandos detallado.

Las empresas que utilizan este tipo de soluciones generan más oportunidades de venta, agilizando la gestión, con presupuestos actualizados en tiempo real y procesos de ventas optimizados. Del mismo modo las empresas que utilizan CRM pueden hacer mejores segmentaciones, y disponen de la información para un servicio de atención al cliente y postventa de nivel superior.

En el caso de la Cámara de Comercio de Buga esta herramienta sin duda alguna creará un puente de relacionamiento entre la entidad y sus grupos de interés como matriculados, afiliados, emprendedores y clientes, permitiendo conocer a fondo sus necesidades y hacer seguimiento a las actividades, programas y servicios de los cuales han participado. Es una oportunidad única para optimizar los procesos de atención de los clientes y empresarios, permitiendo anticiparnos a sus requerimientos, en algo que va más allá de las relaciones comerciales y que se convierte en el fortalecimiento de los canales de relacionamiento con los diversos grupos de interés que se acercan a la Cámara.



DIGITAL TRANSFORMATION

Por: Henry Rey
Director, Centro de Desarrollo Tecnológico
para la Transformación Digital y la
Industria 4.0. www.cidti40.com

Transformación Digital: el camino que debemos recorrer

Para hablar de transformación digital empresarial debemos iniciar un recorrido en el que se hace necesario hablar de innovación, de transformación y de habilitadores tecnológicos, los cuales para nuestro caso corresponden a los que hoy denominamos tecnologías habilitadoras de la Industria 4.0.

Revisando el último informe del índice departamental de innovación (2019) encontramos datos inquietantes como que entre el 2017 y 2018 sólo el 20% de las empresas manufactureras en Colombia desarrollaron algún tipo de innovación y lo complejo que evidencia el informe es que en vez de aumentar por el contrario ha disminuido. Sin embargo, al indagar sobre como avanza la transformación digital, el estudio sobre el índice de madurez de transformación digital en las empresas en Colombia 2016-2018 realizado por Cintel presenta un crecimiento en el Índice Global de Madurez de Transformación Digital del 9.1%, pasando de 57,64 puntos en 2016 a 62,88 puntos en 2018. En este punto empezamos a encontrar complementariedad, por ejemplo, al entender lo que las firmas McKinsey & Company y McKinsey Global Institute, afirman frente a que si las empresas no adoptan innovaciones digitales, el crecimiento de sus ingresos se reduce hasta la mitad.

Este tipo de aseveraciones obedecen a resultados de los diferentes estudios y consultorías que realizan a nivel Global, de igual manera vemos como en el Informe Nacional de Competitividad 2018 - 2019 del Consejo Privado de Competitividad plantea que “Aumentar la productividad en las empresas requiere la adopción de tecnologías y procesos de innovación para mejorar la eficiencia en el uso de los recursos productivos. Sin embargo, solamente 22,2 % de las empresas en el país innovan, y hay alta obsolescencia tecnológica”.

Es evidente que la conclusión del Consejo Privado de Competitividad abre una invitación directa a todos los empresarios para que al interior de las organizaciones se definan estrategias y programas concretos y expeditos para avanzar en la transformación digital, ahora bien es claro que gracias a la desafortunada situación que nos esta tocando vivir desde el 2020 por cuenta de la Pandemia a causa del Covid-19, muchos de los procesos ligados al uso y aprovechamiento de la tecnología, así como el carácter creativo e innovador nos ha obligado a avanzar de manera acelerada en la ruta de la transformación digital. Hoy estamos viviendo una oleada frente a la digitalización empresarial lo cual es un paso importante para llegar hablar de TRANSFORMACIÓN. Vemos como las empresas han repotenciado sus

equipos, se han preocupado por implementar portales web, redes sociales y estrategias de marketing e incluso comercio digital, la obligatoriedad de tener que teletrabajar nos hizo avanzar en meses lo que iba a tardar varios años. Ahora bien es necesario avanzar y dar el siguiente paso ya que la transformación digital va más allá de la digitalización empresarial e involucra la necesidad de que hoy se reflexione sobre cuál es el modelo productivo empresarial y si verdaderamente la organización empresarial está respondiendo al momento histórico que le corresponde.

Hago referencia al de la cuarta revolución industrial, esa donde son los sistemas ciber físicos, esa capacidad de interactuar de las máquinas con las máquinas o con los humanos gracias a la conectividad, el internet de las cosas con que se logra acceder a datos claves del proceso productivo y de su entorno para aprovecharlo con la Big Data y la Inteligencia artificial, entre otras tecnologías emergentes. Tomar decisiones inteligentes y hacer que estos datos se traduzcan en conocimiento y valor para las organizaciones, nos pone de frente la Industria 4.0 o empresas inteligentes que soportan su modelo de negocio, la relación del conocimiento y atención de sus clientes, con inteligencia.

Entonces lograr evolucionar en la transformación digital parte de entender su amplio concepto, el Harvard Business Review indica que “...lo digital no es solo algo que usted puede comprar y conectar a la organización. Es algo multifacético y difuso y no solo involucra tecnología. La transformación digital es un proceso continuo en el que se cambia la forma de hacer negocios. Requiere inversiones fundamentales en habilidades, proyectos, infraestructura y, a menudo, en la limpieza de los sistemas de TI.” Y sobre todo comprender que es un proceso iterativo que hace que la organización se ajuste a las realidades y necesidades de los mercados. Es aquí donde el concepto de TRANSFORMACIÓN adquiere mayor relevancia, dado que es importante entender que todo lo relacionado a los factores blandos de la organización deben ser intervenidos positivamente mediante agilidad, comunicación asertiva, promoviendo así la creatividad, la innovación y logrando afianzar una cultura siempre dispuesta al cambio y al servicio de los clientes.

Impactar en estos aspectos blandos permitirá que se logre un uso y aprovechamiento adecuado de la infraestructura tecnológica, así como la posibilidad de aprovechar las emergentes como el internet de las cosas, el Big Data, la nube, la ciberseguridad, la inteligencia artificial, entre otras, con el fin de tomar decisiones inteligentes y lograr tener una organización altamente

competitiva y eficiente. Este punto es vital, ya que la eficiencia deberá llevar a la reconversión tecnológica y la mejora de los procesos de redistribución, compensación o responsabilidad empresarial, así como la opción imperante de poder responder en términos de mitigación al medio ambiente, por el cual todas las organizaciones deben trabajar. El objetivo es lograr de alguna manera el equilibrio fundamental entre economía, sociedad y medio ambiente.

Algunos de los beneficios directos que pueden tener las organizaciones que asumen un verdadero plan de transformación digital son:

- Fomenta el agilidad para el desarrollo de nuevos modelos de negocio, intraemprendimientos y Spin-off en las organizaciones.
- Mejorar ingresos al poder tener la capacidad de conocer mejor a los clientes, sus preferencias y poder tener información en tiempo real para responder a sus necesidades.
- Ahorros o mejores rendimientos al tomar decisiones basadas en datos no a priori en los costos operacionales, de producción, así como en la inversión de marketing y publicidad.
- Mejorar el clima organizacional con los colaboradores dado el involucramiento y compromiso con el proceso, aumento de la eficiencia y productividad, así como al desarrollo de sus competencias y conocimientos; el teletrabajo facilita la relación, colaborador - empresa - familia - medio ambiente. Todo proceso de transformación digital involucra entrenamiento y desarrollo de capacidades sociales y digitales del equipo de trabajo.
- Se puede concluir que una organización que asume su proceso de transformación digital es aquella que se enruta a ser una empresa inteligente donde la toma de decisiones se vuelve ágil y se hace bajo evidencia. Siempre se toman decisiones con datos y estas pueden ser soportadas con inteligencia artificial. Esto le permite tener capacidad de respuesta ante la demanda cambiante del mercado, incrementando así la fidelización de clientes, gracias su conocimiento específico y especializado; logra generar tracción y retención de su talento ; y todo esto debido al valor que representa la organización para su entorno no solo empresarial sino social, convirtiéndose en un modelo aspiracional, lo cual incide en el valor de la marca de la organización y su valoración integral.

Insolvencia



un nuevo comienzo

Por: Sergio Iván García B. - Isabel Victoria Gaitán R.
Socios de SEISG Legal (Bogotá) info@sglegal.co

Nos hemos acostumbrado a que la palabra “insolvencia” nos haga pensar automáticamente en crisis o en algo negativo; y aunque su detonante puedan ser situaciones difíciles, también tiene un espacio importante el significado de oportunidad. Sin duda, estar en situación de insolvencia implica que hay elementos internos o externos que desequilibran la situación financiera de una persona y que puede llegar a un punto sin salida. Circunstancias como el desempleo o como la actual crisis por pandemia, pueden llegar a ser las causas más comunes para que la persona supere su nivel de endeudamiento y, con ello, ausencia de pago. Además, la crisis se agudiza cuando los acreedores inician su labor de cobro y los deudores entran en desespero.

Contrario a lo que muchas personas piensan sobre la insolvencia, que es el fondo de la situación de dificultad y que es un callejón sin salida, puede ser más bien la oportunidad para restablecerse e incluso con más fuerza. No se puede perder de vista que la razón por la cual fue creado este mecanismo con la Ley 1564 de 2012 fue la de normalizar los créditos pendientes de pago.

De esta manera, cuando hay varios pagos a varios acreedores, y esos pagos individuales significan una suma de dinero mensual muy elevada que, en la mayoría de los casos, no es fácil pagar, a través de esta herramienta se puede lograr que esos pagos mensuales se disminuyan al punto en que puedan ser atendidas las obligaciones para todos los acreedores. Esto no es otra cosa que una solución sostenible en el tiempo.

A través de esta figura podemos lograr tener un acercamiento con los acreedores, enfrentarlos y ofrecerles alternativas de solución. Si bien, en ocasiones, algunas de las opciones presentadas no son del todo ideales para el acreedor, puesto que normalmente le

apuntan a ampliar el lapso de tiempo en el que se irán haciendo los pagos por parte del deudor, sí garantiza el cumplimiento de la obligación.

El análisis del acreedor puede ir en dos vías: seguir presionando al deudor por recuperar el dinero en un corto tiempo, pero sin la seguridad de que en efecto suceda, o se acomoda a su capacidad de pago y espera un poco, a cambio de tener la certeza del cumplimiento del pago. No podemos dejar de lado que los procesos de insolvencia tienen ciertas consecuencias como, por ejemplo, la de quedar reportado por un tiempo en centrales de riesgo, lo cual implica que las posibilidades de adquirir créditos con entidades financieras se reducirán al máximo. Pero, sin duda alguna, al poner en la balanza los beneficios y los efectos de este proceso, siempre serán mayores las ventajas para el deudor.

Por eso, la insolvencia debe ser vista como una solución a la crisis en donde el deudor puede reinventarse y lograr salir de los aprietos, reorganizando en conjunto con sus acreedores su situación, para así lograr un beneficio conjunto. Esto le dará la oportunidad de enfocarse en su trabajo o en las cosas que más le importan.

No es fácil aceptar y revelar que el desequilibrio financiero está anulando las posibilidades de avanzar. Sin embargo, hay entidades, como los centros de conciliación, que pueden brindar la asesoría para ingresar al trámite y tomar la decisión de una manera más fácil. Igualmente, existen abogados y profesionales de otras disciplinas que son especializados en este asunto, que pueden planear las mejores estrategias para proponerle a la mesa de acreedores y que, como ya se mencionó, traiga el mejor beneficio para todos.

Para mayor información sobre los servicios de insolvencia de persona natural no comerciante y recuperación empresarial, puede dirigirse a la Cámara de Comercio de Buga PBX 2371123 ajuridico@cbuga.org.co



No olvide realizar el depósito de los Estados Financieros como lo establece la ley

El artículo 41 de la Ley 222 de 1995, establece la obligación de depositar los estados financieros

¿Cuáles son los Estados Financieros que se deben depositar?

De conformidad con lo establecido en los Decretos 2496 y 2420 de 2016, los Estados Financieros de Propósito General se conforman por los siguientes Estados Financieros Básicos y sus revelaciones:

- Estado de Situación Financiera (Balance General)
- Estado de Resultados
- Estado de cambios en el patrimonio
- Estado de flujos de efectivo

¿Cuándo se debe hacer el depósito?

Dentro del mes siguiente a la fecha en la cual sean aprobados por el máximo órgano social.

¿Dónde se debe hacer el depósito?

En la Cámara de Comercio del domicilio principal de la sociedad.

¿Cuáles sociedades están exoneradas de efectuar el depósito de Estados Financieros?

Las sociedades comerciales, sucursales de sociedades extranjeras y empresas unipersonales, inspeccionadas, vigiladas o controladas por la Superintendencia de

Sociedades que hubieren remitido la información financiera en los términos, detalle y oportunidad exigidos en la circular externa que anualmente expide la referida Entidad para el efecto.

Lo anterior en atención a lo establecido en la Resolución 220-006909 del 28 de junio de 2010 expedida por la Superintendencia de Sociedades y reglamentada por el artículo 150 del Decreto 019 de 2012.

La Superintendencia de Sociedades comunicará anualmente a las Cámaras de Comercio del país la relación de las sociedades comerciales, sucursales de sociedades extranjeras y empresas unipersonales inspeccionadas, vigiladas y/o controladas por la misma que están exoneradas del cumplimiento de la obligación de depósito de la información financiera en las respectivas Cámaras de Comercio.

¿Cuál es el costo del depósito de Estados Financieros?

El depósito de los estados financieros para las sociedades comerciales matriculadas tiene un costo en el 2021 de ciento un mil ciento cincuenta pesos (\$101.150) y para las sociedades comerciales afiliadas de setenta y un mil cuatrocientos pesos (\$71.400).

Sistema de Prevención de Fraudes – SIPREF



¿Cuál es su finalidad?

El Sistema de Prevención de Fraudes - SIPREF, tiene como finalidad prevenir que terceros ajenos a los titulares de los registros públicos que llevan las Cámaras de Comercio, modifiquen la información que reposa en ellos.

¿Cuáles son sus ventajas?

Es un sistema gratuito. Este Sistema además de incrementar la seguridad y confiabilidad en la operación de los registros públicos, tiene las siguientes ventajas:

- Verificar la identidad de las personas que realizan trámites físicos o electrónicos.
- Prevenir que terceros no autorizados por el titular del registro modifiquen la información que figura en los registros públicos de la Cámara de Comercio de Buga.
- Prevenir fraudes en los registros de los comerciantes o inscritos que no han actualizado datos o no han efectuado su renovación en los últimos 3 años.
- Utilizar un sistema de alertas que ponga en conocimiento del comerciante o inscrito la presentación de un trámite y a su vez la inscripción o devolución del mismo.

Permitir a los titulares de la información registral adoptar medidas que detengan conductas fraudulentas. Para la efectividad del Sistema de Prevención de Fraudes, es obligatorio que quienes se matriculen, inscriban o renueven sus registros reporten en el formulario el correo electrónico y correo electrónico de notificación.

¿Cómo funciona?

Las personas que radiquen documentos en la Cámara de Comercio de Buga para su registro deben presentar su documento de identidad original (cédula de ciudadanía o extranjería vigente).

La información de identificación del solicitante se valida con el sistema de información de la Registraduría Nacional del Estado Civil para verificar que los datos del documento de identificación coincidan con lo reportado en el sistema.

¿A quiénes se debe exigir la presentación del documento de identidad (cédula de ciudadanía o de extranjería vigente)?

A todas las personas naturales que radiquen documentos o solicitudes de registro.

Presentación de documentos en las ventanillas del Centro de Atención Empresarial

La persona que presente documentación en las ventanillas debe exhibir su cédula original y vigente al funcionario que recibe los documentos para su radicación, quien debe dejar constancia de la verificación. Una vez radicado el documento el sistema envía una alerta previa al último correo electrónico de notificación judicial o comercial, y mensaje de texto al celular registrado y autorizado por la persona natural o jurídica cuando se radican los documentos.

Cuando la Cámara de Comercio realice el registro de la solicitud enviará una alerta al correo electrónico de notificación judicial o comercial y mensaje de texto a celular, si autorizó, informando la procedencia del registro solicitado o la abstención del mismo.

¿Cuáles tramites se exceptúan del Sipref?

- Solicitudes y órdenes de las autoridades judiciales o administrativas, embargos, inscripciones de demanda y cualquier otra orden similar.
- Trámites relacionados con el Registro Nacional de Turismo.
- Trámites relacionados con el Registro Único Nacional de Entidades Operadoras de Libranza
- Registro de libros electrónicos.

¿Cómo funciona el SIPREF en la solicitud de inscripción de nombramientos?

Es necesario informar el número de identificación y la fecha de expedición del documento de las personas designadas en cualquiera de los órganos (junta directiva, representante legal, revisor fiscal) para efectuar la validación de la identificación, ya sea mediante la presentación de la copia de la cédula legible por ambos lados o que dichos datos estén contenidos en el acta mediante la cual se realiza el nombramiento.

Laboratorio Clínico López
Ocupacional IPS S.A.S.

Conozca nuestra línea de servicios de exámenes ocupacionales y otras ayudas diagnósticas.

www.laboratorioclinicolopezocupacional.com

/lcoocupacional

Somos López ips

Sede Principal
Cra 15 # 4 - 61 Buga - Valle
236 6621 ext 111-114-116
+57 312 792 3611

Procedimiento cuando se trata de matrículas o inscritos inactivos

¿Cuándo se considera que una matrícula o inscrito se encuentra inactiva?

Se considera inactiva la persona natural o jurídica que no haya actualizado sus datos por la no inscripción de actos o documentos, o por omisión de la renovación de la matrícula mercantil o inscripción, en los últimos tres (3) años.

Las peticiones de registro de quienes se encuentran inactivos la deberán presentar únicamente las siguientes personas:

- En las personas naturales: la solicitud la efectuará la persona natural matriculada. Si la persona natural ha fallecido, la petición la podrán formular su cónyuge superstite y/o cualquiera de su(s) heredero(s), quienes deberán acreditar su calidad con copia simple del registro de matrimonio y/o del registro civil de nacimiento y adjuntar copia simple del registro civil de defunción.
- En las sociedades de personas: El representante legal inscrito, alguno de los socios, revisores fiscales o cualquier miembro de órganos de administración inscritos, es decir, que su nombre conste en el certificado de existencia y representación legal.
- En las sociedades por acciones y entidades sin ánimo de lucro: El representante legal inscrito, revisores fiscales si se encuentran nombrados o cualquier miembro de órganos de administración inscritos.

Es importante mantener actualizada la información del registro en la Cámara de Comercio de Buga, para así poder ser informados de lo que está pasando en sus registros. También, se aconseja que de manera periódica revisen y verifiquen su información, evitando que terceros malintencionados la modifiquen.

Afectaciones económicas en el tejido empresarial de Buga y la subregión centro podrían generar el cierre del 11,8% de las empresas

La situación que viven los empresarios de nuestra región por cuenta de los bloqueos y los actos vandálicos se vio reflejada en la más reciente encuesta ritmo empresarial realizada por las Cámaras de Comercio de Valle del Cauca y Cauca. Este instrumento se aplicó a una muestra de 4.200 empresas de todos los tamaños de las jurisdicciones de las cámaras de comercio de Cali, Cauca, Tuluá, Cartago, Buenaventura, Palmira, Sevilla y Buga.

A continuación presentamos algunos de los datos registrados de manera global por los empresarios del Valle del Cauca y Cauca. Por ejemplo, los resultados muestran que el 26,9% de las empresas indicaron no estar en operación actualmente, mientras que el 63,3% reportó estar operando parcialmente con una capacidad instalada del 39,2%.

El sector más afectado es el de la construcción, ya que el 39,7% de las empresas manifiesta no estar operando y únicamente el 4,2% trabaja de manera habitual. El sector industrial es otro de los más afectados registrando sólo el 4,0% de actividad normal y el 36,4% de inactividad.

Los empresarios del Valle del Cauca y Cauca manifiestan como dificultades para el desarrollo de sus actividades las limitaciones en el abastecimiento de materias primas con el 69,9%, las dificultades de transporte y movilidad para llegar a clientes con el 59,2% y los bloqueos e inseguridad en las vías con el 49,5%, entre los principales causas.

Entre las empresas del Valle del Cauca y Cauca, 9,8% indicaron estar afectadas por actos vandálicos en los últimos días. 87,6% de esas empresas indicó que el valor estimado de sus daños fue hasta de \$ 50 millones. Respecto al empleo, el 41,8% de los empresarios manifestaron que disminuyeron los puestos de trabajo en abril del 2021 respecto al mes anterior. Complementando este resultado, el 81,8% indicó que sus ventas en abril 2021 han disminuido frente al mes anterior.

De continuar los bloqueos a la actividad empresarial, el 17,7% de las empresas de comercio afirma que tendrá que cerrar totalmente, el 17,5% del sector industria, el 16,9% del sector construcción y el 14,4% de servicios, manifiestan la misma intención.

Entre las empresas del Valle del Cauca y Cauca, 9,8% indicaron estar afectadas por actos vandálicos en los últimos días. 87,6% de esas empresas indicó que el valor estimado de sus daños fue hasta de \$50 millones

9,8%
De las empresas
fueron afectadas en
los últimos días por
actos vandálicos



87,6%
De las empresas
afectadas indicaron
perdidas en sus bienes
entre 0 y 50 millones



41,3%
De los bienes afectados
fueron establecimientos
comerciales



33,1%
De los bienes
afectados fueron
vehículos



9,6%
De los bienes
afectados fueron
de otro tipo



8,3%
De los bienes
afectados fueron
bodegas

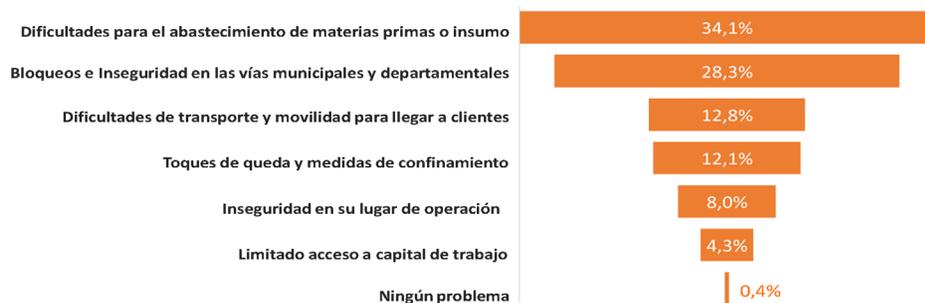


7,7%
De los bienes
afectados fueron
fábricas



Las dificultades para el abastecimiento de materias primas e insumos fue el obstáculo para la normal operación del 34,1% de las empresas de Guadalajara de Buga y su área de jurisdicción.

Empresas (%) según principal problema para el desarrollo de sus actividades en mayo 2021 – Valle del Cauca y Cauca



Encuesta Ritmo Empresarial
Guadalajara de Buga y área de jurisdicción

Cámara de Comercio de Buga
Impulsando el progreso

¿Qué ocurre en Buga y la jurisdicción?

Para el caso de la Cámara de Comercio de Buga este instrumento se aplicó a una muestra de 391 empresas de los municipios de Buga, El Cerrito, Ginebra, Guacarí, Calima El Darién, Restrepo, San Pedro y Yotoco, los cuales conforman la jurisdicción de esta entidad. Estos son algunos de los resultados arrojados y que brindan un panorama de la situación actual de comerciantes, empresarios y demás sectores económicos de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Buga. Por ejemplo, las cifras muestran que el 27,4% de las empresas indicaron no estar en operación actualmente, mientras que el 60,6% reportó estar operando parcialmente con una capacidad instalada del 43%.

El sector más afectado es el de servicios ya que el 41% de las empresas manifiesta no estar operando y únicamente el 33,8% trabaja de manera parcial. El sector comercial es otro de los más afectados registrando que sólo el 56,3% está operando de manera parcial y el 29% registra inactividad total.

Los empresarios Buga y la jurisdicción manifestaron como dificultades para el desarrollo de sus actividades las limitaciones en el abastecimiento de materias primas con el 34,1%, los bloqueos e inseguridad en las vías con el 28,3% y las dificultades de transporte y movilidad para llegar a clientes el 12,8%, entre los principales causas. Entre las empresas de Guadalajara de Buga y la jurisdicción, 2,6% indicaron estar afectadas por actos vandálicos en los últimos días. 90% de esas empresas indicó que el valor estimado de sus daños fue hasta \$ 10 millones. 30% de los bienes afectados fueron

establecimientos comerciales; el 30% corresponde a vehículos de la empresa. Respecto al empleo, el 33% de los empresarios manifestaron que disminuyeron los puestos de trabajo mientras que el 66% mantuvo igual su planta de personal. Complementario a este resultado, el 75,4% indicó que sus ventas en abril 2021 han disminuido frente al mes anterior a esta medición.

De continuar los bloqueos a la actividad empresarial, el 11,8% de las empresas de comercio afirma que tendrá que cerrar totalmente y el 16,6% afirma continuar con su actividad económica reduciendo la capacidad instalada. El 46% del sector servicios, el 41% del sector comercio y el 9% de la industria, manifiestan intención de cerrar su empresa.

El Presidente de la Cámara de Comercio de Buga, Wilder López Jiménez, concluyó que “Indudablemente el tema de los bloqueos hoy es lo que está generando mayor inconveniente para el desarrollo de las actividades productivas en nuestra subregión y en voz de los comerciantes es lo que se estima debe ser superado lo más pronto posible porque lógicamente ya tenemos unos niveles de afectación muy grandes”

A su vez, el Director de Competitividad, Jean Fabián Taborda Castillo, afirmó que “los empleos que se ven afectados en el Centro del Valle del Cauca no solamente son los que están reportando las empresas de manera formal sino que también son esos empleos que están sujetos a las cadenas productivas relacionadas con el sector comercio y el sector servicios”.

Gestiones desde la Cámara frente a la coyuntura de orden público



Dando respuesta a las inquietudes de los empresarios, de acuerdo con los resultados de la encuesta Ritmo Empresarial, la Cámara de Comercio de Buga viene adelantando gestiones juntos con los empresarios y comerciantes que están permitiendo la habilitación parcial de los corredores humanitarios que faciliten la movilidad y la consecución de insumos y el despacho de mercancías. Así lo anunció en días pasados en rueda de prensa realizada para presentar los resultados de la Encuesta Ritmo Empresarial sobre los efectos de la coyuntura de orden público en el marco del paro nacional del 28 de abril de 2021.

“Hemos hecho todas las gestiones desde el primer momento ante las instancias nacionales, departamentales y locales, todas sintonizadas en poder dar esos apoyos. Hoy estamos articulados con todas estas instituciones para lograr traer, de acuerdo a las expectativas que nos han manifestado los empresarios, esos alivios, esos apoyos que permitan mitigar el impacto de esta crisis e ir retomando todo lo que es la actividad productiva”, afirmó el Presidente Ejecutivo de la entidad gremial. “Nos hemos unido al clamor de los gremios del suroccidente, solicitando directamente ante el Gobierno Central: el desbloqueo de las vías, programas especiales de acompañamiento a deudores del sistema financiero, apoyos económicos para la reestructuración de las obligaciones financieras como nuevos plazos, períodos de gracia, tasas y condonación de intereses, programas para mantener el empleo con nuevos apoyos económicos que incluyan el pago de seguridad social y de la nómina durante tres meses, mientras se restablece la operación de las empresas en

la región”, complementó López Jiménez. La Cámara de Comercio de Buga también se ha manifestado ante el Gobierno Nacional en representación del empresariado de la jurisdicción, ante las dificultades del sector productivo y la urgencia de resolver temas esenciales como el libre abastecimiento de materias primas, la movilidad de los trabajadores para llegar a sus sitios de labores y las garantías de seguridad para la distribución de mercancías, medicamentos, combustible, productos y servicios para la comunidad.

A nivel local, la entidad ha gestionado encuentros con sectores económicos como los comerciantes, bancos, industriales, taxistas y comunidad que permitan mantenerlos informados sobre los avances de los diálogos entre los entes municipales y el comité del paro. Además, se han hecho las respectivas solicitudes ante estas instituciones que garantizan la seguridad para el funcionamiento de los negocios y la movilidad de los ciudadanos.

Como entidad privada que vela por el fortalecimiento empresarial, desde la Cámara de Comercio de Buga se vienen desarrollando programas de acompañamiento para que los comerciantes y empresarios puedan de forma gradual recuperar su productividad. Entre las apuestas que tiene la entidad gremial para la fase de reactivación de los negocios se encuentran herramientas para innovar, acceso a fuentes de financiación, registro de marca e Invima, rueda de negocios de turismo Centro del Valle Negocia, consultorio de comercio internacional, transformación digital, compras en el comercio local y acompañamiento para la gestión de proyectos.



Finanfuturo

Acompaña y financia tu futuro

AMIGO EMPRESARIO

En el mundo empresarial existen muchos tipos de CRÉDITO que aceleran el éxito de las empresas, y encontrar un aliado que te acompañe a invertir la financiación de manera acertada, es la clave.

Finanfuturo cree en el empresario que eres.

Somos una Corporación, que fomenta el desarrollo empresarial con crédito y acompañamiento, que contribuye al desarrollo socioeconómico y a la equidad en los territorios, donde hacemos presencia.

Contamos con 35 años de experiencia en más 60 poblaciones, 7 departamentos y 9 oficinas, acompañando a más de 100 mil empresarios a cumplir sus sueños y construir un mejor mañana con su familia.

A quien nos DIRIGIMOS

- Financiamos micro y pequeñas empresas
- Pueden ser informales o formales
- Nuestra atención es multisectorial
- Los requisitos requeridos aplican dependiendo de cada solicitud.

Nuestra SOLUCIÓN ES

- Flexible y a la medida
- Ofrecemos créditos desde 640 mil pesos hasta 150 millones
- Tasa de crédito de acuerdo al nivel de riesgo
- Plazo hasta 72 meses
- **Nuestros créditos son para:** compra de materia prima, capital de trabajo, compra de maquinaria y equipos, compra de vehículos, adecuaciones locativas, cancelación de pasivos, financiación de cartera y formalización del negocio, entre otros.

Como acceder a NUESTRO CRÉDITO

- Solicitar visita del asesor
- Recolección de la documentación solicitada
- Validación en centrales de riesgo
- Aprobación
- Desembolso

LAS GARANTÍAS SON: FNG (Fondo Nacional de Garantías), Firma personal, codeudor, hipotecas, prendas, garantías mobiliarias y fuentes de pago, entre otras

Contáctanos

DIEGO FERNANDO SANCHEZ GARCIA
Director Oficina Buga

320 834 2387

diego.sanchez@finanfuturo.org



Tu oficina virtual a un clic
WhatsApp

320 857 8080

o escanea este código QR

Buga - Calle 6 #12-41 Local 2

Emotiva graduación de especialistas en Gestión Tributaria Convenio CCBuga y Pontificia Javeriana



Con la emoción de haberlo logrado con todo lo que se presentó durante el proceso de formación, Dulfary Beatriz García, expresó entre nostálgica y agradecida, su sentimiento de felicidad al alcanzar su nuevo paso académico como Especialista en Gestión Tributaria.

Ella, al igual que 18 de sus compañeros, obtuvieron dicho título en ceremonia cumplida el pasado viernes 4 de junio de 2021 con los representantes y directivos de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, institución que gracias a la diligencia y gestión de la Cámara de Comercio de Buga, permitió la realización de dicho programa académico para profesionales de la ciudad y área de influencia del ente gremial.

En sus emotivas palabras de agradecimiento, representando a los graduandos presentes en el Auditorio de la Cámara de Comercio, Dulfary recordó el inicio del proceso con las expectativas de presencialidad de docentes calificados, pero debido a la llegada de la pandemia en marzo del año pasado, hubo la necesidad de ajustar todo a las nuevas circunstancias, en las que tanto ellos como estudiantes e incluso, el mismo equipo docente, debieron aprender a adaptarse a la parte virtual. “Fueron muchas cosas, muchos aprendizajes, esfuerzos y sacrificios en lo académico, en lo laboral y lo personal, por eso, la emoción y la satisfacción de haberlo logrado” resaltó la nueva Especialista en Gestión Tributaria.

Tanto Dulfary Beatriz, como los restantes graduandos, reconocieron no solo las altas calidades de los docentes

a lo largo del proceso, sino también, el acertado papel de la Cámara de Comercio de Buga, al acercar a la Universidad Javeriana para que con este convenio, brinde la oportunidad de formación especializada a los profesionales de la ciudad y municipios vecinos. Beneficios en costos, tiempo, evitar desplazamientos a Cali y la facilitación de herramientas técnicas y de espacios para trabajar y responder a la parte académica desde las instalaciones de la Cámara de Comercio, fueron los aspectos destacados por los graduandos, al agradecer esta gestión a los representantes de la Cámara de Comercio.

Complacido por las palabras expresadas de los Especialistas, el Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Buga, Wilder López Jiménez, reiteró su compromiso institucional de continuar diligenciando esa clase de convenios que faciliten las condiciones y oportunidades de superación académica a profesionales de la ciudad, tal como en efecto, se adelanta con otros programas de formación con esa y otras reconocidas universidades. “Esta primera promoción motiva a seguir adelante con otras propuestas de preparación para un mejor talento humano, con mayores competencias para fortalecer el tema empresarial a futuro” dijo el líder gremial de la ciudad. De esta manera, los 18 Especialistas en Gestión Tributaria, motivaron e invitaron a los profesionales de la ciudad y localidades vecinas, para que tomen esta posibilidad de crecimiento académico, acogiendo los programas de formación especializada con prestigiosas universidades de la región, gracias a la mediación y gestión de la Cámara de Comercio de Buga.