



# GESTIÓN

Cámara de Comercio de Buga

El Cerrito - Calima El Darién - Ginebra - Restrepo - Yotoco - San Pedro - Guacarí

# Rutas Competitivas

## Con sabor a fruta fresca

Medio de divulgación de la CÁMARA DE COMERCIO DE BUGA - Distribución gratuita - Todos los derechos reservados - Edición No 09 - Mayo de 2014







## Centro Universitario de Buga Ofrece Educación

de **Calidad** al alcance  
de todos

La **calidad** de nuestros **servicios**  
ha sido **Certificada**








### Maestría

 **Maestría en Educación - Virtual**  
Código SNIES 90487

### Tecnologías

 **Logística**  
Código SNIES 20976

### Programas Universitarios

-  **Comunicación Social**  
Código SNIES 91431
-  **Licenciatura en Pedagogía Infantil**  
Código SNIES 90962
-  **Administración de Empresas**  
Código SNIES 91237
-  **Administración en Salud Ocupacional**  
Código SNIES 91236
-  **Psicología**  
Código SNIES 91141

# Muy pronto Nuevo campus Universitario

## INSCRIPCIONES ABIERTAS

Cl 6 No 14 - 33 Tel: (2)238 73 81

 uniminutocentrouniversitariobuga

[www.uniminuto.edu](http://www.uniminuto.edu)



# Editorial



Las potencialidades de nuestro país para el desarrollo agrícola, en especial las del Valle del Cauca, las conocemos muy bien y están dadas, entre otros factores, por las condiciones climáticas, la dotación de recursos naturales, los diferentes pisos térmicos y la importante biodiversidad.

Aún así, el sector agrícola presenta dificultades para mejorar la competitividad de la producción; los rendimientos son inferiores a los de países similares al nuestro; estamos rezagados en exportaciones y, a pesar de haber mejorado, el porcentaje de pobreza continúa siendo mayor en las zonas rurales con respecto a las urbanas.

Para contribuir a cambiar este panorama, las Cámaras de Comercio del Valle, gracias a INNpursa, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bancoldex, apoyados por la empresa española Clúster Development, unimos esfuerzos en el fortalecimiento del sector agrícola, específicamente en fruta fresca, a partir del enfoque de estrategias hacia el desarrollo del modelo asociativo de clúster en un proceso integral y participativo. El clúster de la fruta fresca tiene por objetivo trabajar de manera articulada, para que nos apropiemos de los beneficios que la ayuda mutua genera: transferencia de conocimientos, nuevos negocios que se pueden abordar en forma conjunta, generación de mayores capacidades, economías de escala y competitividad. Se trata entonces, de convocar a las empresas que lo conforman, para identificar problemas comunes y mediante estrategias y proyectos, contrarrestar los cuellos de botella que obstaculizan el flujo eficiente de valor agregado.

*La realidad económica y social exige acelerar el proceso de internacionalización puesto que estamos frente a nuevas realidades, a mercados cada vez más exigentes y sofisticados que obligan a iniciar procesos asociativos, al mejoramiento de la productividad y la competitividad, al establecimiento de buenas prácticas agrícolas, a la búsqueda de nuevos nichos de mercado y a la diferenciación de productos.*

Tenemos en el Perú un ejemplo a seguir en materia de desarrollo agrícola. Allí, un grupo de empresarios decidieron unir esfuerzos, con el apoyo de las instituciones públicas y privadas, para propiciar y hacer crecer este sector productivo, impulsando una agricultura moderna, tecnificada, abierta y sana, que muestra hoy importantes réditos económicos y sociales, convirtiéndose en un referente para nuestro país.

En conclusión, necesitamos empresas innovadoras, dinámicas, globalizadas. Queremos con los productores, comercializadores y demás actores de la cadena, avanzar en una labor de apoyo para mejorar sus procesos productivos, propiciando la articulación, la coordinación, el conocimiento, mediante la estructuración y ejecución de una agenda de compromisos y proyectos en torno a la oferta institucional.

En esta edición queremos, además, en su aniversario número 100, rendir un sentido homenaje al municipio de Restrepo, hermoso poblado incrustado en un impresionante paisaje de extensos cultivos de piña, café y praderas ganaderas. Rendimos tributo a quienes a lo largo de su existencia han aportado al engrandecimiento de esta tierra y de su gente. Los invitamos a renovar los votos de unidad y compromiso social, a trabajar todos los días por su progreso y mejor estar.

## ÁREAS DIRECTIVAS

**YAMILY PEDRAZA ARANDA**  
Presidente Ejecutiva

REVISORÍA FISCAL  
BKF International

**MARIA JULIANA VELÁSQUEZ AYALA**  
Secretaria General

**CARLOS ALBERTO TORRES VICTORIA**  
Comunicaciones

**ADRIANA PIEDRAHITA BALTÁN**  
Proyectos

**MARTHA LILIA BULA CH.**  
Calidad y Servicios Administrativos

**FREDY F. DOMÍNGUEZ POTES**  
Contabilidad y Presupuesto

**JEAN FABIÁN TABORDA CASTILLO**  
Competitividad

**DIANA PAOLA GIRALDO ARISTIZABAL**  
Comercial

## NUESTRA PORTADA



Presentamos la edición número nueve de la revista institucional Gestión que en su tema central expone los alcances del Clúster de la Ruta Fresca.

**Edición de textos**  
Yamily Pedraza Aranda

**Diagramación**  
Carlos Alberto Torres V.

**Ilustración Marca de Ciudad**  
José Luis Durán  
Evaluna Publicidad

**Ilustración Micrositios**  
Tecnotaxia

**Fotografías**  
Darío Ramírez  
Armando Rojas Florez  
Archivo Cámara de Comercio

**6** Rutas Competitivas  
Con sabor a fruta fresca

**20** Encuentro de Afiliados

**26** Buga le apuesta a una marca de ciudad

**30** ZMOT  
El momento cero de la verdad

**11** Registro Único de Proponentes  
Nueva Reglamentación para contratar

**22** Restrepo Informe Especial

**28** Si la implementación de las NIIF le causan dolor de cabeza...

**34** En palabras del Ministro de Agricultura

## JUNTA DIRECTIVA

**WILDER LÓPEZ JIMÉNEZ**  
Presidente

**WILLIAM GUERRERO TORO**  
Vicepresidente

**MARCO HOLMES TREJOS MEDINA**  
Principal

**LUIS MIGUEL CABAL NAVIA**  
Principal

**NÉSTOR ARIAS VILLEGAS**  
Principal

**BEATRIZ EUGENIA BENITEZ MUÑOZ**  
Principal

**JULIÁN ANDRÉS FERNANDEZ G.**  
Suplente

**FLEISVER ARCINDO RIVAS GONZALEZ**  
Suplente

**DARIO VILLALOBOS REYES**  
Suplente

**HÉCTOR FABIO MARTÍNEZ PÉREZ**  
Suplente

**MARIO GERMÁN AZCARÁTE M.**  
Suplente

**ANDRÉS GUTIÉRREZ UPEGUI**  
Suplente



# QUE MEJOR NEGOCIO PARA INVERTIR, QUE UNO DEL QUE ESTÁN HABLANDO TODOS.

SI USTED ES EMPRESARIO DEL VALLE DEL CAUCA, CAUCA, NARIÑO O PUTUMAYO, Y ESTÁ BUSCANDO UN NEGOCIO RENTABLE, PRODUCTIVO, SÓLIDO, DE RÁPIDO CRECIMIENTO Y CON GRAN RESPALDO; APROVECHE ESTA GRAN OPORTUNIDAD E INGRESE A UN SECTOR ECONÓMICO CON EXCELENTES UTILIDADES.

**CONVERTIRSE EN DISTRIBUIDOR DE CLARO ES LA MEJOR INVERSIÓN.**

CON **CLARO** TÚ PUEDES LLENAR TU NEGOCIO DE TODO LO QUE QUIERES.

SI QUIERES HACER NEGOCIOS CON LA EMPRESA LÍDER EN SOLUCIONES MÓVILES EN COLOMBIA, **CONTÁCTANOS YA.**



**Lo que quieres es Claro**

**Escribe a:**

eduardo.quevedo@claro.com.co / 312 738 9020  
alexander.ramirez1@claro.com.co

[claro.com.co](http://claro.com.co)



Tres décadas innovando para hacer gente feliz

**T-VAPAN 500 S.A.**  
Colombia





# Clúster de la Fruta Fresca en el Valle del Cauca

Según el profesor de Harvard, Michael Porter, los Clusters son concentraciones geográficas de empresas interconectadas que compiten pero que también cooperan. Son suministradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones conexas como universidades, institutos de normalización y asociaciones comerciales.

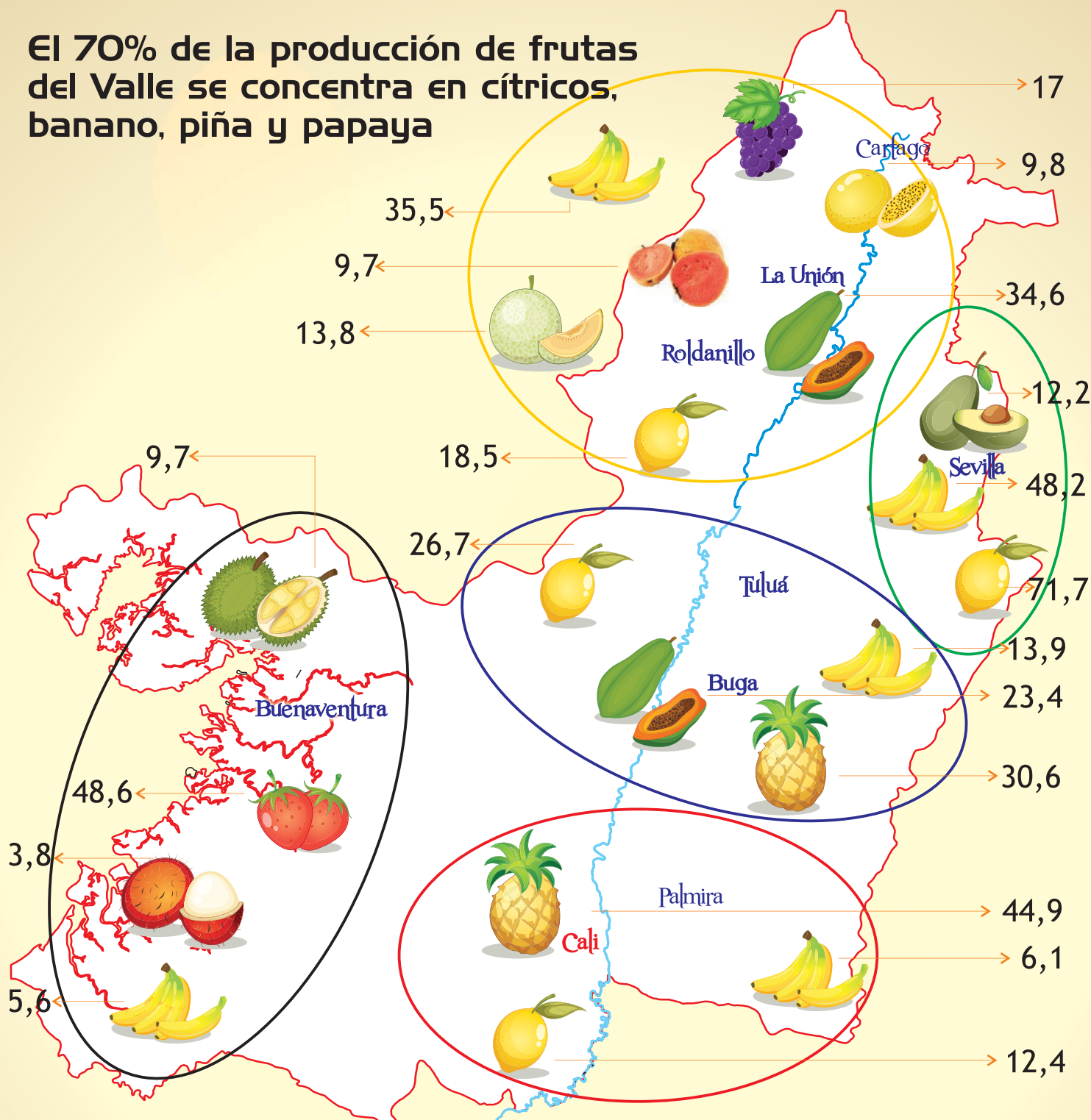
En torno a esta teoría administrativa, que en los últimos años ha venido contribuyendo al desarrollo de diversos sectores empresariales a nivel mundial, se han unido instituciones del orden nacional y regional para impulsar el desarrollo de conglomerados empresariales.

*En el Valle del Cauca, más de 100 empresarios del sector frutícola iniciaron el denominado programa Rutas Competitivas. Este programa fue gestado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, INNpulsa y Bancoldex, en alianza con las siete Cámaras de Comercio del Valle del Cauca y con el apoyo de la Gobernación del Valle, la Comisión Regional de Competitividad-CRC y la firma asesora Clúster Development.*

Y es que el Valle del Cauca tiene gran potencial de desarrollo socioeconómico en el sector agropecuario, específicamente en el aprovechamiento de sus bondades tanto en disponibilidad de tierras como en clima para la siembra, procesamiento y comercialización de fruta fresca tropical, factor éste, que determinó la ruta competitiva.



# El 70% de la producción de frutas del Valle se concentra en cítricos, banano, piña y papaya



FRUTAS	PRODUCCION	PARTIC. %
Cítricos	129,408	24,6 %
Banano	105,457	20,1 %
Piña	83,382	15,9 %
Papaya	59,361	11,3 %
Chontaduro	48,688	9,3 %
Uva	22,701	4,3%

FRUTAS	PRODUCCION	PARTIC. %
Aguate	21,312	4,1 %
Maracuyá	14,393	2,7 %
Melón	14,279	2,7 %
Guayaba	12,866	2,4 %
Borojón	9,696	1,8 %
Coco	3,852	0,7 %

Fuentes: Secretaría Agricultura Departamental - URPA

## Logros

- Identificación del negocio a trabajar, en este caso Fruta Fresca para el Valle del Cauca.
- Identificación de los principales actores pertenecientes a la cadena de valor de este negocio.
- Viaje de benchmarking para conocer la experiencia exitosa de los empresarios frutícolas del Perú.
- Identificación de las oportunidades y retos estratégicos del sector de las frutas frescas.

El siguiente paso será la conformación de grupos de trabajo con los empresarios frutícolas, seleccionados por sectores, para la construcción de un plan de acción que lleve a la práctica esta primera etapa de diagnóstico, con el acompañamiento de la firma consultora y las Cámaras de Comercio involucradas.

Una de las conclusiones, expuesta por Marc Papell, asesor de la firma Clúster Development, durante las jornadas de trabajo con empresarios del sector, fue:

“ Una producción adaptada al mercado internacional y disponibilidad de producto, así como la construcción de confianza en los mercados para aprovechar las ventanas de oportunidad con productos de demanda global sólo puede ser posible con modelos fuertes de asociatividad que permitan el acceso a los mercados, cada vez más especializados. ”

## Descripción del mapa de agentes

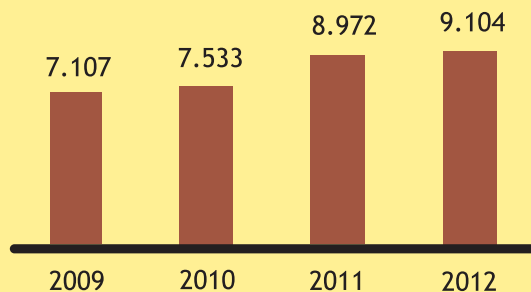


Fuente: ENTREVISTA - NATURAL FOODS, LISTO & FRESCO, OLMUÉ Y PRODUCTORA DE JUGOS



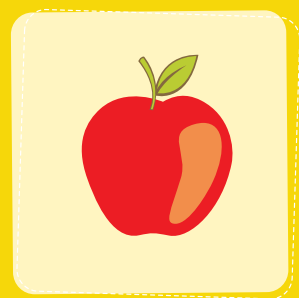
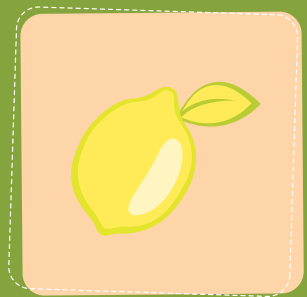
# El cluster en cifras

## Valor de las importaciones mundiales de frutas tropical



Frutas tropicales: aguacate, guayaba, mango, papaya, piña y otros frutos frescos

Fuente: Trademap - Cálculos Cámara de Comercio de Cali



## Eslabones del cluster de la fruta fresca en el Valle del Cauca

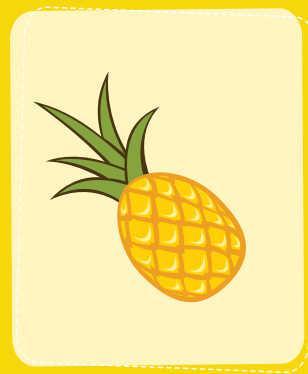
Eslabón	No Empresas	Facturación (MM COP)
Productores	182	553,0
Comercializadores	50	1.120,0
Importadores	28	180,0
Exportadores	15	1,2
Transformadores	20	200,0
<b>Total</b>	<b>295</b>	<b>2.054,2</b>

Fuente: entrevistas a empresarios, Minagricultura, DANE, Superintendencia de Sociedades, Asocámaras.



En 2006, el 18,4% de la población industrial nacional transformadora de frutas se ubicaba en el Valle del Cauca.

El sector frutícola del departamento cuenta con una cadena productiva constituida por 5.585 empresas, entre productoras, comercializadoras, transformadoras, importadoras y exportadoras.



El Valle del Cauca ha sido históricamente uno de los mayores productores frutícolas a nivel nacional y en la actualidad, es el mayor productor de papaya, uva, melón y otros frutales.



El Valle del Cauca cuenta con una frontera agrícola de 708.950 ha, de las cuales en 2012 solo utilizó 368.609 ha, de acuerdo a datos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Este programa fue gestado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, INNpulsa y Bancoldex, en alianza con las siete Cámaras de Comercio del Valle del Cauca y con el apoyo de la Gobernación del Valle, la Comisión Regional de Competitividad-CRC y la firma asesora Clúster Development.

## Potencial de desarrollo

### *Demanda creciente*

*La demanda de frutas tropicales tanto a nivel mundial como nacional aumento en los últimos años, siendo el crecimiento promedio mundial de 8,6% y de 11,2% a nivel nacional.*

### *Investigación de los sistemas de producción*

*En el Valle del Cauca se encuentran entidades públicas y privadas que buscan apoyar el desarrollo de la producción frutícola departamental (SENA, UNal, CIAT, SAG, Parque Biopacífico, Corporación Biotec, Asohfrucol, Asopitaya, Cámaras de Comercio, etc).*



Si bien las empresas productoras representan la mayoría de empresas del clúster de frutas frescas con un 87%, las que obtienen el mayor ingreso son las comercializadoras con el 55% del total facturado por la cadena productiva.



# Registro Único de Proponentes

## Nueva reglamentación para contratar con el Estado



**E**l Gobierno Nacional expidió el decreto 1510 de 2013 por el cual se reglamenta el sistema de compras y contratación pública que modificó sustancialmente el Registro Único de Proponentes, RUP, en lo referente a los requisitos habilitantes de experiencia, capacidad jurídica, financiera y organizacional. Otro cambio importante es el sistema de clasificación que corresponde al Código Estándar de Productos y Servicios de Naciones Unidas, basado en una metodología uniforme de codificación, utilizada para clasificar productos y servicios, fundamentada en un arreglo jerárquico y en una estructura lógica.

Este sistema de clasificación permite codificar productos y servicios de forma clara ya que se basa en estándares acordados por la industria, los cuales facilitan el

comercio entre empresas y gobierno. La versión implementada en Colombia es la UNSPSC, V.14.080, traducida al español.

Adicionalmente la Superintendencia de Industria y Comercio, a través de la Circular 002 del 31 de enero de 2014, reglamentó e impartió instrucciones a las Cámaras de Comercio sobre cómo llevar el Registro Único de Proponentes, su inscripción, renovación, actualización, cancelación o la revocación de alguno de los actos inscritos. Preciso también, el formato y mecanismo a través del cual las entidades estatales deben reportar a las Cámaras de Comercio la información sobre los contratos adjudicados, en ejecución, ejecutados, multas, sanciones e inhabilidades en firme.



## Yamacentro Buga

Distribuidor autorizado de motocicletas y repuestos YAMAHA



YA ESTÁ EN NUESTRO  
CONCESIONARIO LO QUE  
TODOS EN BUGA ESPERABAN  
LA **YW 125**  
BLANCA

Visítenos

Calle 7 No 16 - 79 Tel 2280474  
Ext. 113 - 114

[www.yamacentrobuga.com](http://www.yamacentrobuga.com) - [ventas@yamacentrobuga.com](mailto:ventas@yamacentrobuga.com)  
Guadalajara de Buga - Colombia



Coop de Transportadores  
**Ciudad Señora**

MÁS COMODOS, TRANQUILOS Y CON SEGURIDAD



**"COOTRANCISE, EMPRESA DE BUGUEÑOS"**

\*DESPACHOS DE PASAJEROS:  
2370700 - 2370522 - 2370533

\* SERVICIOS DE TAXIS CON MODERNOS VEHÍCULOS  
2276161 - 2364141 - 2276338  
Cel. 3154661582

\* DESPACHOS DE ENCOMIENDAS Y GIROS :  
2370544 - 2276029  
GERENCIA: 2370599 -  
2370566 FAX 2280260

TRANSPORTE DE PASAJEROS  
Y ENCOMIENDAS EN SUS  
DIFERENTES RUTAS:

- Buga - Aeropuerto Cali
- Cali - Cartago y viceversa
- Cali - Tuluá - Bugalagrande y viceversa
- Buenaventura - Buga - cada hora desde 5:00 a.m.
- Buga - Cali y viceversa - cada 15 minutos desde las 4:30 a.m.
- Cali - Buga - Sevilla y viceversa - cada 45 min. desde 6:15 a.m.

## Cambios significativos a partir de este Decreto

- Clasificación del proponente como Consultor, Constructor y Proveedor: a partir de este Decreto todos los proponentes son proveedores sea de bienes, obras o servicios.
- Experiencia Probable: la experiencia del proponente se mide con el número de contratos que haya ejecutado con entidades públicas o privadas.
- Términos para renovar la inscripción: los proponentes deben renovar su inscripción antes del quinto día hábil de abril de cada año.
- Organización Técnica: Desaparece uno de los requisitos habilitantes contenido en el Decreto 734 de 2012, que se determinaba con el número de socios o asociados, personal profesional universitario, administrativo, tecnólogo y operativo, vinculados mediante una relación contractual con el proponente.
- La Clasificación del proponente: El sistema de clasificación del proponente se realizará a través del Clasificador de Bienes y Servicios de las Naciones Unidas versión 14.080. Deberán indicar los bienes, obras y servicios que ofrecerán a las Entidades Estatales identificados con el clasificador de bienes y servicios en el tercer nivel.

## Requisitos para el Registro como Persona Natural



### Capacidad jurídica:

- Certificado donde se indique el tamaño de empresa, directamente o a través de su contador.
- Certificación (positiva o negativa) sobre cumplimiento de pago de parafiscales, firmada por el proponente.
- Copia del RUT y del documento de identidad, si no reposa en los archivos de la Cámara de Comercio.

### Experiencia:

- Acreditar la experiencia mediante certificación expedida por el tercero que recibió el bien, obra o servicio, o copia del contrato ejecutado

### Capacidad financiera:

- Estados financieros debidamente certificados, con corte a 31 de diciembre del año anterior a la inscripción. La información financiera debe ser coherente con la reportada por el proponente en el Registro Mercantil.
- Certificación de la Capacidad Financiera y Organizacional, firmada por el contador y el proponente.
- Copia de la Tarjeta Profesional de contador y de la Certificación expedida por Junta Central de Contadores sobre su vigencia.

### Clasificaciones:

- Indicar los bienes, obras y servicios que ofrecerá a las Entidades Estatales, identificados con el Clasificador de Bienes y Servicios en el tercer nivel (sistema de codificación de las Naciones Unidas para estandarizar productos y servicios, conocido por las siglas UNSPSC)



# Requisitos para el Registro como Persona Jurídica

## Capacidad jurídica:

- Certificado donde informe el tamaño de la empresa expedido por el representante legal y el revisor fiscal, si la persona jurídica está obligada a tenerlo, o por el contador o auditor.
- Certificación (positiva o negativa) sobre cumplimiento de pago de parafiscales: si tiene revisor fiscal nombrado debe ser él quien lo firme.
- Copia del RUT, si no reposa en los archivos de la Cámara de Comercio.

Si es Persona Jurídica no matriculada en la Cámara, debe presentar un certificado de existencia y representación legal expedido por la entidad correspondiente, con fecha de expedición no superior a dos (2) meses de antelación a la fecha de solicitud del trámite, con los siguientes datos:

- Nombre o razón social completa del proponente.
- Modificaciones de la razón social.
- Tipo, número y fecha del documento de constitución o creación.
- Fecha, clase de documento y entidad que reconoce la personería jurídica.
- Duración de la entidad.
- Domicilio de la persona jurídica
- Nombre e identificación del representante legal.
- Facultades y limitaciones del representante legal si las tuviere.



Si el certificado anterior expedido por la autoridad competente no reúne los datos citados anteriormente, deberá anexarse la copia de los estatutos certificada por la entidad competente en donde conste la información faltante.

Cuando la autoridad no tenga dentro de sus funciones la de certificar los estatutos de sus vigiladas, estos se harán acompañar de una certificación expedida por el representante legal, en la que se declare que los mismos corresponden fielmente a los estatutos vigentes de la persona jurídica. Cuando la duración de la entidad no se encuentre en el certificado de existencia y representación o en los estatutos, se podrá aportar una certificación expedida por el representante legal del proponente.

## Experiencia:

Acreditar la experiencia mediante certificación expedida por el tercero que recibió el bien, obra o servicio o copia del contrato ejecutado.

Nota: Las personas jurídicas con menos de tres (3) años de constituidas, podrán acreditar su experiencia con base en la de sus socios o accionistas, asociados o constituyentes.

**THE WHITE HOUSE**  
Conversation, Experience & English Practice

**APRENDA INGLÉS CON PROFESORES NATIVOS AMERICANOS EN SOLO 10 DÍAS ...**

**30%**  
Descuento para asociados empleados y beneficiarios

**MEJORE SU INGLÉS BÁSICO, INTERMEDIO Y/O AVANZADO EN TAN SOLO 10 DÍAS**

**OLVÍDESE DE LOS MÉTODOS TRADICIONALES de estudio que le hablan de aprender un idioma por módulos, invirtiendo meses de su valioso tiempo..**

Si lo intentó por años, si gasto dinero o perdió oportunidades laborales por no saber hablar inglés nosotros le enseñamos, empezando a comunicarse desde el primer día de estudio.

www.modernenglishclasses.com

**Info: 316 489 96 26    [inmersionmec@gmail.com](mailto:inmersionmec@gmail.com)    [hernangonzalezroa@hotmail.com](mailto:hernangonzalezroa@hotmail.com)**

### Grupo empresarial:

- Certificado expedido por el representante legal y el revisor fiscal, si es del caso, o el auditor o contador, en el que conste que el interesado no es parte de un grupo empresarial, no ejerce control sobre otras sociedades y no hay situación de control sobre el interesado, en los términos del Código de Comercio. Si el grupo empresarial o la circunstancia de control existe, en el certificado debe constar la identificación de los miembros del grupo empresarial, la situación de control y los controlantes y controlados.
- Estados financieros consolidados del grupo empresarial, cuando la norma aplicable lo exige, auditados con sus notas y los siguientes anexos, suscritos por el representante legal y el revisor fiscal, si es del caso, o suscritos por el representante legal y el auditor o contador si la persona jurídica no está obligada a tener revisor fiscal: (i) Principales cuentas detalladas del balance general, (ii) Principales cuentas del estado de pérdidas y ganancias, (iii) Cuentas contingentes deudoras y acreedoras.

### Capacidad financiera:

- Estados financieros suscritos por el representante legal debidamente auditados y certificados por el contador o auditor o revisor fiscal según el caso, con fecha de corte a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior, salvo que el interesado no tenga suficiente antigüedad para preparar estados financieros con corte al 31 de

diciembre, evento en el cual deberá inscribirse con estados financieros de corte trimestral o con estados financieros de apertura, respectivamente. La información financiera debe ser coherente con la reportada por el proponente en el Registro Mercantil o Registro de Entidad sin Ánimo de Lucro.

- Las personas jurídicas que estén sometidas a la inspección, vigilancia y control de la Superintendencia de Sociedades deben allegar también los documentos exigidos por la Circular Externa 201-000007 (Informe de Gestión del Representante Legal, Dictamen de los estados financieros y Notas de los estados financieros).
- Certificación de la Capacidad Financiera y Organizacional firmada por el Representante Legal y por el Revisor Fiscal o Contador según sea el caso.
- Copia de la Tarjeta Profesional de contador y de la Certificación expedida por Junta Central de Contadores sobre su vigencia.

### Clasificaciones:

Indicar los bienes, obras y servicios que ofrecerá a las Entidades Estatales, identificados con el Clasificador de Bienes y Servicios en el tercer nivel (sistema de codificación de las Naciones Unidas para estandarizar productos y servicios, conocido por las siglas UNSPSC)

## SERVICIO VIRTUAL



### EVITE DILIGENCIAR FORMULARIOS Y AHORRE TIEMPO

porque en la Cámara de Comercio de Buga tenemos a su disposición, el aplicativo virtual para realizar el Registro Único de Proponentes, bajo las condiciones del Decreto 1510 de 2013.

**POLLOS Pikú**  
para gente como tú

Pechugas  
Contramuslos  
Perniles  
Muslos  
Alas

**Pollo Siempre Fresco y Saludable**

PLANTA:  
Callejón via Canangua  
Guacari  
Valle del Cauca  
Calle 6A No. 26-22 Oficina 201  
PBX 5574141 FAX 556 26 43 CALI





## Aporte de la Alianza Regional para la innovación Región Pacífico a la empresa Centro del Valle

El último Informe Nacional de Competitividad muestra que la inversión en Ciencia, Tecnología e Innovación, CT&I, no ha crecido significativamente desde el año 2003 cuando se situaba en 0.14% del PIB nacional y pasó, en el 2012, al 0.17%. Estas inversiones son aportadas en un 52% por el sector público, 44% por el privado y 4% por organismos internacionales.

El número de patentes otorgadas por cada 100.000 habitantes (coeficiente de invención) pese a su crecimiento sostenido desde el 2007 (33% anual) pasó de 0.5 a 1.3 patentes en el 2011, número bajo comparado con países de referencia como Brasil (1.7), Chile (5.9), Malasia (8.2) y México (10). Sumado a esto, la débil institucionalidad que conforma el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, SNCTI, y los pocos procesos implementados por las empresas manufactureras (40%), hacen necesaria y urgente una intervención de fondo en todos los actores relacionados.

Este mismo panorama se refleja en todas las zonas del país que además presentan una serie de limitantes relacionadas con el bajo nivel de innovación en las mipymes, escasez de recurso humano para realizar investigación e innovación académica y aplicada, ausencia de focalización de la política en áreas estratégicas, baja apropiación social de conocimiento y múltiples disparidades regionales en capacidades científicas y tecnológicas.

Por esto nace en el 2012 Alianza Regional para la innovación Región Pacífico, iniciativa financiada por Colciencias a través de Convenio Especial de Cooperación con la Cámara de Comercio de Cali, en alianza con el Centro Nacional de Productividad, Asocámaras, la Cámara de Comercio de Quibdó, Acopi y las Universidades Autónoma de Occidente, Icesi, Javeriana, San Buenaventura y Valle, a través de la Red Universitaria para la Innovación del Valle del Cauca - RUIV.

La misión propuesta por esta Alianza es la de aunar esfuerzos para generar capacidades básicas en gestión de la innovación en empresas y/o aglomeraciones productivas. Esto se materializará mediante eventos de sensibilización que fomenten la cultura y la formación a través de diplomados dirigidos a directivos empresariales, consultores y gestores en CT&I. Un gran reto consistirá en adelantar consultorías para la estructuración de planes y proyectos de innovación para las empresas participantes.

*Alianza Pacífico pretende crear escenarios comunes entre academia y empresa que permitan a los investigadores generar soluciones aplicables a sectores productivos, para que el empresario encuentre respuesta a sus necesidades. También para que vean la innovación, la ciencia y la tecnología como agentes dinamizadores de su rol productivo y comercial puesto que existen pocos escenarios en los que interactuar y conocer lo que unos y otros hacen.*

Esta interacción a través de acciones puntuales en sensibilización, formación y consultorías en CT&I debe plantear escenarios en los que prime la innovación como herramienta para incrementar productividad y competitividad que conduzcan al mejoramiento de procesos dentro de las empresas y al incremento de ventas o de ingresos. Además, a que se replanteen los paradigmas sobre innovación, tecnología y conocimiento y a que valoren la implementación del conocimiento como alternativa para el crecimiento y la rentabilidad.

Por último, uno de los aportes como integrantes de esta Alianza es la promoción y la dinamización de la articulación público-privada en respuesta a la identificación del interés empresarial en los resultados de innovación, tecnología y conocimiento derivados de las actividades de investigación y los incentivos por inversión en CT&I con la transferencia y circulación del conocimiento y sus múltiples aplicaciones.



# Censo Empresarial

Los censos empresariales tienen como propósito conocer el número de establecimientos comerciales con sus principales características e identificar problemáticas y necesidades que conduzcan a la formulación de programas de apoyo para su desarrollo.

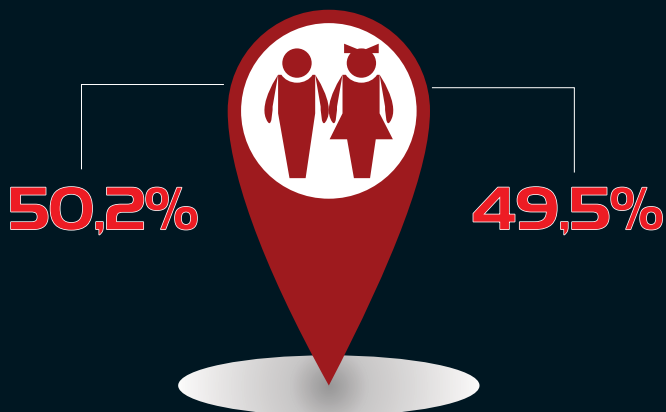
En el 2013 la Cámara de Comercio firmó un Convenio Interinstitucional de Asociación con la Alcaldía Municipal, apoyado por Comfandi y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el objeto de aunar esfuerzos, adelantar actividades, estudios y programas de interés estratégico para el desarrollo económico y social de Buga, que contribuyan a impulsar su crecimiento, generar empleo, reducir la informalidad, fomentar el emprendimiento y mejorar las condiciones sociales y ambientales de vida de la población.

Como resultado del convenio, se adelantó un Censo Empresarial que dio respuesta a interrogantes relacionados con la conformación del universo de establecimientos en el municipio, la percepción frente a



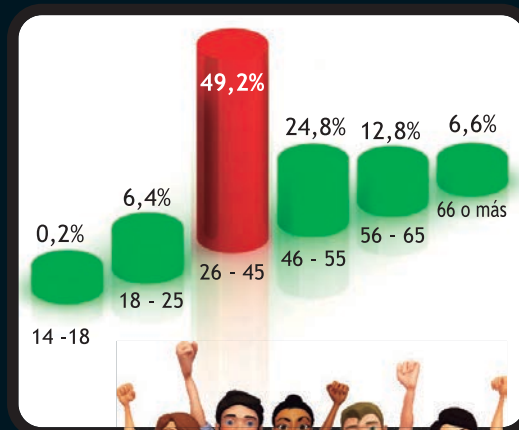
las condiciones de seguridad para desarrollar la actividad económica, la masificación y uso de las TICs en los establecimientos, los servicios que el empresario desea encontrar, entre otros aspectos. Adicionalmente, se estableció un enfoque para cuantificar por género a los empresarios o comerciantes, puesto que los formatos de registro mercantil y de industria y comercio no lo hacen.

“ Los establecimientos censados fueron 3.394, de los cuales 10 no dieron ningún tipo de información por diversos motivos. Además, es importante mencionar que algunos cuestionarios no fueron respondidos en su totalidad. ”



Son propietarios de los establecimientos hombres y mujeres en partes iguales. Sólo hay un 0.3% (9 personas) de propietarios de población LGTBI, grupo que desarrolla actividades económicas en servicios.

## Rango de edad del propietario del establecimiento comercial o empresa

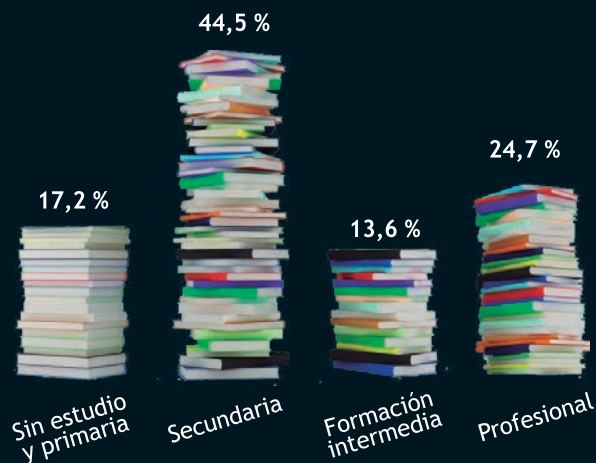


En el sector comercial (65.5%) es donde el género femenino tiene su mayor participación con el

**52.8%**

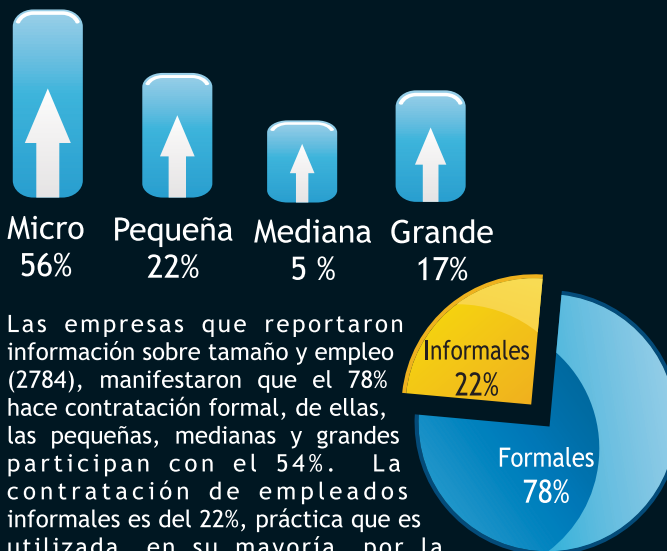
**49,2%** de los propietarios de los establecimientos son adultos entre 26 y 45 años. Existe una baja participación de jóvenes entre 18 y 25 años.

## Nivel de Escolaridad



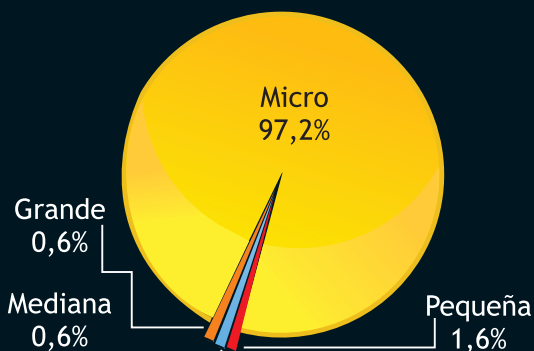
**44.5%** (1.484) de los empresarios y comerciantes tienen un nivel de educación secundaria, el 24,7% (822) formación profesional y el 13,6% (452) formación intermedia. El nivel académico del porcentaje restante, tiene educación primaria o no posee nivel de escolaridad.

## Generación de empleo formal e informal según tamaño del establecimiento



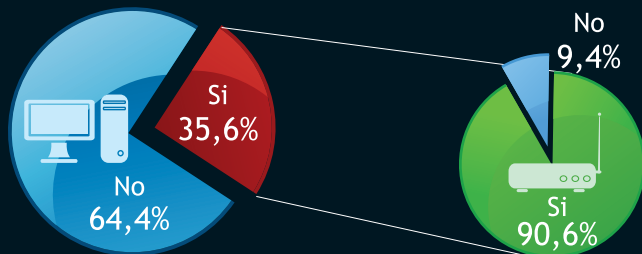
Las empresas que reportaron información sobre tamaño y empleo (2784), manifestaron que el 78% hace contratación formal, de ellas, las pequeñas, medianas y grandes participan con el 54%. La contratación de empleados informales es del 22%, práctica que es utilizada, en su mayoría, por la microempresa. Esto contrasta con que la mayor generación de empleo está dado por la micro empresa (56%) seguida de la pequeña y grande (39%) y en último lugar la mediana (5%).

## Tamaño de establecimiento según activos



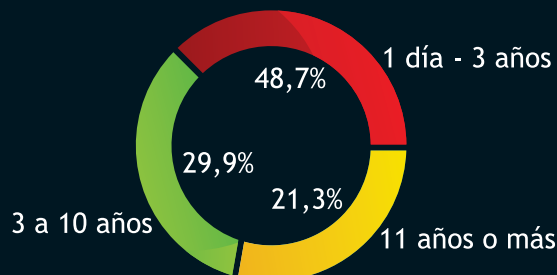
El mayor grupo de empresarios y comerciantes censados, tienen establecimientos catalogados como micro (2.706 equivalentes al 97%) y de ese, el 92,9% están constituidos como personas naturales. La gran empresa solo participa con 16 establecimientos que equivalen al 0,5%, constituidas todas como personas jurídicas.

## Utilización computadores e internet



Sólo el 35.6% de los negocios tienen y hacen uso de computadores para facilitar las labores administrativas y técnicas del establecimiento. De estos el 9.4% no están conectados a internet. Teniendo en cuenta el total de encuestados, la cobertura general de internet es del 33.2%, adicionalmente tenemos que el 1.4% de los establecimientos que no cuentan con computador (2.175) tienen conexión a internet en dispositivos móviles.

## Tiempo de funcionamiento



El mayor número de establecimientos, es decir el 48.7% tienen menos de tres años de constituidos, entre tres y diez años el 29,9% y más de 11 años el 21,3%.

La actividad económica con alta participación en empresas mipymes es la de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas con 2219 establecimientos. Las actividades más relevantes de las microempresas son las de alojamiento y restaurante (7,7%). Las pequeñas empresas se dedican a la industria manufacturera (16,1%) y las medianas a las actividades financieras y de seguros con el 21,7%. En la gran empresa la actividad relevante es la industria manufacturera (37,5%) seguida de las actividades financieras y de seguros con el 25%.





# RUTA PARA LAS ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO

## Capacitación gerencial para su mejoramiento

Como un apoyo al buen funcionamiento y al sostenimiento de las ESAL, la Cámara de Comercio llevará a cabo en el mes de julio, la RUTA para estas entidades, programa que tiene como objetivo brindar herramientas a los asociados para mejorar sus organizaciones en las áreas legal, tributaria, contable, de formulación de proyectos, mercadeo social, laboral, administrativa y financiera.

### Que es una Entidad sin Ánimo de Lucro

Las Entidades sin Ánimo de Lucro, ESAL, son personas jurídicas que se constituyen por la voluntad de asociación o creación de varias personas (naturales o jurídicas) para realizar actividades en beneficio de los mismos asociados, o de un tercero, o de la comunidad. Estas entidades no persiguen el reparto de utilidades entre sus asociados, no dependen del estado y orientan su esfuerzo a la ayuda mutua. Los beneficios obtenidos son invertidos nuevamente en las actividades de la organización.

En el sector sin ánimo de lucro, denominado también tercer sector, encontramos entidades gremiales, de beneficencia, profesionales, juveniles, sociales, democráticas y participativas, cívicas y comunitarias, de egresados, de rehabilitación social, etc.

Estas entidades se organizan para compensar las carencias de determinados sectores, lo que se ha constituido en una forma de cooperación con los gobiernos, razón por la cual han ganado gran importancia en nuestra sociedad.



**Demaderas Ltda.**  
Desde 1983

**Venta de:**  
Maderas en general  
Molduras  
Puertas  
Triplex  
MDF  
Pino Chileno  
Tejas  
Placa Plana  
Panel Yeso

La madera es un recurso renovable  
No pierda el encanto de la madera,  
siembre madera.

Calle 4a No 20 - 115 - Avenida del Milagroso Tel: 2271303 - 2274402  
Fax: 2365876 - ventasdemaderasltida@gmail.com - Buga



# A quien está dirigida la Ruta para las Entidades sin Ánimo de Lucro

A los Presidentes, Juntas Directivas, Directores, Asociados, funcionarios de Asociaciones, Corporaciones, Fundaciones y Entidades del Sector Cooperativo (Cooperativas, Precooperativas, Fondos de Empleados, Asociaciones Mutuales).

El contenido de esta Ruta abarcará los siguientes módulos:

• **Aspectos Legales:** Para la toma de decisiones, durante su existencia, o para la disolución y procedimiento de liquidación cuando termina su vida jurídica, las entidades sin ánimo de lucro están reguladas por una serie de normas desde el momento de su constitución dependiendo del tipo de entidad, sea del sector común o del sector solidario.

• **Énfasis Tributario y Contable:** Teniendo en cuenta las diferentes reformas, que han hecho que las relaciones jurídicas entre Estado y contribuyentes estén enmarcadas por una gran normatividad legal, generando nuevas obligaciones y derechos para los contribuyentes, existe la necesidad de que en este tipo de organizaciones el área tributaria y contable esté al día con esta legislación.

• **Proyectos:** Su objetivo es brindar herramientas básicas para la formulación y evaluación de proyectos en el sector público y privado que permitan el incremento de ingresos o excedentes, crecimiento y desarrollo económico, mejoramiento de calidad de vida y bienestar social.

• **Mercadeo Social:** Es una rama del mercadeo que responde a la demanda de productos y programas que promueven las organizaciones sociales. A diferencia del mercadeo comercial, este no satisface el deseo de compra, sino que beneficia a personas, grupos y comunidad. Su objetivo es brindar herramientas que permitan cambiar imaginarios o comportamientos sobre temas específicos.

• **Administración y Finanzas:** El área administrativa es el eje central de la organización que debe consultar los principios de igualdad, moralidad, eficiencia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad. En consecuencia, deberá concebirse y organizarse de tal manera que su ejercicio sea intrínseco al desarrollo de las funciones de todos los cargos existentes en la entidad y en particular de las asignadas a aquellos que tengan responsabilidad de mando. Esta área se constituye en el conjunto de actividades tendientes a lograr los objetivos de custodiar los valores y recursos de la organización e invertirlos de manera adecuada.

Al terminar la ruta los participantes dispondrán de herramientas gerenciales que podrán aplicar al interior de sus organizaciones para el mejoramiento continuo.

"LAS ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO NO SON ENTIDADES CON ANIMO DE PÉRDIDA"



**Hotel Guadalajara**  
BUGA

*Déjate seducir*

plan  
**noche Romántica**

Válido únicamente para los viernes o domingos NO FESTIVOS

Este plan requiere RESERVA PREVIA con 24 horas de antelación y PREPAGO del 100%

**Valor por Habitación Doble:**

Habitación estándar	
• con aire acondicionado	\$110.000
• Habitación superior	\$160.000
• Habitación junior suite	\$190.000

**Incluye:**

- Dos Desayunos Americanos (no es válido para Room Service, se sirve en la terraza de la piscina o comedor entre las 7 y las 10 a.m.)
- Media botella de licor (Aguardiente o Vino)
- Dos gaseosas por habitación

**INFORMES Y RESERVAS:**  
PBX: (2) 236 2611 ext. 298 ó 148  
ventas@hotelguadalajara.com.co  
www.hotelguadalajara.com.co  
BUGA - COLOMBIA

# Encuentro de Afiliados

## Noche de reconocimientos, amigos y marketing digital



La agenda de este encuentro incluyó la presentación del informe de gestión 2013, el lanzamiento de un nuevo servicio de Marketing Digital y la entrega de reconocimientos a tres establecimientos que han creído en Buga y en la región: Distritiendas, Voces de Occidente y Dulces del Valle. La distinción a su trayectoria reconoce la confianza, la credibilidad y la constancia que han demostrado al respaldar, a través de su afiliación, la gestión de la Cámara de Comercio.

## Voces de Occidente, parte del diario vivir

El 6 de febrero de 1941 se constituyó la Sociedad Comercial Voces de Occidente, gracias a la visión, espíritu emprendedor, sacrificio, trabajo duro y tenacidad de grandes hombres y líderes cívicos como Ramón Antonio Azcárate y Rivera, Pablo E. Campo C., Alfonso Azcárate B., Manuel Dolores Tejada y Hernando Azcárate Martínez.

La emisora comenzó emitiendo en una frecuencia local y luego en una preferencial, para lo cual tuvo que construir un radioteatro con capacidad para 200 personas como requisito indispensable para obtenerla. Éste ha sido recinto de artistas nacionales e internacionales de primera línea.

Asus 73 años, Voces de Occidente es una emisora afiliada a la prestigiosa cadena radial RCN y por ella han pasado periodistas, locutores, operadores y técnicos reconocidos a nivel regional y nacional. Su variada programación, la calidad de los servicios noticiosos y de contenidos, la ubican a la vanguardia de las más prestigiosas de la región incluyendo Cali, con altos rating de sintonía. Desde el 2010 cuenta con un nuevo estudio máster, reconocido como uno de los más modernos de la región por sus adecuaciones físicas y la tecnología con que cuenta.



Marino Toro Villalobos Gerente de la emisora recibe el reconocimiento de parte de Julián Andrés Fernández G. integrante de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio .

Su gerente Marino Toro Villalobos, con su dinamismo y visión, ha sabido aprovechar exitosamente las oportunidades y se ha adaptado a los desafíos actuales. Voces de Occidente hace parte del diario vivir de miles de familias, gracias a la dedicación y esmero por ofrecerles información, entretenimiento y cultura. Lidera innumerables campañas dando ejemplo de enorme compromiso social.



## Distritiendas, trabajo, disciplina e innovación



Julio Cesar Bedoya, gerente de Distritiendas recibe este reconocimiento de parte del señor Nestor Arias Villegas, integrante de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio.

Esta empresa inició operaciones con un millón de pesos, nueve empleados, dos vehículos refrigerados y un termoking de 17 m<sup>2</sup> como cuarto frío; atendía parte del centro del valle, llevando los derivados lácteos de Alpina al mayor número posible de tiendas.

Veinte años después cuenta con cerca de 90 empleados, 60 en Buga, 30 en Buenaventura y un buen cubrimiento geográfico en el canal tienda a tienda y mini mercados, con cerca de 5000 clientes activos ubicados en municipios del centro del valle. Su mayor riqueza es la atención a sus clientes a quienes visitan semanalmente de manera rigurosa y su promesa de entrega es de máximo 24 horas.

Para ser más competitivos, realizaron importantes inversiones en materia de infraestructura física, desarrollo tecnológico y cambio cultural. Su promesa de venta, la atención al cliente, su estructura plana y su organización simple han sido fundamentales para ser los mejores.

Nuestro reconocimiento a una empresa que por su arduo trabajo, empeño, disciplina, austeridad, creatividad e innovación, ha logrado posicionarse en el país como una de las mejores de distribución.

## Cecilia Payán - Dulces del Valle, tradición que trasciende fronteras

La constancia y la visión empresarial de doña Cecilia Payán de Domínguez dieron inicio en 1926 a una dulce obra. El mejoramiento de recetas tradicionales, marcaron el comienzo de la empresa que hoy es Cecilia Payán, Dulces del Valle.

Cecilia Payán, mujer con espíritu emprendedor, es ejemplo para muchas personas que hoy quieren crear empresa, pues dejó una huella profunda e indeleble de valores, principios y forma de gestionar negocios.

Pionera en la producción de manjar blanco elabora su receta original, obteniendo altos estándares de eficiencia y calidad; innovando productos a base de frutas, ampliando su portafolio en la línea de nutrición y energética, con procesos de secado, manufactura y empaques y desarrollando canales de distribución a nivel nacional e internacional. La posibilidad de exportar los productos llevó a la consecución de nuevas técnicas para una producción más rápida y en serie, manteniendo la preocupación inicial por la calidad, razón a la que se le atribuye el éxito de sus productos.

Hoy, es una empresa pujante innovadora y emblemática de la industria alimenticia del país, posicionada en el corazón y el gusto de muchos colombianos.



Maria Cristina Campo de Arango, recibe este reconocimiento de parte de Marco Holmes Trejos integrante de la Junta Directiva de la Cámara de Comercio.

La empresa Cecilia Payán, Dulces del Valle, tiene para nosotros un significado especial que va más allá del relacionamiento comercial puesto que nació como la Cámara, en 1926, tiempo en el que hemos construido sueños y trazado caminos.



## Entrevista

# Luis Carlos Ossa Morales

## Alcalde de Restrepo



*Luis Carlos Ossa Morales es un restrepeño que ha labrado su destino a puro pulso. Logró desde muy joven iniciar y desarrollar su recorrido empresarial. Años después entró a la vida política. Su llegada a la alcaldía de Restrepo, obedece a un noble anhelo de servicio y de querer posicionar al municipio en el ámbito nacional.*

### ¿Cuáles son los pilares fundamentales de su gestión y como se están cumpliendo?

Le apostamos a la reactivación económica a través de los ejes que le brindan estabilidad al ser humano: empleo, salud, deporte, cultura, recreación y vivienda; pero sobre todo estamos generando oportunidades para mejorar el poder adquisitivo de nuestros habitantes. Hemos emprendido acciones a corto y largo plazo que nos han permitido desarrollar proyectos para mejorar vías, mejorar el alumbrado público al ciento por ciento, cambiar parte del alcantarillado, apoyar actividades deportivas y culturales.

### ¿Cuál es el impacto social que se espera con todos estos proyectos?

Hemos podido trabajar fuertemente en la necesidad de producir alimentos, disminuir los índices de criminalidad, reactivar la construcción, generar de empleo y otros resultados sociales que demuestran cambio total en esta administración. El tema del empleo ha sido fundamental para esta población que busca oportunidades de generar ingresos; para ello pusimos nuestra mirada en el campo, creando las condiciones para que los restrepeños le apuesten al tema agrícola. Estructuramos una estrategia para que Restrepo vuelva a ser una de las principales despensas agrícolas del Valle del Cauca. Al reactivar la agricultura se reactiva la economía y el empleo, si el campo está dando comida a la gente, va tener también poder adquisitivo.

### ¿Qué oportunidades detecta en el entorno que podría aprovechar el municipio para ser más competitivo?

Restrepo por su ubicación geográfica tiene todas las oportunidades para liderar el tema turístico, puesto que posee un potencial muy grande para desarrollar sus

fortalezas como destino, ser zona franca o epicentro para la exportación. Pensando en esas oportunidades, concretamos el Plan Municipal de Turismo que vamos a implementar con las estrategias que den forma a la estructuración de la oferta turística.

### ¿Con qué acciones concretas se está trabajando en la mejora de calidad de vida de los habitantes de Restrepo?

Reactivando la agricultura, generando empleo y trayendo programas para el Adulto Mayor, Ludotecas, Familias en Acción, Vive Digital y en general aprovechando todos aquellos que se brindan desde el gobierno central. También la puesta en marcha de importantes iniciativas como “Somos salud” y el acompañamiento brindado a programas como el Subsidio al Desempleo, del cual se tenía conocimiento pero por falta de seguimiento muchas veces no se aplicaba.

### ¿Cómo vislumbra al municipio de Restrepo al terminar su mandato?

Hemos devuelto a los ciudadanos la confianza en las instituciones públicas. Hemos demostrado que con empeño, ganas y amor por la tierra se pueden hacer muchas cosas. Aunque el presupuesto es limitado, con estrategias de gestión y creatividad se está dando respuesta a las necesidades de los restrepeños. Tenemos más de cuarenta logros en temas en los cuales estábamos atrasados: obras de infraestructura, reserva forestal del Pacífico, ajustes al EOT, Plan de Desarrollo Municipal y seguimos trabajando en darle orden al municipio para que pueda avanzar. Espero al final de mi mandato dejar el camino amplio y despejado para que Restrepo siga su crecimiento y transformación.





# Restrepo

## Naturaleza, cultura, agroindustria y diversidad

El municipio de Restrepo se ha identificado como un destino con potencial en el sector turístico, debido a las riquezas naturales, culturales, rurales, eventos, ferias y fiestas, que día a día se consolidan como atractivos para visitarlo. Encontramos lugares como Puerta Negra, la Albania y el Alto de Sabaletas donde se concentran los atractivos y recursos naturales, con senderos ecológicos y algunos alojamientos rurales.

En el tema cultural hay una variedad de festividades locales y monumentos que son patrimonio cultural arquitectónico, que además se han convertido en iconos para los habitantes del municipio como es el caso de la Iglesia Nuestra Señora del Carmen, el Parque Museo de la Cultura Calima o la Iglesia Veredal de San Salvador.

La cultura Calima, la tradición cafetera, la arquitectura, el legado cultural, las artesanías, las expresiones artísticas y los paisajes que invitan al senderismo hacen de Restrepo un atractivo turístico con muchos ingredientes. A continuación tratamos de condensar esta variada oferta, invitándolos a descubrir a este municipio, la hospitalidad de sus gentes y la exuberancia de sus paisajes.

Paquete	Actividades
Puerta Negra Rincón Ecológico de Restrepo	Senderismo Pesca de Trucha Alojamiento en posada
Bosque de Pubenza	Senderismo Avistamiento de fauna Miradores
Cascada de Calimita y Cueva del Duende "Naturaleza y Mitos del Bosque"	Senderismo Escalada de cascadas Recorrido por la Cueva del Duende Baño de cascadas
Alto Sabaletas - Albania "Pulmón Ambiental de Restrepo"	Senderismo Avistamiento de fauna y flora Miradores
La Mancha y la Lora "Estrella Hídrica de Restrepo"	Senderismo Avistamiento de fauna y flora
Enclave subxerofítico "Una joya natural en el Río grande"	Senderismo Avistamiento de fauna y flora

Línea de Turismo de Naturaleza  
Restrepo al Natural

Paquete	Actividades
Pura Cultura Calima	Recorrido por el Parque Museo de la Cultura Calima
	Visita a la Iglesia de Nuestra Señora del Carmen y subida al Mirador
	Danzas folclóricas
	Concierto Filarmónica de niños restrepeños
	Visita a artesanías
	Recorrido de avistamiento de pictogramas
	City Tour
	Fiestas Patronales de Restrepo
Fiestas Patronales de San Salvador	

Línea de Turismo Cultural  
Restrepo Cultura Calima

Paquete	Actividades
Ruta de la Guayaba	Visita y recorrido a la producción de dulces en Playaguay
Ruta de la Panela	Visita y recorrido a los trapiches comunitarios de San Salvador para observar la elaboración de panelas y dulces derivados
Ruta de la Fruta	Visita y recorrido por la Finca La Cabaña y algunos cultivos típicos de la zona

Línea de Turismo Rural Comunitario  
Restrepo Rural



# Empresarios que creen en Restrepo

## PANADERIA PIPES

Calle 12 # 8-48



Fundada hace más de 20 años por Omaira García y Everto Arias, actualmente propiedad de don William Buitrago y su esposa María Elvira Hincapié. Es una panadería de tradición familiar y de alto reconocimiento por parte de los restrepoños. Actualmente genera 5 empleos directos entre panaderos y personal de servicio al cliente. Se destacan sus propietarios por su colaboración e integración a las diversas actividades que se organizan en el municipio lo que evidencia su compromiso social frente a la comunidad.

## DROVARIEDADES OASIS Cra 9 # 12-07 - Tel: 3217260097



Droguería que se destaca por adaptar sus servicios a las necesidades de sus clientes a través programas permanentes de fidelización y promociones atractivas. Lidera programas sociales como la celebración del día de los niños, las novenas de navidad y jornadas de salud en las veredas. Es una empresa familiar creada hace 22 años

por la señora Libia Mejía y actualmente de propiedad de la señora Leidy Mejía y su esposo Fredy Muñoz quien manifiesta que para ser un empresario exitoso se necesitan "ganar para salir adelante, buscando una mejor calidad de vida para su familia y el entorno que le rodea".

## EMISORA SUPER LATINA 89.0 FM

[www.superlatina.co](http://www.superlatina.co) - 3116157537

Es una emisora comunitaria adjudicada a la junta de acción comunal de la vereda Buen Vivir que salió al aire hace ya 6 años gracias a la gestión del actual presidente de esta junta el señor Edilson Navia con el apoyo de Alexander Hidalgo. Inició con pocos recursos, pero gracias al compromiso de los trabajadores fundadores ha logrado evolucionar en lo técnico, en la composición artística y en la programación general.



## AUTO SERVICIO MERCANEY

Cra 10 # 10-16 - Teléfono: 2522187

Negocio de amplio reconocimiento en Restrepo, lleva funcionando más de 23 años. Creado por don Nelson Barrera, emprendedor innato, quien logro convertir un pequeño granero en el próspero auto servicio Mercaney. Genera 25 empleos directos y 5 indirectos. Se vinculan a todas las actividades festivas organizadas por la administración y en diciembre apoyan las novenas de barrios, veredas e instituciones educativas. El señor Barrera expresa que en el municipio "el progreso es un esfuerzo que están haciendo todos: comunidad, comerciantes y administración".



## FERRETERIA CENTRAL W.

Cra 10 # 10-33 - Tel: 2522812 - 3216456072

Empresa de alto reconocimiento fundada hace 22 años por el señor Humberto Castaño y su hijo William. Humberto, gran emprendedor y amante de los negocios, que gracias a la experiencia laboral de su hijo en el área de ferretería, visualizaron una oportunidad de negocio, en un espacio de su vivienda que se adaptaba muy bien para establecer un local comercial. Actualmente la ferretería es manejada por William, quien cree que Restrepo tiene una buena proyección agrícola, comercial y turística.



## PUNTO CARNES

Calle 9 # 11-09, Tel: 2522170



Hace 14 años el señor Jesús Eduardo Álvarez, impulsado por su visión empresarial, inició este negocio de comercialización de productos cárnicos frescos para el consumo humano. Su éxito lo debe a una clara estrategia orientada al servicio al cliente, visión de futuro y énfasis en el crecimiento continuo de su negocio. Para Punto Carnes la calidad es esencial.

## COMERCIALIZADORA J.G.S.

Cra 7 # 6-16 - Tel: 2533783



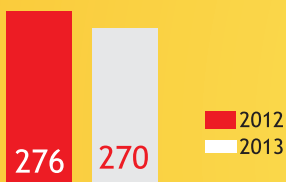
Importante empresa que nace de una combinación de experiencia y entusiasmo empresarial de los amigos Jhon Giraldo y Pedro Luis Cárdenas. Comercializa insumos para la agricultura y la ganadería, como concentrados y productos veterinarios. Actualmente Jhon es el propietario de esta iniciativa empresarial que lleva 2 años en el mercado. Don Pedro, quien es su mano derecha y administrador del mismo, argumenta que han basado su éxito en la buena atención, en ofrecer productos de calidad y en la asesoría que brindan.



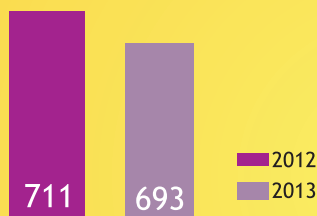
# Restrepo

## Composición Empresarial

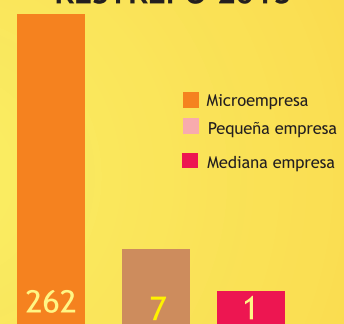
POBLACIÓN EMPRESARIAL RESTREPO 2012 - 2013



COMPARATIVO EMPLEO RESTREPO 2012 - 2013

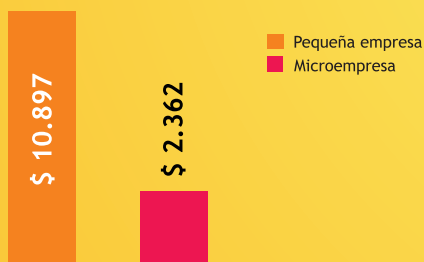


EMPRESAS POR TAMAÑO RESTREPO 2013



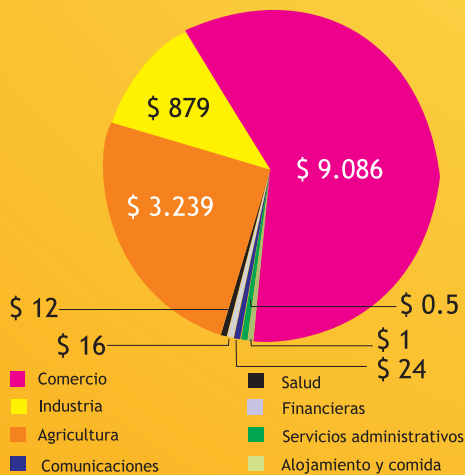
La Microempresa representa el 97.04% de la población empresarial del municipio, 262 establecimientos.

VENTAS POR TAMAÑO DE EMPRESAS RESTREPO 2013 (en millones)



La pequeña empresa reportó el mayor valor en ventas, representando el 82.2%, con \$ 10.897 millones.

VENTAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA RESTREPO 2013 (en millones)



EMPRESAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA RESTREPO 2013



La actividad más representativa es el sector comercio con el 54.8% de participación, 148 empresas.

# Buga le apuesta a una Marca de Ciudad

*El posicionamiento de marca, es una poderosa herramienta que ayuda a los municipios y a las regiones a aumentar su presencia, su reputación cultural y política, incrementa el turismo, el comercio y atrae nuevas inversiones.*

Los acontecimientos no son fruto del azar, son el resultado de soñar y gestionar con perseverancia acciones para hacerlos realidad.

Para no ir muy lejos, nos sentimos orgullosos al ojear periódicos y encontrar en ellos a Buga como protagonista en la reseña de grandes acontecimientos como su inclusión en la Red de Pueblos Patrimonio, la oficialización de la aprobación del Plan Especial de Manejo y Protección, el anuncio de la construcción de la ciudadela Colegio Académico, la aprobación de los diseños y la financiación del proyecto de recuperación del sector histórico, la llegada de cerca de 32 empresas con activos superiores a mil millones en activos en los últimos 5 años, la inauguración del Centro de Atención Empresarial, la llegada de la Dian después de 7 años de gestión y en fin, una larga lista que nos entrega la memoria.

Valga esta ocasión para agradecer a los Alcaldes, entre ellos al Licenciado John Harold Suárez, a las instituciones, empresas y personas que muestran a Buga a nivel regional y nacional.

Y es que ellos han tenido claro que las regiones deben gestionarse con criterios similares a los de las empresas, porque deben organizarse, diseñar estrategias, visionar, proyectarse, asumir riesgos, promover iniciativas e innovar.

Siguiendo este símil, en los municipios el **PRODUCTO** son sus ventajas competitivas; el **PRECIO** es la opinión pública entendida como los habitantes, los visitantes, los turistas y los inversionistas; la **PLAZA** es su localización y la **PROMOCIÓN** es la estrategia de comunicación que se implemente para posicionarla. Esas son las 4P del Marketing.

El costo de no seguir la fórmula de éxito de las empresas se traduce en la escasa proyección, la baja institucionalidad y, lo más grave, la falta de oportunidades y las pocas condiciones de vida para sus habitantes.



En el marco de un Convenio suscrito con la Alcaldía Municipal el año anterior, la Cámara de Comercio elaboró la Guía del Inversionista, documento que busca mostrar las potencialidades de Buga para atraer la inversión y aportar los elementos para el diseño e implementación de la estrategia de posicionamiento del Municipio.

Dicho posicionamiento requiere la gestión estratégica de sus fortalezas y de sus factores diferenciadores. Éstos se constituyen en elementos que determinan la imagen a proyectar a partir de la visión de futuro de largo plazo, adoptada en sus instrumentos de planeación, las apuestas productivas identificadas y los proyectos estratégicos que se plantean.

La promoción económica y social de un ente regional o local busca un mayor beneficio de su población, a partir de la identificación de sus potencialidades y ventajas competitivas en la producción de bienes y servicios propios de ese territorio. Así, el objetivo de promover los territorios locales se logra por medio de la planeación y el desarrollo de una oferta específica del municipio, haciendo énfasis en sus propias características de desarrollo.

El Marketing Territorial es parte integral de la estrategia de desarrollo competitivo de una región y se concentra en la definición, formación y potenciación de la **IDENTIDAD E IMAGEN** corporativa del territorio. Debe soportarse fundamentalmente en un compromiso tanto de los actores públicos y privados, para la implementación de acciones, que se deriven del Plan.

Bibliografía: Unilibrecali.edu.co; gerencia@adel.org.co



# así nace la marca de Nuestra Ciudad

La cruz es también un signo más (+) con el fin de expresar que Buga es más que un destino religioso. La cruz griega tiene relación con la Resurrección, que a la vez está en sintonía con el concepto de “renovación”, “resurgimiento” o “revitalización” del desarrollo local a partir de diferentes iniciativas y proyectos.

Acompañando la “cruz” o el “más” se encuentra la representación gráfica del Monumento conocido como “El Faro” erigido en homenaje a Alejandro Cabal Pombo, hombre visionario de la ciudad que dedicó su vida a trabajar por el progreso de Buga y la región.

La ilustración retoma los colores de la bandera del municipio y utiliza elementos que lo hacen simple y de fácil recordación visual.



La incorporación de un corazón en la letra “a” permite construir una metáfora que asocia lo físico y lo espiritual. El corazón es un órgano biológico que da vida a la persona y es motor de su existencia.

El slogan “TU MEJOR OPORTUNIDAD” transmite la visión de futuro definida en el proyecto de revisión y ajuste del POT, que busca convertir a Buga en “espacio de vida y convivencia, atractiva, educada, competitiva y de grandes oportunidades”. Es un territorio de oportunidades para residir con calidad de vida, visitar y conocer y encontrar una oferta turística variada e invertir y desarrollar negocios innovadores.

**Definir una marca que refleje identidad e imagen y todo aquello que se quiera proyectar, no es tarea fácil, pues requiere:**



- Conocer en profundidad la situación del territorio en relación a su tejido económico y productivo, las características del entorno social y medioambiental, las fortalezas, las debilidades y las oportunidades para su desarrollo. Y por parte de sus habitantes, un alto sentido de pertenencia que permita avanzar en la atracción de otros públicos.
- Seleccionar los factores diferenciadores del territorio tales como valores, atributos naturales y potencialidades que pueden ser clave de éxito en ese nuevo mercado globalizado.
- Identificar sus condiciones competitivas en materia de infraestructura, servicios de salud, sofisticación de empresas y servicios, instituciones existentes, entre otros.
- Analizar las demandas del mercado en un mundo global y cambiante.
- Definir la visión, es decir determinar con claridad lo que quiere ser en el futuro y establecer las políticas y Planes Estratégicos.
- Definir las apuestas productivas y los objetivos para desarrollarlas, pues las regiones no son buenas para todo.
- Acompañar la oferta turística de calidad, variedad y complementarios como estado de vías, conectividad digital, acceso a medios electrónicos de pago, entre otros.
- Establecer servicios para la inversión, entendiendo como tales, la facilidad para hacer negocios, el entorno adecuado y la existencia de una organización territorial o un sistema para el apoyo y atracción de inversiones.



Si la  
implementación  
de las NIIF le  
causa dolor de  
cabeza...

tenemos un proyecto  
que lo acompaña  
en el proceso.

**P**ara contribuir al mejoramiento de la productividad, la competitividad y el desarrollo empresarial, el Gobierno Nacional mediante la Ley 1314 del 13 de julio de 2009 (Ley de convergencia a normas internacionales de contabilidad) dio el aval al proceso de adopción a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Para ello expidió el documento de Direccionamiento Estratégico, el cual establece que las empresas colombianas clasificadas en el Grupo 1 y 3, tendrán que preparar sus estados financieros del año 2014, aplicando las Normas Internacionales de Información Financiera.

Las empresas del Grupo 2, lo deben hacer para el año 2015.

La administración de las empresas, es decir, los propietarios, gerentes, administradores, juntas directivas, consejos de administración, etc., deben en

primer lugar, entender que este no es un proceso meramente contable, sino que involucra a toda la organización. Por eso que es importantísimo que la administración se capacite sobre estas normas, de tal manera que pueda identificar las ventajas, desventajas, beneficios, fortalezas, riesgos y oportunidades que conlleva su aplicación.

En segundo lugar y para que el proceso de adopción se realice sin mayores traumatismos y tenga el menor número de tropiezos, la administración debe:

- 1 Determinar y destinar los recursos económicos para el desarrollo del proyecto.
- 2 Evaluar las políticas, los procesos y procedimientos al interior de la organización, e identificar sí los que se tienen facilitan o no la convergencia hacia las NIIF.
- 3 Capacitar a todo el personal involucrado en el proceso.
- 4 Evaluar los recursos técnicos y tecnológicos.



Para acompañar a las empresas en este proceso y en busca de economías de escala, aunando esfuerzos de los empresarios, la Cámara de Comercio está adelantando un proyecto para la adopción de este nuevo marco contable, cuyo objeto es el mejoramiento de la competitividad en empresas micro, pequeñas y medianas y entidades sin ánimo de lucro establecidas en su jurisdicción mediante la implementación de NIIF.

Los componentes que se desarrollarán en el proyecto están directamente relacionados con las etapas de diagnóstico organizacional e implementación de las normas, de acuerdo a las características particulares de cada organización, según tamaño, actividad económica y tipo de gobierno corporativo que la rija.

### PARA QUE LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS NIIF SEA UN ÉXITO, TENGA EN CUENTA:

1. Determinar y destinar los recursos económicos para el proyecto de aplicación de las NIIF ó IFRS.
2. Indicar los encargados del proyecto, el personal calificado y ante todo, promocionar e informar sobre los avances del proyecto.
3. Evaluar los recursos técnicos y la tecnología necesaria para que la convergencia se facilite.



## Encuentro de Contadores, grandes enseñanzas



Los profesionales de la contaduría se dieron cita en el Encuentro de Contadores que convocó la Cámara de Comercio de Buga. Tuvo como propósitos celebrar el día del Contador Público colombiano e intercambiar conceptos en el panel de expertos sobre "las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF, de la teoría a la práctica".

El panelista invitado fue **Wilmar Franco Franco**, Presidente del Consejo Técnico de la Contaduría Pública. Participaron también Gabriel Gaitán León, Gerente de G & G Consultores, Hernando Ortiz Solano, Representante de BKF International y Moisés Arciniegas González, docente de la Pontificia Universidad Javeriana de Cali. Coincidieron en afirmar que "los gerentes de las organizaciones deben conocer el impacto de las Normas Internacionales de Información Financiera en sus empresas, pues no es solamente un tema contable, sino que la adopción de las NIIF tendrá un impacto dentro de los procesos, la gente, los controles, la gobernabilidad y la tecnología".

*"En un escenario de internacionalización de la economía, el ejercicio de la contabilidad pública no debe ser visto como un ejercicio instrumental, de teneduría de libros. Las NIIF y las normas de aseguramiento representan un conjunto de principios cuya aplicación requiere criterio y capacidad para hacer juicios en el reconocimiento de hechos económicos"*

Wilmar Franco Franco  
Presidente del Consejo Técnico  
de la Contaduría Pública





# ZMOT

## Momento Cero de la Verdad



**P**laneando mis pasadas vacaciones a Cancún, decidí hacer la búsqueda del plan perfecto a través de un sitio en internet reconocido para tal fin. Dentro de las ofertas, hubo una que llamó mi atención, pero cuando decidí ver las opiniones de otros turistas respecto al hotel, la mayoría hablaban muy bien de él, pero mencionaban su descontento con las playas. Esto, me despertó curiosidad y decidí buscar en Google imágenes del hotel y de sus playas; en efecto, las playas no eran tan bonitas en las imágenes como las de otros hoteles, razón por la cual, busqué una nueva oferta de hotel, hice el mismo estudio y tomé mi decisión.

La toma de decisiones por parte de los consumidores se ha transformado debido a que hoy existen muchas formas de obtener información a través de las redes sociales y sitios web en general. Google realizó un estudio donde relaciona cual es el Momento Cero de la Verdad (Zero Moment Of Truth, ZMOT.) y define cuáles son los pasos que sigue un consumidor antes de realizar una compra. A continuación relaciono los pasos establecidos por dicho estudio:



**Paso 1:** El consumidor Primero siente un estímulo que se convierte en un deseo de compra.

**Paso 2:** El consumidor entra a un motor de búsqueda (Google, Bing, etc) e ingresa las palabras relacionadas a su interés, observa los resultados, selecciona sitios con información e ingresa a ellos.

**Paso 3:** El consumidor ingresa a sitios como YouTube a observar videos relacionados con el tema, que pueden ser tutoriales, de uso o de información pero que no necesariamente es buena.



**Paso 6:** El consumidor una vez obtiene su propia experiencia de consumo, la comparte en redes sociales, en el sitio de compra y en sitios especializados.

**Paso 5:** El consumidor basado en lo visto, toma la decisión de compra y procede a la adquisición o intercambio del producto o servicio.

**Paso 4:** El consumidor busca comentarios sobre el producto o servicio, a través de foros especializados, sitios relacionados y redes sociales, donde hoy los consumidores se expresan en tiempo real, compartiendo incluso fotografías y videos que muestran momentos reales y espontáneos.

Lo anterior nos lleva a comprender que si los consumidores están cambiando y accediendo a ofertas e información de todo el mundo, los negocios también tienen que cambiar y adaptarse a estas nuevas exigencias incrementando sus estrategias a través de medios electrónicos; a entender que estos cambios nos conducen a ampliar los mercados que antes considerábamos locales, regionales o nacionales; a enfrentar a empresas internacionales como competencia y a pensar en la posibilidad de aprovechar otros mercados en los cuales también podemos competir sin tener que desplazarnos para mejorar nuestras expectativas .

Estimados lectores: los invito a comenzar su participación activa en el mundo de los negocios a través de Medios Digitales, que contrario a lo que muchos piensan, tiene todo que ver con usted y el futuro de su negocio. El mundo lo está esperando, ¡sorpréndalo!

Julián Castillo P.  
Master en Dirección Comercial y Marketing  
Especialista en Negocios en Internet  
Profesional en Finanzas y Negocios Internacionales  
[www.juliancastillo.com](http://www.juliancastillo.com)



## De gira por los municipios



Realizamos en alianza con Comfandi y Coomeva, en los municipios de la jurisdicción, la conferencia “Cómo construir una imagen positiva de su negocio”.

También, con la asistencia de un excelente número de comerciantes, realizamos en todos los municipios de la jurisdicción, jornadas de Actualización Tributaria.

## Más empresarios actualizados



Gran asistencia registró la convocatoria que hicimos con la Alcaldía Municipal para la conferencia sobre “Actualización Tributaria”. Durante el primer trimestre del 2014 hemos adelantado dos jornadas.

## La Cámara cumple



Ganador del Renault Clío, premio mayor que sorteó la campaña llevada a cabo en diciembre Creo y Compro en Buga. Wilson Cardeño realizó sus compras en la distribuidora FERCOLA, ubicada en la calle 9 No 11 - 60.



Edwin Daniel Veira Roldán fue el afortunado ganador de un computador portátil que la Cámara de Comercio sorteó entre las empresas que renovaron su matrícula mercantil antes del 31 de marzo de 2014. La matrícula beneficiada fue la número 54286, correspondiente al establecimiento Bodega Mediacanoa, ubicado en la Calle 7A#12 - 74 de Buga.



Entregamos muchos balones, llaveros y camisetas ofrecidos por la campaña Raspando y Ganando con el Mundial de Descuentos. Esta actividad organizada por la Cámara de Comercio, la Alcaldía Municipal y el comercio unido, tiene como finalidad reactivar las compras en la pretemporada del mundial de fútbol.



## Expresiones culturales que quedan en la memoria



El Centro Cultural Colombo Americano presentó por cuarto año consecutivo Gospel Afroamericano, esfuerzo que es posible gracias a la alianza interinstitucional que la Cámara de Comercio hace con la Secretaría de Cultura y la Caja de Compensación Familiar, Comfandi. El coro invitado para esta ocasión fue el de la Universidad de Bethune - Cookman, de Florida, Estados Unidos.



Momentos inolvidables vivimos con la presentación de Macondo Chamber Players, grupo de

cámara de reconocimiento internacional que nos incluyó en su gira por el país, gracias a la gestión de la Secretaría de Cultura y Turismo y la Cámara de Comercio. Esta oportunidad fue aprovechada para entregar a la señora Tatiana Tchijova, un reconocimiento por su contribución al impulso de la cultura, a través de su excelente gestión en la dirección artística del Festival Internacional de Música de Cámara de Guadalajara de Buga.

## Rutas hacia el fortalecimiento



Con la asistencia de setenta microempresarios de los sectores comercio, salud y servicios, se lanzó la Escuela de Formación Empresarial y su programa "Rutas para el Fortalecimiento" por parte de directivos de la Cámara de Comercio, el SENA y la Caja de Compensación del Valle del Cauca, Comfandi. Serán 54 horas de capacitación y 10 de asesoría personalizada para cada empresa, que ya están cursando.

## Tercera promoción diplomado NIIF



Sin desplazarse a Cali, con el respaldo de la Pontificia Universidad Javeriana, 32 profesionales de la Contaduría adelantaron en Buga el Diplomado en Normas Internacionales de Información Financiera - NIIF. Ellos hacen parte de la tercera promoción resultado de este exitoso convenio.



## En palabras del Ministro...



**E**l Ministro de Agricultura y Desarrollo Rural, Rubén Darío Lizarralde Montoya estuvo en Buga, gracias a la gestión adelantada por la Cámara de Comercio. El representante del Gobierno lideró el encuentro con representantes del sector agrícola, asociaciones de gremios, productores, presidentes de las Cámaras de Comercio y funcionarios de la Administración Municipal y Departamental, a quienes enfatizó la importancia de dinamizar la economía pero con trabajo duro del sector productivo, el cual debe pasar de las buenas ideas a la concreción de proyectos que permitan avanzar, innovar y asumir el reto que exige el momento actual.

### Más bienes públicos y menos subsidios

"El Ministerio de Agricultura tiene en este momento el 70% de su presupuesto enfocado en subsidios, pero más importante que esto es agregarle valor a la economía a través de proyectos innovadores, investigación y desarrollo, asistencia técnica, nuevas tecnologías, fortalecimiento en la red terciaria y en otros tipos de inversión que contribuyan al fortalecimiento del sector. Debemos cambiar la mentalidad asistencialista. Tenemos que dejar de ser uno de los países de América Latina que más aporta en subsidio al Producto Interno Bruto Agropecuario y Piscícola".

### Hay recursos

"Los proyectos asociativos de las comunidades serán tenidos en cuenta y serán acompañados por el Ministerio de Agricultura. Vamos a crear equipos que los acompañen en ese proceso. Así mismo están vigentes las ayudas que el Ministerio otorga al sector, pero es necesario replantear las convocatorias para evaluar su impacto y su resultado, además de ceñirse a un proceso metodológico bien organizado".

### El país necesita proyectos

"Así sean ideas innovadoras, necesitamos propuestas que podamos estructurar, fortalecer y echar para adelante. Si no hay proyectos, ¿en qué vamos a invertir? Necesitamos proyectos que permitan ejecutar el presupuesto del Ministerio. Lo que han hecho las Cámaras de Comercio con el ejercicio estratégico de las Rutas Competitivas: Cluster de la Fruta Fresca, es una propuesta que debe ser apoyada por el Gobierno, por el sector agrícola y en general por los demás sectores productivos. Es una apuesta organizada que busca presentarle a los agricultores del departamento y las autoridades regionales y nacionales una opción muy importante de desarrollo y de progreso. El llamado es a que seamos organizados, disciplinados y ceñidos a una metodología que nos permita avanzar y cambiar la situación actual del Valle del Cauca, en la que es más lo que se importa que lo que se exporta en productos hortifrutícolas".

### Apuesta por los Centros Regionales

"Es necesario construir nodos alrededor del sector productivo para que el campesino no tenga que asumir gastos plenos de desplazamiento aún sin llevar la producción completa. Esos Centros Regionales, tendrán una función vital para recoger, empacar y despachar desde allí los productos al mercado de la ciudad o de otros departamentos". Lo justo es comprarle al campesino la cosecha a los precios del mercado.

### Necesitamos agregar valor

"Esa es la única forma de llegar a los mercados internacionales. En este sentido la apuesta es fortalecer la agroindustria convirtiendo al campesino en actor activo del proceso productivo. Los productores no deben limitarse a la venta, sino que deben participar de toda la cadena de valor mediante la comercialización y absorción de procesos productivos novedosos".



Un homenaje al amor



Porque para nosotros,  
lo más importante es  
la tranquilidad de su familia



**Tuluá**  
Cra. 33 No. 25 - 35  
Tel.: 224 4510

**Buga**  
Calle. 16A No. 7A - 11  
Tel.: 236 2240

**Zarzal**  
Calle 10 No. 9 - 17  
Tel.: 220 7575

**Roldanillo**  
Cra. 8 No. 6 - 96  
Tel.: 259 5329

**Guacari**  
Cra. 5 No. 4 - 63  
Tel.: 253 1335

[www.losolivos.co](http://www.losolivos.co)  
[olivostuluá@losolivos.co](mailto:olivostuluá@losolivos.co)

Ahora puedes pagar  
tu plan de protección familiar  
en los puntos Gane y Servypagos



Cobertura nacional garantizada  
a través de nuestra Red Los Olivos

**Mac Pollo®**  
No. 1 en Colombia

**campesino**

CUANDO PIENSE EN POLLO  
**CAMPESINO**  
PIDA MAC POLLO



# El libro de los alcaldes de Buga

Este trabajo que orgullosamente entrega a la ciudad Ramiro Martínez Gutiérrez, en los 444 años de fundación de Guadalajara de Buga, contiene la biografía de 379 personas que rigieron sus destinos, 96 fotografías de ciudadanos que ocuparon el cargo de alcaldes, jefes municipales y prefectos y, 277 de sus rúbricas en documentos oficiales. Además, fotografías antiguas de algunos espacios vinculados al Gobierno Municipal como el cabildo, sedes de la alcaldía, residencias de algunos alcaldes, estancias y haciendas que les pertenecieron.

Ramiro Martínez G., hijo de esta tierra, estudioso de temas históricos, presentó ésta su primera obra *"Historia de Guadalajara de Buga -Alcaldes, jefes municipales y prefectos- Siglos XVI-XVII-XVIII-XIX-XX-XXI- Familias, linajes, parentescos y endogamia en el poder local"*, como fruto de una investigación de más de trece años.

Quienes lean este libro, es muy posible que encuentren como alcalde, jefe municipal o prefecto, a alguna persona que ostente su apellido o que se pueda identificar como su abuelo, bisabuelo, tatarabuelo o integrante de su más remota ascendencia.



*"Es claro como la suma de las obras y gestiones de todos los alcaldes biografiados en este libro desde la conquista, pasando por la Colonia, la Independencia y la vida Republicana, realizadas en favor de la ciudad, son el reflejo material forjador de la imagen de Guadalajara de Buga hoy, todo ello como resultado de la actividad publica del ente municipal"*

## En palabras del autor...

*"Los seres humanos tenemos siempre establecidas algunas metas universales como engendrar un hijo, sembrar un árbol y escribir un libro. Sobre esta última, se impone una variante: no solo es importante producir un libro, es imperativo que se publique y sea fuente de consulta"*

## Manténgase informado

Como una informa de interactuar de manera permanente con los usuarios, tenemos nuestra página web y cuentas en Facebook y Twitter. Búsquenos, agréguenos y manténgase informado.



[www.ccbuga.org.co](http://www.ccbuga.org.co)



[camaradecomerciodebuga](https://www.facebook.com/camaradecomerciodebuga)



[@camarabuga](https://twitter.com/camarabuga)

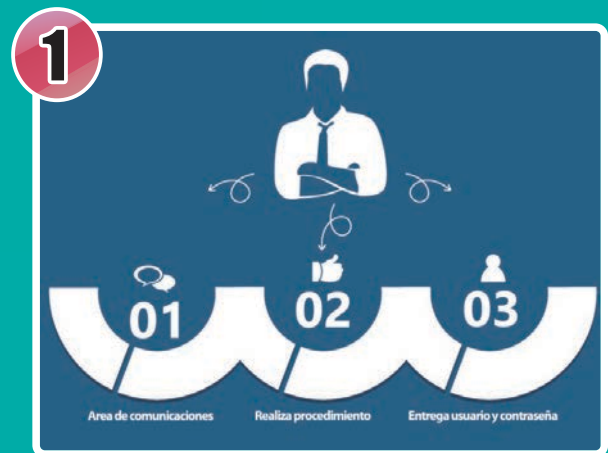




Los afiliados a la Cámara de Comercio de Buga tienen ahora un nuevo servicio para sus empresas. Se trata de los microsítios, una página web para que publiquen la información de su establecimiento y lo promocionen en la red de afiliados que se encuentra en nuestra página web [www.ccbuga.org.co](http://www.ccbuga.org.co)

En estos microsítios cada usuario administra exclusivamente la información comercial de su establecimiento. Allí pueden publicar hasta tres fotos, información del negocio, eventos, noticias, productos, servicios, información de contacto y su ubicación en Google maps.

Disfrutar de este servicio es sencillo, siga estos pasos:



- ◆ Solicite su clave para activar el micrositio enviando un correo electrónico a [camara@ccbuga.org.co](mailto:camara@ccbuga.org.co), con los datos de la empresa y el nombre de la persona de contacto.
- ◆ Cuando haya sido creado el usuario, recibirá un email con un vínculo, haga clic en él y diligencie la información que se le solicite.



- ◆ Después de diligenciar la información básica, tendrá acceso a la página web para iniciar el proceso de publicación.
- ◆ En la parte superior en el menú explicativo, verá las opciones para que actualice la información de su empresa: fotos, historia, misión, visión, productos y servicios, datos de contacto. Ejemplo: si desea subir una foto haga clic en la opción “slider afiliados”, allí se le indicará como subir las fotografías. Si desea incluir la información de la empresa, haga clic en “empresa afiliados” y diligencie los campos requeridos y así, con las demás opciones de publicación.



- ◆ Estaremos programando capacitaciones para acompañarlos en el proceso paso a paso. Si es de su interés, inscribáse en [comunicaciones@ccbuga.org.co](mailto:comunicaciones@ccbuga.org.co) y reserve su cupo.



## Avícola Santa Rita

### Mas de 60 años unidos al campo y comprometidos con el desarrollo del Valle del Cauca

**E**n el año de 1950, en el patio de su casa, con cerca de 500 gallinas, Don Rogerio Tenorio inició el sueño de lo que es hoy la familia avícola Santa Rita. Del patio de su casa se trasladó al norte de la ciudad donde hoy es el barrio El Jardín, luego se establece donde están ubicadas las oficinas y planta de producción alimento, posteriormente hacia 1975 se traslada a otro terreno donde hoy está la mayor parte de su producción.

El sueño de este hombre visionario no solo fue crear empresa, sino generar empleo para la ciudad de Buga, darle trabajo digno a sus colaboradores, enseñando que la vida y el trabajo se forman con disciplina, con esfuerzo y respeto mutuo. Este ejemplo trató de impartirlo no solo a sus trabajadores sino también a proveedores y clientes, trabajando con responsabilidad social y respeto con en el medio ambiente.

Expresaba en una sus frases mas comunes: “No sabemos aún nada, estamos comenzando a aprender cada día”. Esta cultura patriarcal y carismática se fortaleció con el tiempo. Hoy contamos con cerca de 400 empleos directos y otros 120 indirectos, con gente de nuestra ciudad y región, que han construido tanto su proyecto propio de vida, como los de la empresa, ejemplo de ello, las 750 viviendas del barrio Santa Rita.

En granjas ubicadas en el centro del Valle del Cauca, Avícola Santa Rita produce los huevos que lleva a gran parte del occidente colombiano y al centro del país, llegando a 10 departamentos e integrando con muchos

distribuidores una cadena de suministro que sostienen su promesa de valor: HUEVOS SIEMPRE FRESCOS, con los mayores estándares de calidad para un alimento de un alto valor nutritivo.

La empresa se encuentra debidamente certificada por el ICA como granja Biosegura y entre las 20 avícolas productoras de huevo de mayor tamaño del país. En el 2012 su marca fue reconocida en el canal tradicional de tienda con el sexto lugar en las ocho ciudades principales de Colombia.

La adopción de zonas verdes en Buga, el patrocinio de equipos deportivos y la construcción de 750 viviendas de interés social que conforman el Barrio Santa Rita, son algunos de los resultados de los programas de Responsabilidad Social de la empresa.

Conscientes de las necesidades de la comunidad para preservar el medio ambiente, Avícola Santa Rita creó la **línea telefónica ambiental** donde las quejas y observaciones son escuchadas, para luego ser reportadas a las instituciones de control ambiental.

Igualmente, la ciudadanía puede aportar a través de la página de Facebook Huevos Santa Rita y en el Twitter @huevosSantaRita.



**LINEA AMBIENTAL**   
**3155652298**



Cardiología Invasiva

Cardiología Pediátrica

Vascular Periférico

Electrofisiología

Neuroradiología



Centro  
Cardiovascular  
del Valle

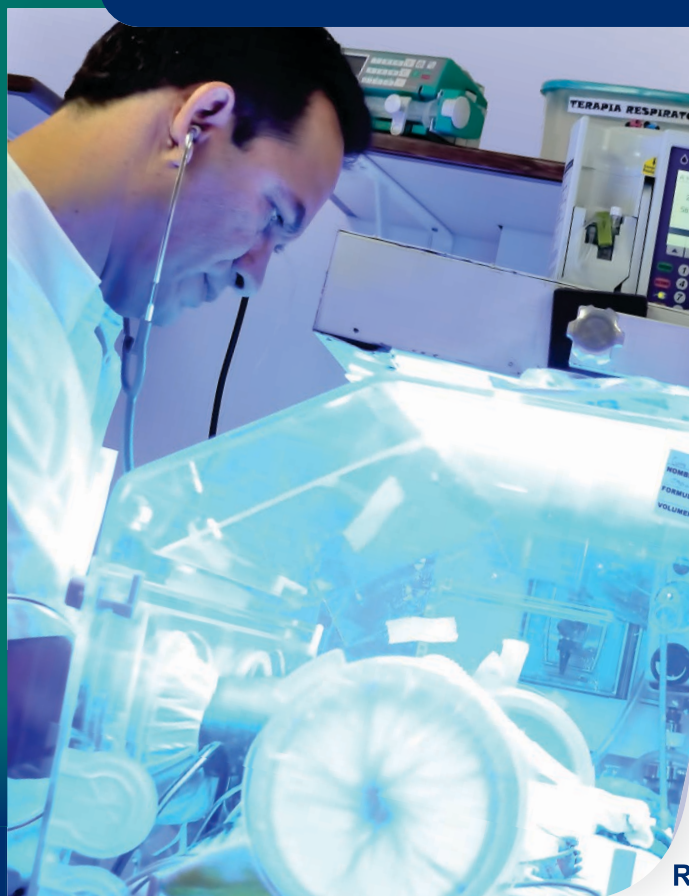
*Palpitamos por usted !*



**Teléfono Directo**

**2375113**

[centrocardiovasculardelvalle@gmail.com](mailto:centrocardiovasculardelvalle@gmail.com)



## Unidad de Cuidados Intensivos Neonatal

Atendemos neonatos más prematuros y de menos peso al nacer.  
Más de 3.000 neonatos atendidos desde el 2005.

La Mejor UCI NEONATAL de la región

**CUIDAMOS LA VIDA  
DE SU VIDA**



Referencia y Contrareferencia: 237 5117 - 2375157

Carrera 8 17-52. Conmutador: 236 1000 [www.fhsjb.org](http://www.fhsjb.org) - [siau@fhsjb.org](mailto:siau@fhsjb.org)

# ¿ TE QUEDASTE CESANTE?

Comfandi te ofrece  
una prestación económica



Comfandi garantiza, que quien se quede sin trabajo puede contar con una mano amiga en la búsqueda de un nuevo trabajo por intermedio de nuestras Agencias de Gestión y Colocación de Empleo en el Valle del Cauca las cuales han gestionado empleos de calidad para 1.786 personas en todo el departamento.

Además para aquellos cesantes que hayan cotizado a la Caja de Compensación obtendrán una ayuda económica que por cesante es de \$ 1.190.526, los cuales se destinaran para el pago de las cotizaciones a salud, con cobertura incluyendo su familia y pensión, así como también la cuota monetaria de subsidio familiar, este último, aplica siempre y cuando se haya recibido cuando estuvo laborando.



A través del Fondo de Solidaridad  
de Fomento al Empleo y Protección  
al Cesante - **FOSFEC**

## Mayores Informes

**Buga: Carrera 18 No. 18 A - 42**  
**Tel. 237 5858 ext. 1808**

VIGILADO  
por el Superintendente  
de la Superintendencia  
de Sociedades

La Caja de Compensación Familiar Comfandi, miembro de la Asociación de Cajas de Compensación Familiar (ASOCCAFAS), le genera bienestar social a los trabajadores de medios y bajos ingresos y a sus familias.