

**FORMULACION, EVALUACION, EJECUCION Y ACOMPAÑAMIENTO
DE TRESCIENTOS (300) PLANES DE NEGOCIO EN EL MARCO DEL
PROYECTO DE ATENCION INTEGRAL EN GENERACION DE
INGRESOS PARA POBLACION EN SITUACIÓN DE
DESPLAZAMIENTO, EN EL MUNICIPIO DE LOS PALMITOS – SUCRE
DURANTE EL PERIODO JUNIO - DICIEMBRE DE 2008**

**ARROYO RICARDO YENDRY MARIA
CAMPO ARMESTO ROBERTO CARLOS
LOPEZ CORREA MIRIAM ESTHELA
ORTEGA CARDOZO LUIS MANUEL
RENDON BLANCO GEANNY KARIN**

**DIRECTOR
M. G. HERNANDO JAIMES AMOROCHO**

**UNIVERSIDAD DE SUCRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE DIRECCION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SINCELEJO
2008**

**FORMULACION, EVALUACION, EJECUCION Y ACOMPAÑAMIENTO
DE TRESCIENTOS (300) PLANES DE NEGOCIO EN EL MARCO DEL
PROYECTO DE ATENCION INTEGRAL EN GENERACION DE
INGRESOS PARA POBLACION EN SITUACIÓN DE
DESPLAZAMIENTO, EN EL MUNICIPIO DE LOS PALMITOS – SUCRE
DURANTE EL PERIODO JUNIO - DICIEMBRE DE 2008**

**ARROYO RICARDO YENDRY MARIA
CAMPO ARMESTO ROBERTO CARLOS
LOPEZ CORREA MIRIAM ESTHELA
ORTEGA CARDOZO LUIS MANUEL
RENDON BLANCO GEANNY KARIN**

**Informe final para optar titulo de Administrador de Empresas, bajo la
modalidad de pasantías.**

**UNIVERSIDAD DE SUCRE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE DIRECCION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS
SINCELEJO
2008**

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser nuestra mayor inspiración y quien nos dio la sabiduría e inteligencia para ser profesionales idóneos.

A nuestras familias por estar siempre con nosotros y levantándonos en los momentos difíciles.

A la Universidad de Sucre por ser una pieza clave en nuestra formación.

A nuestros compañeros de estudios por compartir inolvidables momentos.

A todos los profesores quienes dejaron huellas en nuestro corazón.

Al profesor Hernando Jaimes Amorocho quien confió en nosotros y nos apoyó siempre.

A COMFASUCRE, por brindarnos la oportunidad de pertenecer a tan prestigiosa empresa.

A la Dra. Flor María Higueta quien depositó su confianza en nosotros y nos permitió ser parte de su equipo de trabajo, gracias.

A todo el Equipo Técnico del programa con los que compartimos muchos momentos agradables y difíciles que con madurez y profesionalismo fueron superados.

A todos los que fueron artífices de maravilloso sueño, muchas pero muchas gracias.

DEDICATORIAS

A mi DIOS por ser mi razón de ser y porque me da la oportunidad de vivir y alcanzar mis más grandes sueños.

A Mario Arroyo por ser ese padre amoroso que confía en mí y cada día me motiva a ser mejor persona.

A Corina Ricardo, mi madre que está en los cielos, por ser mi mayor fuente de inspiración y quien construyó las bases de lo que soy hoy día.

A mis HERMANOS: Jhon y Yessica, por apoyarme y compartir conmigo bellos momentos; los quiero con todo mi corazón.

A mis AMIGOS: Adri, María Sami, Geny, Angela, Lili, Norma, Vero, Nadia, Maye, Luis Alfonso, Jota.

A mis FAMILIARES: tía Sol, tía Gladis, tío Nacho, tío Cristóbal, Mita, Tiari, Yina, señora Juana, señora Olga y a todos los que creen en mí y me impulsan a salir adelante.

A todos los que habitan mi Casa Villa Bernarda, por han sido una pieza fundamental en mi formación como una persona integral.

A TODOS les dedico es triunfo, porque va a estar al servicio de ustedes con mucho AMOR Y COMPROMISO...

Yendry Arroyo...

A Dios. Por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y todos los momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más.

A mis padres Alcides y Josefina por el esfuerzo, dedicación y amor que me brindaron para que este sueño sea hoy una realidad.

A mi abuelita Ofelia Merlano y mi tío Arnold Campo por los valores inculcados para ser el hombre de bien que me caracteriza.

A mis hermanos, Yulieth, Yaque y Redin gracias a la confianza que siempre nos hemos tenido; por el apoyo y la amistad.

*A Isela Campo por abrirme las puertas de su corazón y de su hogar.
¡Gracias!*

A mi novia María Paola, por su amor y comprensión en esta larga espera.

*A todos mis familiares y amigos que me resulta muy difícil poder nombrarlos en tan poco espacio, sin embargo ustedes saben quiénes son.
A todos, gracias de todo corazón....*

Roberto Carlos Campo

A mi DIOS todo poderoso, por ser la luz, la esencia, el motor de mi vida y quien me bendice y me permite ser mejor persona cada día.

A mi FAMILIA: Oswaldo López, Ana Correa, Erika López, Delis López, Nistan López; por su apoyo, su respaldo, su amor y por enseñarme que la herencia que puedo recibir es prepararme y ser una profesional de bien.

A mis SOBRINOS: Lía rosa y Juan Alejandro, por ser mi alegría y mi fortaleza.

A mi NOVIO David Rodríguez, por su comprensión, apoyo, paciencia, amor y ayuda.

A mis suegros y cuñados por su apoyo, confianza, amor y colaboración cuando más los necesito.

A mis AMIGOS por su compañía, por tantos momentos compartidos de alegrías y tristezas.

A TODOS mil y mil GRACIAS por estar con migo brindándome lo mejor de cada uno...que DIOS los sobreabunde en bendiciones...

Miriam López

Al Todopoderoso por darme sabiduría, conocimiento y entendimiento; por ser mi guía y mi compañía

A mis padres, Luis Ortega Torralvo y Carmen Cardozo por ser mi apoyo incondicional y por enseñarme a esforzarme y a ser dedicado en todo cuanto emprenda

A mis hermanos, Alexis y Elvia Lucía por su amor y comprensión

A Luis Carlos Ortega González, mi segundo padre, quien desde el cielo mira con satisfacción el fruto de su esfuerzo

A mis familiares: Manuel de Jesús, Carlos Ángel, David de Jesús, Martha, Gloria, Ernesto, Rosalina, Vivian Paola Orlando Antonio, Laura, Manuelito, y Martha Lucia por creer en mí

A mis amigos, por su ayuda en los momentos que así lo necesité

A todos, mil y mil gracias....

Luis Manuel

A Dios. Quien me regalo la oportunidad de que este sueño se volviera realidad, a ti Señor gracias porque contigo viví todo este caminar y tu amor me permitió que todo los momentos de adversidad fueran solo un paso en mi vida.

A mi mamá Nafira. Por haberme apoyado en todo momento. Gracias a tus consejos y por el amor que siempre me has brindado, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien. ¡Gracias por darme la vida! ¡Te quiero mucho!

A mi papá Armando. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan, le agradezco el cariño, la paciencia y todo el apoyo que me brindó para culminar mi carrera profesional y por todo su amor.

A mi tía Norma, Luis Alfredo, Luz Dary, Eduardo por cultivar e inculcar ese sabio don de la responsabilidad, gracias por todo el amor y comprensión que siempre me han manifestado. Los quiero mucho.

A mis familiares. Aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración y la culminación de este magnífico logro.

A mis hermanos. Bleisy, Lesdy, Pedro Luis y mis sobrin@s, porque siempre he contado con ellos para todo hasta en aciertos y momentos difíciles, gracias a la confianza, al apoyo y a su amistad.

A ti amor, Jesús David y a tu familia que con su colaboración y confianza también fueron artífices de este gran logro en vida.

A mis amigos por toda la comprensión y ayuda en los momentos que más los necesite.

Geanny Rendón

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	
AGRADECIMIENTOS	
DEDICATORIAS	
OBJETIVO GENERAL	12
OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
CAPITULO I	13
1.1 GENERALIDADES.	13
1.2 OPERATIVIDAD DEL PROYECTO.	16
1.2.1 Levantamiento de línea base.	16
1.2.2 Lanzamiento del programa.	17
1.2.3. Ingreso de los participantes al mundo empresarial e inducción al desarrollo de proyectos empresariales	18
1.2.3.1 Desarrollo de ideas de negocio y productos con valor agregado.	18
1.2.3.2 Definición del mercado objetivo.	19
1.2.3.3 Comercialización de los productos y servicios	20
CAPITULO II	23
2.1 EVALUACIÓN DEL PROYECTO Y ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO	23
2.1.1 MIMA	23
2.1.1.1 MIMA EMPRESARIAL.	24
2.1.1.1.1 Empresas de Manufactura.	24
2.1.1.1.2. Empresas de servicios.	24
2.1.1.1.3. Empresas de Comercialización	24
2.1.1.2. MIMA AGROINDUSTRIAL.	25
2.1.1.2.1. Agricultura.	25
2.1.1.2.2. Ganadería	25
2.1.1.2.3 Especies menores.	25
2.2. FORMULACION Y EVALUACION DE LOS PLANES DE NEGOCIOS UTILIZANDO LA HERRAMIENTA MIMA.	26

2.2.1 MODELOS DE MIMA	27
2.2.2. Plan de ventas	28
2.2.3. Inversión inicial	28
2.2.4. Gastos	29
2.2.5. Nomina	29
2.2.6. Costos de los productos o servicios	30
2.2.7. Flujo de caja y sostenibilidad del proyecto	30
2.2.8. FICHA DE RESUMEN	34
2.3. COMITÉ DE APROBACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y DESEMBOLSO DE RECURSOS.	35
2.4. PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA	36
2.4.1. MEJOR UBICACIÓN PARA EL NEGOCIO	36
2.4.2. CRONOGRAMA PARA EL MONTAJE DE LA EMPRESA	37
2.4.3. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL	38
2.4.4. PLAN DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	39
2.4.4.1. Pasos que se utilizaron para formular el plan de acción para el fortalecimiento de la empresa.	40
3. IMPACTO SOCIAL	41
3.1. RECOMENDACIONES	42
CONCLUSIONES	44
ANEXOS	45
BIBLIOGRAFIA	64

TABLA DE ANEXOS

ANEXO Nº 1. UBICACIÓN DEL PROGRAMA EN EL DEPARTAMENTO DE SUCRE	46
ANEXO Nº 2. LEVANTAMIENTO DE LINEA BASE	47
ANEXO Nº 3. LANZAMIENTO DEL PROGRAMA	48
ANEXO Nº 4. FOTOS EN CAPACITACIONES	49
ANEXO Nº 5. FORMULACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO EN EL MIMA	50
ANEXO Nº 6. COMITÉ DE APROBACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y DESEMBOLSO DE RECURSOS.	51
ANEXO Nº 7. VISITAS A UNIDAD PRODUCTIVA	52
ANEXO Nº 8. PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO	53
ANEXO Nº 9. ENCUESTA	54
ANEXO Nº 10. FICHA DE RESUMEN	61

INTRODUCCION

Las organizaciones sociales no son ajenas a las nuevas exigencias de la sociedad moderna, es indispensable que asuman procesos de planeación estratégica, orientados no sólo al análisis de la situación interna, sino también a las nuevas tendencias del mundo en los próximos años. Dado el carácter social de La Caja de Compensación Familiar de Sucre COMFASUCRE, también requiere que su misión de contribuir al bienestar de las familias sucreñas y al desarrollo empresarial de la región con servicios de calidad en subsidios, recreación, educación, vivienda y salud, sea coherente con la proyección social que exige el mundo actual. Por lo tanto sí se quiere intervenir esta problemática es necesario invertir en acciones sociales como la vivienda, generación de ingresos, salud, la infraestructura vial y de servicios y el medio ambiente entre otros, para lograr el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad; es por ello que en busca de los beneficios anteriormente mencionados, "COMFASUCRE", constituida como una Corporación autónoma de derecho privado, sin ánimo de lucro, presentó una propuesta ante la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional -ACCIÓN SOCIAL- , para la ejecución del programa de "Atención integral en generación de ingresos a población en situación de desplazamiento" en el municipio de Los Palmitos, en razón de apoyo a 300 familias desplazadas, debido a que al igual que muchos municipios del departamento de Sucre ha sido víctima del conflicto armado.

El Programa de Atención Integral en Generación de Ingresos a Población en Situación de desplazamiento busca contribuir a la estabilización socioeconómica de dicha población, a través de la articulación con las entidades del Sistema Nacional de Atención Integral a Población Desplazada (SNAIPD) y el desarrollo de acciones integrales para la generación de ingresos en las modalidades de vinculación laboral, emprendimiento y fortalecimiento de unidades productivas. Los recursos para la implementación de este programa vienen del Gobierno Nacional,

quien los desembolsa a través de su Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional- ACCION SOCIAL. La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional- USAID- la Organización Internacional para las Migraciones- OIM, son socios de Acción Social para desarrollar el programa, a través de las entidades operadoras, en este caso COMFASUCRE, encargadas de brindar la atención.

El programa ofrece:

- Acompañamiento Psicosocial para superar el impacto del desplazamiento.
- Asesoría para reconstruir el plan de vida.
- Apoyo para identificar opciones de generación de ingresos para el participante y su familia.
- Apoyo económico para poner en marcha una empresa o fortalecerla.
- Remitir a los participantes a otras instituciones para recibir servicios como Salud, Educación y Otros.

Este programa contempla la formulación de trescientos (300) planes de negocios que se desarrollan mediante un software especializado en finanzas y mercadeo como soporte técnico, denominado MIMA (Modelo Integrado de Mercadeo y de Administración), el cual permite determinar el grado de sostenibilidad, de rentabilidad y de proyección financiera de cada plan de negocio. Este software requiere de conocimientos básicos de sistemas y de los componentes que dan forma a un proyecto, conocimientos que el beneficiario no posee, por tanto se requiere de personal capacitado que acompañe a los participantes y realicen el respectivo diligenciamiento de los planes de negocio.

En este orden de ideas, COMFASUCRE, en calidad de operador, para desarrollar el proyecto solicitó a la Universidad de Sucre cinco (5) estudiantes de último semestre del programa de Administración de Empresas de los énfasis en finanzas y mercadeo para que realicen su trabajo de grado en la modalidad de pasantías en el área de formulación, evaluación y acompañamiento de los planes de negocios de 300 familias en situación de desplazamiento beneficiada en este programa, aplicando de manera eficiente los conocimientos adquiridos en 10 semestres de estudios académicos. Por tal motivo, se hizo la solicitud de cinco (5) estudiantes dada la magnitud de la población beneficiada (300 familias en situación de desplazamiento) y el grado de exigencia que el proyecto requiere.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Formular, evaluar, ejecutar y acompañar trescientos (300) planes de negocio en el marco del proyecto de Atención Integral en Generación de Ingresos para Población en Situación de Desplazamiento, en el Municipio de Los Palmitos – Sucre durante el periodo Junio - Diciembre del 2008.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar asistencia técnica en el desarrollo y la consolidación de proyectos de emprendimiento o fortalecimiento de un unidades productivas, como fuentes autónomas de ingreso de la población en situación de desplazamiento
- Dotar a los participantes, a través de la información, formación, capacitación, asesoría y el acompañamiento de elementos básicos que le permitan ingresar al entorno socioeconómico ofrecidos en la región.
- Brindar acompañamiento y orientación permanente a los beneficiarios en lo referente a las ideas de negocio propuestas por cada uno de ellos, con el ánimo de permitir el mejoramiento continuo de su calidad de vida.
- Formular, evaluar, ejecutar y acompañar (300) proyectos productivos distribuidos en las siguientes actividades económicas: comercialización de productos y servicios; producción y comercialización de especies menores (apicultura, avicultura, piscicultura, porcicultura); producción doble propósito y levante de ganado; y agricultura.

CAPITULO I

1.1.GENERALIDADES

El programa de “Atención Integral en Generación de Ingresos a Población en Situación de Desplazamiento”, se inició el 7 de junio de 2007, con la firma del Convenio Marco de Cooperación y Co-financiación, celebrado entre la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional (ACCIÓN SOCIAL) y la OIM, mediante el cual se buscaba beneficiar a más de 23.000 personas de 31 municipios. El 08 de Febrero de 2008, Acción Social y OIM firmaron un convenio de cooperación por un total de 73,7 millones de dólares para proyectos en generación de ingresos orientados a 29.700 personas más en 60 municipios de 26 departamentos de Colombia. Los convenios incluyen también la entrega de ayuda humanitaria de emergencia para familias en todo el país.

El aporte de Acción Social fue de 63.3 millones de dólares y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID, a través de la OIM aportó USD10.4 millones. Los recursos de este nuevo convenio se suman a los USD 60 millones de Acción Social y USD 15 millones de USAID destinados para la primera fase del mismo proyecto desde el mes de junio de 2007.

En esta segunda fase se comenzaron a beneficiar aproximadamente 30.000 familias en situación de desplazamiento que empezaron a recibir atención psicosocial, orientación para la formulación de su plan de vida y planes de vinculación laboral, de negocios o de inversión, según la modalidad seleccionada.

Así mismo, se comenzó un proceso de capacitación administrativa, técnica y de recursos económicos de inversión para la implementación de sus negocios o microempresas, con acompañamiento y orientación en las fases de inversión y post inversión.

Quienes aspiren a ser beneficiarios de este programa deberán estar incluidos en el Registro Único de Población Desplazada (RUPD), y no haber recibido apoyo económico para proyectos productivos o generación de ingresos por parte de ACCIÓN SOCIAL.

A través de la Atención Integral de Generación de Ingresos, ACCIÓN SOCIAL busca cumplir sus compromisos con la población en situación de desplazamiento, de acuerdo con lo establecido en la ley 387 de 1997 y en la Sentencia 025 de 2004 de la Corte Constitucional.

Para el caso específico del Departamento de Sucre, el proceso de generación de ingresos se apoyó a través de dos líneas de acción: fortalecimiento de unidades económicas ya existentes y creación de microempresas (emprendimiento); con el ánimo de pretender mejorar la calidad de vida de la población beneficiada.

A La Caja de Compensación Familiar de Sucre “COMFASUCRE”, mediante licitación pública celebrada en la ciudad de Medellín, se le adjudicó, como ente operador, la ejecución de este Programa en el Municipio de Los Palmitos – Sucre, con el fin de desarrollar acciones en pro de una atención con calidad, calidez y oportunidad para 300 hogares en situación de desplazamiento incluidos en el Registro Único de Población Desplazada – RUPD-, beneficiadas en el marco de este convenio.

El convenio suscrito entre ACCION SOCIAL y OIM le otorgó a COMFASUCRE las facultades de operador del programa de “Atención Integral en Generación de Ingresos a Población en Situación de Desplazamiento” en el municipio de Los Palmitos – Sucre, dado que este se enmarca bajo el siguiente contexto:

El municipio se caracteriza por rodearse de un contexto socioeconómico basado en la ganadería y la agricultura. Los cultivos que se destacan son

el maíz, la yuca, el ñame, el tabaco, la patilla y en poca escala el ajonjolí y el frijol. Y una actividad que viene extendiéndose en los últimos años es el mototaxismo. Un factor importante que incidió en el crecimiento de la población fue la carretera Troncal de Occidente que produjo un mayor flujo de comercio e inmigración. Según proyección del censo del DANE, el municipio de Los Palmitos cuenta con 29.375 habitantes. Con una densidad de 235 habitantes por Km². Actualmente el 47.5% de la población se encuentra establecida en el territorio de la cabecera municipal, y el 52.5% en la zona rural¹.

En el municipio de Los Palmitos - Sucre, el sector cultural se ha caracterizado por arrojar un débil crecimiento, se han presentado manifestaciones artísticas y creadoras. El déficit de vivienda en la zona urbana es de 531 viviendas y para la zona rural es de 340 viviendas.

El municipio, al igual que muchos otros del departamento de Sucre, dado el conflicto armado de la zona, presenta problemas de violencia, lo cual se puede reflejar en los índices estadísticos, que arrojan como primera causa de mortalidad en el municipio las agresiones por arma de fuego, con una tasa de 4.4 por cada 100 habitantes, lo cual está asociado, como se ha mencionado, a presencia de grupos armados y situaciones de intolerancia que vive la zona. Esta situación ha generado como consecuencia el desplazamiento forzado de habitantes hacia otros municipios del departamento y al mismo tiempo recibe población de municipios que se encuentran a su alrededor².

Estos grupos poblacionales se asientan en zonas periféricas, agravando la situación que en cuanto a vivienda y servicios públicos presenta el municipio. La población que sale del municipio es mayor que la población que recibe. Según datos de ACCION SOCIAL, el municipio ha recibido

¹ Municipio de los Palmitos. Plan de desarrollo municipal 2004

² Municipio de los Palmitos. Estudio demográfico y Antropológico OIM.

1.762 personas (359 hogares) y expulsado 2.478 personas (528 hogares), durante los últimos 10 (diez) años.

Esta situación y otros factores asociados, como la crisis económica y el desempleo, amenazan la convivencia ciudadana y acrecientan problemas como la violencia intrafamiliar, el maltrato, la discriminación en contra de grupos vulnerables, la violación de los derechos humanos, la exclusión y el abandono de los ancianos, haciendo aún mas notoria la problemática social en el municipio y haciendo que se pierda la fe en las instituciones del estado.

En este orden de ideas y dadas las condiciones socioeconómicas tan precarias en las que se encuentra el municipio, se torna imposible implementar en la población beneficiada la línea de acción “vinculación laboral”, la cual es contemplada en el proceso de generación de ingresos y mejoramiento de calidad de vida que pretende desarrollar el convenio.

Por tal motivo, COMFASUCRE, en calidad de operador, y previo acuerdo con ACCION SOCIAL y la OIM, enfocó sus esfuerzos en la ejecución de la línea de acción de fortalecimiento y emprendimiento micro - empresarial, haciendo especial énfasis en la idiosincrasia y en el contexto agropecuario que caracteriza a la región.

1.2. OPERATIVIDAD DEL PROYECTO

1.2.1 Levantamiento de línea base

En esta actividad se hizo una caracterización de la población beneficiada, utilizando como instrumento de recolección de información, una encuesta diseñada por Acción Social.

Asimismo, se determinaron las necesidades de atención prioritaria, lo que permitió realizar gestiones con la red de servicios de Comfasucre, para mitigar un poco el impacto de las mismas.

Con este proceso se pudo establecer el perfil ocupacional y productivo de la población objeto de estudio, para posteriormente segmentarlos de acuerdo con su vocación económica y productiva.

1.2.2 Lanzamiento del programa

Se hizo una promoción y difusión del proyecto a través de la radio, acompañado de perifoneo en las zonas de asentamientos localizados de desplazados en la Alcaldía y las oficinas de Acción Social.

El lanzamiento del Programa se hizo en un acto público, del cual hicieron parte organizaciones gubernamentales y no gubernamentales como: Alcaldía de los Palmitos, Gobernación de Sucre, Acción Social, OIM, Cámara de Comercio, Gremios, SENA y el Observatorio del Mercado Laboral de Sucre.

Con este evento se buscó articular acciones y compromisos en torno a las estrategias de intervención para la población desplazada beneficiada; además se pudo establecer los grupos de trabajo teniendo en cuenta criterios como ubicación geográfica, disponibilidad de tiempo, concertación de horarios y distribución de los grupos por cada uno de los estudiantes pasantes.

1.2.3. Ingreso de los participantes al mundo empresarial e inducción al desarrollo de proyectos empresariales

Teniendo en cuenta el nivel educativo y los índices de analfabetismo que caracteriza a los 300 beneficiados, se creó una estructura organizada de charlas y talleres que permitieron con la respectiva asesoría, el entendimiento de conceptos básicos empresariales y una serie de información teórica, práctica, de conceptos y de procesos, que redundaron en la adquisición de competencias, convirtiendo de esta manera a los participantes en personas aptas para enfrentarse a un mundo empresarial denotados bajo criterios de competitividad y de sostenibilidad.

En este orden de ideas, se organizó una serie de capacitaciones, seguida de talleres aplicativos, tal como se enuncian a continuación:

1.2.3.1 Desarrollo de ideas de negocio y productos con valor agregado.

En primera instancia se logró dotar a los participantes de los conocimientos necesarios para poder definir una idea de negocio así como qué criterios se debían tener en cuenta al momento de seleccionar el tipo de negocio en el cual desenvolverse y como imprimir grados de valor agregado que permitieran un mayor posicionamiento del mismo y por consiguiente una mayor competitividad.

Para comenzar a darle forma a la idea de negocio que cada participante deseaba implementar, se les dio la oportunidad de generar y expresar, ya sea de forma verbal o escrita, ideas de forma espontánea y de conformidad con lo que cada uno deseaba implementar. Esta actividad

permitió un proceso de generación y selección de las distintas y posibles ideas de negocio objeto de aplicación.

En forma seguida, se realizó un proceso valoración, en forma conjunta con los participantes, de la idea proporcionada por cada uno de ellos, evaluando cualitativamente y de manera individual uno a uno, teniendo en cuenta factores como la ubicación geográfica de la región; la idiosincrasia, costumbres y tradiciones culturales propias de la población; si se contaba o no con el conocimiento técnico suficiente para implementarlo; si los recursos de financiación eran los adecuados, entre otros factores.

Esto permitió descartar unas ideas negocio y a su vez seleccionar otras como viables; los beneficiados cuyas ideas de negocio se consideraron como no viables, se les realizó acompañamiento y asesoría hasta que eligieron, por voluntad propia, una idea de negocio sostenible, rentable y apta para recibir la atención integral.

Una vez estuvieron concretas las 300 (trescientas) ideas de negocios, se pudo enfatizar en la importancia de implementar en los productos a comercializar o en los servicios a prestar, el concepto de valor agregado como ingrediente fundamental a la hora de establecer un negocio competitivo y capaz de generar valor, haciendo especial énfasis en que valor agregado es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.

1.2.3.2 Definición del mercado objetivo

Al momento de definir el mercado objetivo, se debió pensar en quienes potencialmente serían los mejores clientes. A cada una de los favorecidos se les pidió que respondieran a los siguientes interrogantes con el ánimo de elegir el mercado y sobre todo, visualizar aspectos claves que

permitieran implementar la estrategia comercial a desarrollar a futuro. Las preguntas fueron las siguientes:

- ¿Quiénes son las personas, familias o empresas que más necesitan su producto?. Esta pregunta debía responderse en función del uso del producto o servicio, definiendo quién es el usuario principal, su rango de edad, sexo y / o otras características que se consideraran importantes.

- ¿Dónde están ubicados sus clientes o donde acostumbran a comprar sus productos?. Este interrogante se hacía con el ánimo de, teniendo en cuenta la geografía del municipio, poder localizar los sitios claves donde ofrecer los productos.

- ¿En que estrato va a vender sus productos y cuanto puede cobrar por ellos?. Esto ayudó a focalizar y a segmentar de una mejor manera los potenciales clientes. Se hizo especial hincapié en que el precio debe estar asociado no solo a los costos y gastos de producción, sino también al poder adquisitivo de los consumidores, la oferta de productos similares en la zona (productos sustitutos) y la especialización del producto (valor agregado). “Si un producto es escaso en la zona, se podrá cobrar un mayor precio, pero si la oferta es mucha, el precio se tendrá que bajar”, fue una de las conclusiones que pudieron sacar.

1.2.3.3 Comercialización de los productos y servicios.

La comercialización de los productos y servicios se facilita en la medida en que la empresa esté orientada en los conceptos de mercadeo, entendiendo esta como herramienta fundamental para asegurar un posicionamiento en el mercado y definir cual es la competencia a la que se enfrenta, estableciendo así la forma en que se debe vender al consumidor. Se explicó al personal favorecido de este importante

concepto y el puente que representa a la hora de satisfacer clientes, aumentar las ventas, lograr la rentabilidad, ganarse un buen nombre en el mercado (good will) y obviamente alcanzar la re – venta, que es lo que en últimas garantiza el éxito de la empresa. Así las cosas, no se podía dejar de lado el hecho de que la función de mercadeo se lleva a cabo a través de cuatro ejes fundamentales conocidos como las 4 (cuatro) P´s del marketing o mix del marketing. Estas 4 P´s son:

- Producto: Es el núcleo de la gestión comercial. El fin del producto es satisfacer la necesidad del consumidor. Su equivalente no material es la prestación de un servicio.
- Precio: Se mide en pesos. Es lo que paga el consumidor por el servicio prestado o el producto que se le vende.
- Plaza: Constituye los llamados canales de distribución. La idea es que el cliente pueda comprar con el menor esfuerzo posible.
- Promoción: Constituye la publicidad. Mediante mensajes directos al cliente se trata de persuadir de lo importante que es adquirir el producto que comercializa la empresa.

Para afianzar y corroborar la aprehensión de los conocimientos impartidos teóricamente en el desarrollo de las capacitaciones, en el proyecto se contempló la realización del juego denominado “Ruta de las cuatro P`s para llegar al Mercado” , como metodología de la colección “SER Empresario Hoy”, la cual no es mas que una cartilla publicada con el ánimo de orientar a futuros empresarios en el manejo financiero y mercadotécnico de unidades productivas a través de la herramienta MIMA. Esta cartilla por su fácil comprensión y su sencillez a la hora de transmitir los conocimientos, se aplicó en el programa de generación de ingresos.

Para la realización del juego era necesario un tablero con unas casillas que simulaba el mercado, unas tarjetas la cuales contenían un segmento

de mercado y un producto o servicio y cuatro dados para ir avanzando por el tablero. Cada participante lanzaba un dado y avanzaba por el tablero, en la casilla había una pregunta la cual tenía que ser respondida correctamente por el jugador y de esta manera obtener una puntuación establecida. Estas preguntas se hacían con el ánimo de comprobar qué tanto habían asimilado los conceptos y de esta manera potencializar aun más nuestra labor en el programa.

Al finalizar esta primera etapa, se logró cumplir con los objetivos propuestos, los cuales no eran más que la motivación e incentivación de los participantes identificados en un proyecto de generación de ingresos, mediante la sensibilización, información y capacitación acerca de los criterios de atención, las etapas y actividades previstas en el desarrollo de este ciclo.

Una vez adquiridos estos conocimientos, el participante se encontraba en capacidad de aprender a realizar el proceso de ventas, no sin que antes el asesor empresarial realizara una evaluación del proyecto (hay que tener en cuenta que ha pasado de ser idea de negocio a convertirse en proyecto empresarial), y posteriormente elaborar el presupuesto del mismo. Estas funciones, al igual que el proceso de capacitación descrito anteriormente, fueron nuestra responsabilidad en el ejercicio de las pasantías, y se realizaron por medio de un software especializado, el cual será descrito en el siguiente capítulo.

CAPITULO II

2.1 EVALUACIÓN DEL PROYECTO Y ELABORACIÓN DEL PRESUPUESTO

Con base en la estructura de un software especializado, el cual integra aspectos financieros y mercadotécnicos denominado MIMA (Modelo Integrado de Mercadeo y Administración), se desarrollaron cinco elementos fundamentales para evaluar el proyecto desde un punto de vista empresarial: plan de ventas, gastos, nómina, costos de los productos e inversión inicial, ello, complementado con el balance inicial, el P y G, el flujo de caja e indicadores financieros y de gestión. Se tuvieron en cuenta dos modelos específicos de acuerdo a la unidad productiva a emprender o a fortalecer, estos modelos enmarcan los siguientes sectores: sector comercialización y sector agroindustrial.

2.1.1 MIMA

MIMA significa Modelo Integral de Mercadeo y Administración. Este programa permite, una vez alimentado con base a la información financiera y mercadotécnica recolectada, definir las necesidades de recursos de inversión inicial y de capital de trabajo necesarios para el desarrollo del proyecto, lo cual se resume en una ficha de trabajo. Según la colección "Ser Empresario Hoy", existen dos modelos para la elaboración de los planes de negocio dependiendo del sector productivo, como se relaciona a continuación:

2.1.1.1 MIMA EMPRESARIAL. El cual fue diseñado para el desarrollo de proyectos de manufactura, comercialización y servicios;

2.1.1.1.1 Empresas de Manufactura. Son las empresas que elaboran productos a partir de la transformación de materia prima. Requieren una infraestructura como un local o una bodega, maquinaria y equipo humano que desarrolle las funciones empresariales.

2.1.1.1.2. Empresas de servicios. Empresas que a través de actividades y funciones especializadas cubren necesidades específicas de un cliente. Un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una acción entre el proveedor y el cliente. Para alimentar la información en el MIMA empresarial de estos dos tipos de empresas, el orden a seguir es:

1. Plan de ventas (ya sea de manufactura o de servicios)
2. Inversión Inicial
3. Gastos
4. Nomina: administrativa, operativa (manufactura o servicios), mercadeo
5. Costos de los productos

2.1.1.1.3. Empresas de Comercialización: Son las empresas que compran y venden productos fabricados por otras empresas. Sirven de canal de distribución y requieren una infraestructura, como un local o una bodega, para almacenar, exhibir y vender los productos a sus clientes.

Para alimentar el MIMA de estas empresas, el orden es:

1. Inversión Inicial.
2. Gastos.
3. Nomina.
4. Costos de los productos.
5. Plan de ventas comercialización.

2.1.1.2. MIMA AGROINDUSTRIAL. Son importantes los negocios agropecuarios en la medida, en que ayudan a fortalecer la economía no solo del municipio de Los Palmitos, sino del Departamento en general, dada la vocación agropecuaria del mismo. En el MIMA agroindustrial se pueden evaluar proyectos de diversas actividades:

2.1.1.2.1. Agricultura: Un proyecto agrícola es la explotación de la tierra y otros métodos, en los cuales, a través de un proceso de siembra, cultivo y cosecha, se generan materias primas, alimentos, otros productos y sub productos útiles para las personas.

2.1.1.2.2. Ganadería: se refiere a la cría y explotación del ganado vacuno. Puede tener diferentes objetivos, ya sea la producción lechera; de engorde, para la producción de carne y sus derivados; o doble propósito, donde se pueden obtener leche y carne en volúmenes suficientes.

2.1.1.2.3 Especies menores: Cría de aves de corral, cerdos, ovejas cabras entre otros. Pueden llevarse a cabo desde una simple cría y engorde, como para producción de carnes, o como materia prima para la industria cárnica y de concentrados.

Para alimentar la información del MIMA AGROINDUSTRIAL, se tuvo en cuenta el siguiente orden:

1. Plan de ventas, que corresponde según el proyecto que se vaya a desarrollar.
2. Inversión inicial.
3. Gastos.
4. Nómina (administrativa, operativa que corresponda al proyecto, y de mercadeo).
5. Costos según el proyecto a desarrollar.

2.2. FORMULACION Y EVALUACION DE LOS PLANES DE NEGOCIOS UTILIZANDO LA HERRAMIENTA MIMA.

Una vez ejecutadas las capacitaciones en cuanto a la comercialización de los productos y servicios, se procedió a elaborar los planes de negocios por grupos afines de sectores económicos, previamente focalizados a través de los procesos de asesorías según los términos que se encuentran planteados en la guía de “Ser Empresario Hoy”.

A continuación se relacionan el número de planes de negocio, elaborados por sector, la cuantía y el número de beneficiarios.

Sector	Cuantía	Nº de beneficiarios	Desembolso total
Ganadería	1.500.000	110	165.000.000
Especies menores	1.500.000	37	55.500.000
Comercialización y manufactura	1.500.000	92	138.000.000
Agricultura	1.500.000	60	90.000.000
Apicultura	1.500.000	1	1.500.000
Total		300	450.000.000

Seguidamente se mostrará un modelo del MIMA por sector productivo, teniendo en cuenta que el Software agroindustrial abarca los proyectos productivos por afinidad (agricultura, ganadería, avicultura, porcicultura y otras especies) y el Software empresarial comprende proyectos de comercialización de productos, manufactura y servicios.

2.2.1 MODELOS DE MIMA



2.2.2. Plan de ventas

MENU PRINCIPAL							
PLAN DE VENTAS DE ACTIVIDADES GANADERIA							
GASTOS Y COSTOS POR PRODUCTO AÑO 1							
Nº	PRODUCTOS	COSTOS POR UNIDAD	GASTOS POR UNIDAD	TOTAL GASTOS + COSTOS	MARGEN %	PRECIO DE VENTA UNITARIO	1
1	LECHE	112	188,03	300	100%	600,00	240
							144.000
2	TERNEROS DESTETOS	74.930	125.350,32	200.280	100%	400.000,00	-
3							-
4							-
5							-
6							-
7							-
8							-
9							-

Hace referencia al registro de productos que se va a vender, proyecciones de volúmenes de ventas por mes, y el precio unitario de cada producto o servicio.

2.2.3. Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL				INVERSIONES REALIZADAS				
Terrenos	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	M
SUBTOTAL			-	-	-	-	-	
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN TERRENOS			100%	0%	0%	0%	0%	
Construcciones, Bodegas y Locales	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	M
SUBTOTAL			-	-	-	-	-	
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN VEHICULOS DE TRANSPORTE Y CARGA			100%	0%	0%	0%	0%	
Maquinaria y Equipo de Producción	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	M
Revera	100.000	1	100.000					
mostrador	120.000	3	360.000					
enfriador	600.000	1	600.000					
mesa	70.000	2	140.000					
SUBTOTAL			1.200.000	-	-	-	-	
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCION			100%	0%	0%	0%	0%	
Muebles y Enseres	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	M
SUBTOTAL			-	-	-	-	-	
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES			100%	0%	0%	0%	0%	
INVERSIÓN LEGALIZACIÓN Y LICENCIAS DE FUNCIONAMIENTO			100%	0%	0%	0%	0%	
Computadores y Otros Equipos de Oficina	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	M
SUBTOTAL			-	-	-	-	-	
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN EN COMPUTADORES Y EQUIPOS DE OFICINA			100%	0%	0%	0%	0%	
Otras Inversiones Preoperativas	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	M
SUBTOTAL			-	-	-	-	-	
EJECUCIÓN DE OTRAS INVERSIONES			100%	0%	0%	0%	0%	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			1.200.000	-	-	-	-	
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL			100%	0%	0%	0%	0%	

Corresponde a las inversiones en maquinaria, vehículos, muebles y enseres, equipos de oficina y demás elementos requeridos para poner a funcionar la empresa.

2.2.4. Gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS													
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
ARRENDOS													
LOCAL	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000
BÚSQUEDA	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	600.000
SERVICIOS													
TELÉFONO	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	6.000.000
TELÉFONO CELULAR	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.200.000
AGUA													
ENERGÍA													
GÁS													
GASTOS ADMINISTRATIVOS													
GASTOS LOCALES													
SEGURO Y VIGILANCIA													
DEPRECIACION EQUIPOS Y LOCALES													
DEPRECIACION COMPUTADORES Y EQUIPOS													
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES													
DOTACIONES													
PAPELERÍA													
ASEO													
COMEDIDA													
GASTOS DE MERCADEO Y PUBLICIDAD	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	2.400.000
FARMACIA													
MATERIAL PUBLICITARIO	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	120.000
IMPRESION	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	120.000
TRANSPORTE	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	120.000
DEPRECIACION VEHICULOS													
DOTACIONES													
IMPRESION													
OTROS GASTOS													
OTROS GASTOS													
GASTOS DE PRODUCCION													
DEPRECIACION DE MAQUINARIA													
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA													
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES													
DOTACIONES													
OTROS GASTOS													
OTROS GASTOS													
GASTOS FINANCIEROS													
COMISIONES POR CREDITO													
INTERESES PRESTAMOS													
OTROS GASTOS													
OTROS GASTOS													
OTROS													
TOTAL GASTOS	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	2.200.000	26.400.000

Contempla los gastos administrativos, de mercadeo y de producción en que incurre la empresa para su buen funcionamiento.

2.2.5. Nomina

PRESUPUESTO DE NOMINA PARA EL PERSONAL DE PLANTA											
SALARIO MÍNIMO		461.500									
Nº	SUELDO BÁSICO	PREST.	EPS %	AUX. TRANS.	ARP	VACACIONES	PRIMA	CESANTIAS	INTERESES DE CESANTIAS	TOTAL	
	S/N	8,5%	55.000	20,0%	20	1	1	12,0%			
NOMINA ADMINISTRATIVA											
ADMINISTRADOR	0,30	461.500	S	0	55.000	0	307.667	461.500	461.500	55.380	623.671
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
No. de colaboradores en administración	0,30										
NOMINA OPERATIVA POR CENTRO DE COSTO (Personal de planta)											
AGRICULTURA											
JORNALERO	0,30	461.500	S	0	55.000	0	307.667	461.500	461.500	55.380	623.671
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
				0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES				0	110.000		615.333	923.000	923.000	110.760	1.247.341

Define las personas que trabajan o trabajarán en el proyecto en las funciones administrativas, operativas y de mercadeo.

2.2.6. Costos de los productos o servicios

A	B	C	D	E	F	G	H	
INFORMACIÓN GENERAL								
TOTAL CABEZAS DE GANADO	4,00							
HCTA UTILIZADAS	10,00							
TIEMPO DE LOS PROCESOS (SEMANAS)		MES DE INICIO DE LA	MES DE FINALIZACIÓN					
COMPRA DE GANADO								
MACHOS 12 MESES	1,00	1,00	1,00					
MANEJO DE POTREROS-PRADERAS								
FERTILIZACIÓN CORRECTIVOS Y CONTROL DE MALEZAS	1,00	1,00	6,00					
CONCENTRADOS								
OTROS INSUMOS	1,00	1,00	1,00					
TOTAL TIEMPO DE LOS PROCESOS	1,00	1,00	6,00					
INSUMOS Y MATERIALES POR PROCESO								
FERTILIZACIÓN CORRECTIVOS Y CONTROL DE MALEZAS	INSUMO	HECTÁREAS	VALOR UNITARIO	UN. MEDIDA	CANTIDAD	1	2	
Fertilizantes	abono organico	8,00	100,00	kg	500,00	66.666,67	66.66	
Control de malezas	trocisco-desmota	8,00	15.000,00	jornal	5,00	100.000,00	100,00	
CONCENTRADOS	DESCRIPCIÓN	CABEZAS DE GANADO	VALOR UNITARIO	UN. MEDIDA	CANTIDAD	1	2	
OTROS INSUMOS	DESCRIPCIÓN	CABEZAS DE GANADO	VALOR UNITARIO	UN. MEDIDA	CANTIDAD	1	2	
1	DRUGAS	desparasitantes	4,00	100,00	cm3	2.000,00	-	
2	VERMIFUGOS	gambafos	4,00	150,00	cm3	1,00	600,00	
4	BAÑOS	triple-bencidoliz	4,00	1.200,00	litro	1,00	4.800,00	
5	VACUNAS	sal mineralizada	4,00	25.000,00	litro	0,50	10.000,00	
7	MINERALES	sal mineralizada	4,00	25.000,00	litro	0,50	10.000,00	
TOTAL INSUMOS Y MATERIALES POR PROCESO						244.866,67	166.666,	
LABORES SUBCONTRATADAS POR PROCESO								
LABORES SUBCONTRATADAS POR PROCESO	ITEM	PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	VALOR	UN. MEDIDA	CANTIDAD	1	2
FERTILIZACIÓN	productor	aplicación manual	15.000,00	jornal	5,00	12.500,00	12,50	
TOTAL LABORES SUBCONTRATADAS POR PROCESO						12.500,00	12,50	
TOTAL COSTOS GANADERIA						257.366,67	179.166,	

Se refiere a la organización de la información relacionada con la elaboración de los productos o prestación de los servicios. Aquí se registran las materias primas, los insumos y los tiempos de cada proceso.

2.2.7. Flujo de caja y sostenibilidad del proyecto

FLUJO DE CAJA PRESUPUESTADO												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS				2.700.000				2.700.000				
VENTAS AGRICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS GANADERIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS AVICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VENTAS PORCICULTURA	0	0	0	2.700.000	0	0	0	2.700.000	0	0	0	0
GASTOS	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933	60.933
AMBIENTES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SERVICIOS	0	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA Y MERCADERO	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100	46.100
GASTOS DE MERCADERO Y PUBLICIDAD	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
GASTOS DE PRODUCCIÓN	703	703	703	703	703	703	703	703	703	703	703	703
COSTO DE VENTAS	1.023.760	303.760	303.760	1.023.760	303.760	303.760	303.760	1.023.760	303.760	303.760	303.760	303.760
NOMINA AGRICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTOS AGRICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NOMINA GANADERIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTOS GANADERIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NOMINA AVICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTOS AVICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NOMINA PORCICULTURA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTOS PORCICULTURA	1.023.760	303.760	303.760	1.023.760	303.760	303.760	303.760	1.023.760	303.760	303.760	303.760	303.760
NOMINA OTRAS ESPECIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COSTOS OTRAS ESPECIES	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS + COSTOS	1.074.693	364.693	364.693	1.074.693	364.693	364.693	364.693	1.074.693	364.693	364.693	364.693	364.693
PAGOS GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PAGOS DE CAPITAL PRESTATO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAPITAL DE TRABAJO	0	1.077.760										
EXECUTIVO	-56.933	-61.431	-764.308	229.837	464.333	99.456	-245.033	1.358.233	955.490	428.917	254,1	178
SOSTENIBILIDAD		-6%	-16%	22%	12%	27%	22%	22%	27%	27%	27%	27%
SOSTENIBILIDAD PROMEDIO			ARO 1	ARO 2	ARO 3	ARO 4	ARO 5	TOTAL				
RENTABILIDAD ANUAL			20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%

Se contempló como la evaluación financiera del proyecto, un análisis de los ingresos y egresos del mismo, considerando los tiempos en los que cada uno se va a ejecutar. Por ejemplo, de acuerdo a los ingresos y egresos que tuvo una unidad productiva cualquiera en un período de tiempo determinado, se pudieron tomar decisiones financieras tales como las condiciones de pago de los clientes, los tiempos que requiere financiarse con los proveedores o definir el capital de trabajo.

En el MIMA el flujo de caja está construido bajo algunas premisas para facilitar su elaboración, así:

- El calculo de ingreso está definido por el plazo que se da a los clientes para que paguen, ya sea de contado; a crédito (30, 60, 90 y 120 días); anticipos de ventas y otros ingresos que se generan por actividades pero que en los que no se incurren en costos.
- Calculo de los egresos. El software calcula automáticamente el flujo de los egresos, algunos de ellos basados en supuestos considerados cercanos a la realidad de cada proyecto. Esos supuestos son los siguientes:
- Los gastos de arriendo, administrativos, nómina y los gastos de producción se cancelan el mismo mes en que se realizan.
- Los gastos de servicios, mercadeo y publicidad, y los gastos financieros se cancelan el mes siguiente.
- Los costos están registrados por centros de costos y corresponde al pago de compras de materias primas en manufactura, de insumos en servicio o de productos terminados en comercialización, que se asume se cancelan de contado en el mismo mes, así como el costo de la

nómina operativa, de manufactura, de servicio o de comercialización se cancelan el mismo mes en el que se causan.


- Los inventarios iniciales de materias primas en manufactura, de insumos en servicios y de productos terminados de manufactura y de comercialización, se asume que se compran de contado y se pagan el primer mes de iniciación del proyecto.
- Los inventarios finales de materias primas de manufactura, de insumos en servicios y de productos terminados de manufactura y comercialización, requeridos para atender el flujo normal de la operación o del servicio o de la comercialización por razones de tiempo de entrega por los proveedores, o por tiempo de producción o por necesidad de mantener inventarios de exhibición o para atender pedidos de forma oportuna a clientes, según cada proyecto, se asume que se compran de contado y se pagan en el último mes del año. Su cálculo es automático.
- Para establecer el Capital de Trabajo solo se debe definir un porcentaje que permita obtener la sostenibilidad adecuada, es decir, que se cuente con los recursos financieros suficientes para desarrollar el proyecto. Este porcentaje indica qué proporción de los gastos y costos del primer mes del presupuesto debe ser financiada con recursos adicionales mientras llegan los pagos de los clientes.


Así las cosas y teniendo en cuenta que la sostenibilidad resulta de establecer como se están cubriendo los costos y gastos de un mes, con los ingresos generados en el mismo mes y con un capital de trabajo mínimo, se pudo notar que, cuando la sostenibilidad promedio estaba por debajo del 100%, los ingresos del proyecto solo permitían cubrir una parte de los costos y gastos del mismo y por lo tanto requerían capital de trabajo adicional, generalmente el equivalente a un mes de actividad.

- De igual forma, en el software se contempla un resumen de las inversiones requeridas como la compra de activos fijos y la inversión en capital de trabajo. Para la puesta en marcha del proyecto, se cuentan con dos fuentes de financiación: por medio de recursos propios y por medio de donaciones por parte del programa (Generación de Ingresos), donación esta que asciende a \$1.500.000 (un millón quinientos mil pesos).
- Por ultimo, la evaluación financiera permitió simular los resultados en cuanto a la gestión del negocio y determinar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto, teniendo en cuenta proyecciones financieras a 10 años con base en un crecimiento anual esperado de ingresos, costos y gastos; sin embargo, para efectos de darle cumplimiento a los términos de referencia previamente acordados con OIM y Acción Social, las evaluaciones financieras se proyectaron al término de un año.

Terminada la alimentación del software con base en la información suministrada por el participante, las cuales fueron corroboradas mediante visitas a la unidad productiva y el estudio de mercadeo previo, el MIMA arrojó una ficha donde se sintetizaron aspectos trascendentales a la hora de aprobar o no el proyecto empresarial, tal como se muestra a continuación.

2.2.8. FICHA DE RESUMEN

A	B	C	D	E	F	G	H	I
								
FICHA PLAN DE NEGOCIO Y/O INVERSIÓN								
FECHA	7 DE OCTUBRE DE 2007							
CIUDAD	LOS PALMITOS		N° DE IDENTIFICACION	CC.		OTRO		
HOMBRE DEL PARTICIPANTE	ESTHER ISABEL SALGADO SALGADO				64569668			
DIRECCIÓN								
NODALIDAD								
HOMBRE DEL PROYECTO	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CERDO EN PIE		COMFASUCRE					
CODIGO CIU: (VER LISTADO ANEXO CD)	122							
DESCRIBE TU PROYECTO	Producción y comercialización de cerdo de levante en pie, de la mejor calidad, con especie mejorada, para una producción estimada de 50 kilogramos por cerdo a los 4 meses; para ser comercializado en la zona vecinal a cabecera de cerdo. Este proyecto cuenta con el acompañamiento técnico, capacitación empresarial y psicológica al cual contribuye al logro eficaz y eficiente de las actividades productivas, se pretende mejorar la productividad y la calidad de vida de la familia, según la actividad de inversión. Esta actividad se desarrollará con capital semilla, entregada por Acción Social y OIM.							
LOCALIZACIÓN	MUNICIPIO LOS PALMITOS							
PRINCIPALES EQUIPOS Y ELEMENTOS QUE SE	PORQUERIZA, COMEDEROS Y BEBEDEROS							
CONOCIMIENTOS, COMPETENCIAS Y HABILIDADES TÉCNICAS DEL PARTICIPANTE	es una persona adelantada, sus competencias básicas son bajar para cuenta las competencias personal y empresarial, posee conocimientos en especie menor en relación a cría, vacunar, alimentación, producción y venta de cerdo, cuenta con la experiencia necesaria para desarrollar este plan de negocio y posee las competencias necesarias como son la fortaleza física, trabajo en equipo, dinamismo, observación, comunicación, servicio al cliente, manejo del dinero y tendencia a ahorrar.							
CUENTAMOS CUÉL ES TU PRODUCTO Y EL	Producción y comercialización de cerdo en pie, de la mejor calidad, incluyendo transferencia de							

A	B	C	D	E	F	G	H	I
EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FUENTES DE RECURSOS								
RESUMEN DE LAS INVERSIONES			FUENTES DE RECURSOS					
Capital de Trabajo	INVERSIÓN	EFX			INVERSIÓN	CMPTER	OC	TOTAL
Inversión Inicial	436.888	332			0	11.758		11.758
TOTAL	436.888	332			436.888	1.888.888		1.588.888
					RECURSOS PROPIOS	0	11.758	11.758
					DONACIONES	436.888		1.588.888
					PRÉSTAMO BANCARIO	0	0	0
					OTROS	0	0	0
					TOTAL	436.888	1.897.758	1.599.758
PROYECCIONES FINANCIERAS (MILES)								
(Cifras en Miliar \$)		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS	TOTAL	
VENTAS TOTALES		8.188	8	8	8	8	8.188	
COSTO DE VENTAS		5.353	8	8	8	8	4.313	11.228
UTILIDAD NETA		1.241	8	8	8	8	-4.313	-3.328
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS		234	8	8	8	8	234	
UTILIDAD OPERACIONAL		1.818	8	8	8	8	-4.313	-3.383
GASTOS FINANCIEROS		8	8	8	8	8	8	
UTILID. ANTES DE IMPORTE IMPUESTOS		1.818	8	8	8	8	-4.313	-3.383
IMPUESTOS		8	8	8	8	8	8	
UTILIDAD NETA		1.818	8	8	8	8	-4.313	-3.383
INDICADORES FINANCIEROS								
SOSTENIBILIDAD	28,52	81DIV28	81DIV28	81DIV28	81DIV28	81DIV28	81DIV28	81DIV28
RENTABILIDAD VENTAS	18,52							48,52
CONCEPTO ASESOR PSICOSOCIAL	La señora ESTHER ISABEL SALGADO SALGADO es una persona adulta de 40 años de edad en dinámica y responsable. Calificó de apta. No agente de emprendimiento en especie menor (cerdo). Para las competencias básicas, psicológicas y empresariales, que les permiten el emprendimiento de su negocio. Se le recomienda reforzar sus competencias básicas. Con esta actividad visualiza crecer delante su familia y mejorar las condiciones y calidad de vida de su grupo familiar contando con el apoyo de otros para lograr los objetivos de su plan de vida y plan de negocio. Felicidades por los logros alcanzados durante el desarrollo de las talleres. Éxitos							
CONCEPTO ASESOR EMPRESARIAL	Con el apoyo de algunos jornaleros, por parte del participante, más el capital semilla aportada por Acción Social - OIM (Generación de Ingresos), se puede llevar a cabo el fortalecimiento de esta empresa familiar 6 unidades productiva, la cual estima una rentabilidad de 206,6% y una rentabilidad sobre las ventas de 12,5% en el primer año. Con la utilidad generada se pretende el mejoramiento de la calidad de vida y el crecimiento progresivo de la empresa.							
NOMBRE DEL PARTICIPANTE	ESTHER ISABEL SALGADO SALGADO							
FIRMA								
								
FICHA RESUMEN DEL PROYECTO								
GENERAL						CALCULO CUO		

2.3. COMITÉ DE APROBACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y DESEMBOLSO DE RECURSOS.

Dentro de los términos de referencia pactados entre COMFASUCRE en calidad de operador del programa y la OIM – Acción Social, se estipuló la creación de un comité, encargado de evaluar y aprobar los planes de negocio elaborados y puestos a consideración por los pasantes.

Este comité se encontraba conformada por un representante del Observatorio del Mercado Laboral en Sucre; un representante de la Cámara de Comercio; un representante del SENA; un representante de la OIM; un representante de Acción Social; el coordinador del programa de Generación de Ingresos y un representante de la mesa directiva de COMFASUCRE. En dicho comité, el grupo de pasantes sustentaba, de manera individual y dependiendo de la modalidad empresarial, cada uno de los planes de negocio, enfatizando la exposición en los aspectos técnicos, mercadotécnicos, y los resultados de la evaluación financiera que arrojó el software. Una vez esbozada toda esta temática, el comité deliberaba y al final decidía cuales eran aprobados.

Al finalizar se aprobaron un total de 300 planes de negocio, distribuidos en seis comités, lo cual indica una productividad del 100% a la hora de formular los planes de negocio, dado que ninguno fue objeto de desaprobación.

Entre una de las decisiones que previamente había tomado el comité, se destaca el hecho de hacer las proyecciones financieras en el término de un año, tal como se explicó anteriormente.

Es de resaltar, que dependiendo de la actividad económica de las unidades productivas, se conformó cuatro grupos interdisciplinarios, transversales y especializados en cada una de las áreas afines, de la

siguiente manera: un grupo de especies menores (orientado a proyectos porcícolas y avícolas), conformado por un zootecnista, un asesor psicosocial y un pasante; un grupo de ganadería (orientado a proyectos de ganado vacuno) conformado por un zootecnista, un asesor psicosocial y dos pasantes; un grupo de comercialización (orientado a proyectos de manufactura, de prestación de servicios y de productos terminados), conformado por un economista, un asesor psicosocial y un pasante; y por último un grupo de agricultura (orientado a proyectos de siembra de maíz y de ajonjolí), conformado por un ingeniero agrícola, un ingeniero agrónomo, un asesor psicosocial y un pasante.

Para la puesta en marcha del único proyecto apícola que tuvo el programa, se solicitó asesoría, capacitación y asistencia técnica a la Gobernación de Sucre y a la cadena apícola del Departamento.

2.4. PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA

En la etapa de montaje del proyecto fue importante ilustrar a las personas en todos los aspectos relacionados con la constitución de una empresa, brindando así los elementos esenciales para la puesta en marcha de la misma, pasando del proceso de análisis, a la planeación y la acción. De esta manera, se pudo identificar las diferentes formas legales que puede tener una empresa según su tamaño y número de propietarios.

2.4.1. MEJOR UBICACIÓN PARA EL NEGOCIO

En términos generales, para determinar la ubicación del negocio, se tuvo en cuenta los espacios y lugares que garantizaran el flujo constante de potenciales clientes (cerca de iglesias, colegios, etc.). Al momento de realizar el montaje de la empresa, se articuló en el negocio una buena

iluminación con la exhibición de los productos a comercializar, con el ánimo de imprimirle grados de benchmarking a la organización de la empresa.


2.4.2. CRONOGRAMA PARA EL MONTAJE DE LA EMPRESA

Es una herramienta de trabajo desarrollada en Excel 2003, que se encuentra incluida dentro del MMA. Se utilizó para organizar y programar las actividades que se debían desarrollar para la puesta en marcha del proyecto.

Esta herramienta cuenta con un indicador que permitió día a día actualizarla para definir acciones concretas, con el fin de cubrir cada uno de los elementos: productivos, comerciales, administrativos y financieros. Dependiendo de si la actividad programada en el cronograma se cumplía o no, el software arrojaba un resultado mediante colores, así:

- El color rojo indicaba que la tarea planteada a la fecha no había sido ejecutada, y que según lo programado ya debería haberse ejecutado.
- El color amarillo, significa que las actividades estaban pendientes por ejecutarse, pero aún se encontraba dentro del plazo normal.
- El color verde, indicaba que las actividades ya habían sido ejecutadas correctamente.

Así las cosas, cuando las actividades se estaban realizando en un 100%, el proyecto estaba en funcionamiento.

									
EMPRESAS DE AGROINDUSTRIA									
NOMBRE DE LA EMPRESA		PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE			FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA			18-eol-08	
NOMBRE DEL EMPRESARIO		FABRY MARTINEZ SALGADO			FECHA DE			28-eol-08	
LISTA DE ACTIVIDADES		FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA
UBICACIÓN									
Identificación del sitio de producción									
De acuerdo con las condiciones de la región y la disponibilidad del terreno seleccionar la mejor ubicación.		25-ago	25-ago	18,00X	18,00X				Participante
Definir una estrategia de desarrollo agroindustrial local									
Realizar las actividades necesarias para el acceso al agua y las instalaciones que le queden a escoger la mejor alternativa desde el punto de vista de costo, calidad y oportunidad.		28-ago	28/8/2008	18,00X	18,00X				Participante
Selección de la maquinaria y mobiliario de la									
Definir y comprar o alquilar la maquinaria que requiere		25-ago	25-ago	18,00X	18,00X				Participante
Ejecutar acciones de capacitación a los productores agroindustriales									
Ejecutar una calidad humana en la que manejar se en forma independiente									
PRODUCCIÓN									
Programa de producción									
Elaborar un cronograma detallado de las actividades productivas con fecha de inicio y responsable		28-ago	28-ago	18,00X	18,00X				Participante Reser Empresar
Programar la compra de insumos y materiales de apoyo		28-ago	28-ago	18,00X	18,00X				Participante Reser Empresar
Programar la evaluación de labores a subcontratar									
Llevar información diaria sobre la producción y de las actividades realizadas en el cronograma									
Tabla de Humano									
Seleccionar y contratar a las personas que le apoyarán en la producción hasta el nivel que sea una de las informantes									
Asignar la capacidad social para producir y producir									
Evaluación en las funciones que se a desarrollar									Reser Empresar
COMERCIALIZACIÓN									
Plan de Mercadeo									
Identificar al consumidor final - comprensión									
Identificar al consumidor final de los productos y definir al trader en canales directos con él.		05-eol	05-eol	18,00X	18,00X				Participante
En caso de acudir al canalista directamente al trader final, identificar los canales de distribución que utilizarán									
Plan de Ventas									
Asignar el plan de ventas que se hará en el presupuesto con los canales		28-eol	25-eol	18,00X	18,00X				Participante Reser Empresar
Identificar y analizar a los posibles compradores según el programa de producción		05-eol	05-eol	18,00X	18,00X				Participante Reser Empresar
Seguimiento Financiero									
Seguimiento del flujo de las acciones que le ayuda a controlar el flujo									
ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS									
Tabla de Humano									
Controlar inicialmente por acciones, un analista que le ayude a									
Controlar de tener en las mejores condiciones de uso y mantenimiento las instalaciones		12-eol	28-eol	18,00X	18,00X				Participante
Se cuidaron con el mantenimiento de todas las instalaciones e infraestructura y de refrigeración para evitar posibles pérdidas de los productos		12-eol-08	25-eol-08	18,00X	18,00X				participante
TOTAL PROYECTO									
NOMBRE Y FIRMA PARTICIPANTE:									
NOMBRE Y FIRMA ASESOR:									

2.4.3. DIAGNOSTICO EMPRESARIAL

Es otra herramienta incluida dentro del MIMA, la cual permite evaluar las diferentes áreas del negocio. Ayudó a definir los aspectos en que la empresa era más fuerte y lo que se debía mejorar, a través de un recorrido por las funciones de la misma, identificando de esta manera que se estaba haciendo bien y los cambios necesarios para hacer crecer la empresa.

EMPRESA AGROINDUSTRIA					
HOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CERDOS EN PIE	FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA	01-sep-08		
HOMBRE DEL EMPLEADO	MARIA BURGOS CAPRASCAL	FECHA DE DIAGNOSTICO	5-oct-08		
AREAS DE LA EMPRESA	FACTORES CLAVES DE ÉXITO	NO SE CUMPLE	SE CUMPLE PARCIALMENTE	SE CUMPLE TOTALMENTE	SITUACION ACTUAL
DESARROLLO DE PRODUCTOS	INNOVACION			X	
	Se realizan ejercicios de innovación con los grupos de trabajo			X	
	Se monitorea los nuevos lanzamientos de productos similares			X	
	SUBTOTAL	0,00	1,00	1,00	3,00
	VALOR AGREGADO				
	Se estudia a la competencia para saber que producto ofrece				
	Se estudian necesidades no satisfechas de los clientes				
	SUBTOTAL	0,00	2,00	0,00	3,00
	CALIDAD				
	Se tienen definidos parámetros o normas específicas de calidad del producto				X
	Se tiene registradas estadísticas de no conformidades del producto	X			
	SUBTOTAL	1,00	1,00	0,00	2,50
	APLICACIONES DIVERSIFICACION				
	Se han desarrollado otros o mantenidos resultados del proceso				X
	SUBTOTAL	0,00	1,00	0,00	3,00
PRESENTACION FINAL					
Se desmontan empaques y presentaciones prácticas para el cliente				X	
SUBTOTAL	0,00	0,00	1,00	4,00	
PLANIFICACION					

AREA DE LA EMPRESA	FACTORES CLAVES DE ÉXITO	TOTAL
DESARROLLO DE PRODUCTOS	INNOVACION	3,50
	VALOR AGREGADO	3,00
	CALEIDAD	2,50
	APLICACIONES Y DIVERSIFICACION	3,00
PROCESOS	PRESENTACION FINAL	4,00
	PLANIFICACION	3,00
	OPTIMIZACION Y RECLUTAJE	3,00
	TECNOLOGIA	2,50
	CAPACITACION	3,50
COMERCIALIZACION	CAPACIDAD INICIAL DE PRODUCCION	3,00
	CAPACIDAD DE COLOCAR PRODUCTOS EN EL MERCADO	3,25
	CAPACIDAD DE LLEGAR AL CONSUMIDOR FINAL	3,50
	AUMENTO Y PROFESIONALIZACION DEL GRUPO DE TRABAJO	2,25
FINANZAS	REGIMEN Y SERVICIO AL CLIENTE	3,00
	AUMENTO DE LIGÜEZ Y MEJORA DE ESTRUCTURA DE COSTOS	2,25
TALENTO HUMANO	GRUPO DE TRABAJO MÉRITO	2,25
ADMINISTRACION	ESTRUCTURA DE LA EMPRESA Y ORGANIZACION DE BOMBA DE AGUA	2,00
PROMEDIO EMPRESA		2,91

Factor	Evaluación
INNOVACION	3.50
VALOR AGREGADO	3.00
CALEIDAD	2.50
APLICACIONES Y DIVERSIFICACION	3.00
PRESENTACION FINAL	4.00
PLANIFICACION	3.00
OPTIMIZACION Y RECLUTAJE	3.00
TECNOLOGIA	2.50
CAPACITACION	3.50
CAPACIDAD INICIAL DE PRODUCCION	3.00
CAPACIDAD DE COLOCAR PRODUCTOS EN EL MERCADO	3.25
CAPACIDAD DE LLEGAR AL CONSUMIDOR FINAL	3.50
AUMENTO Y PROFESIONALIZACION DEL GRUPO DE TRABAJO	2.00
REGIMEN Y SERVICIO AL CLIENTE	3.00
AUMENTO DE LIGÜEZ Y MEJORA DE ESTRUCTURA DE COSTOS	2.25
GRUPO DE TRABAJO MÉRITO	2.25
ESTRUCTURA DE LA EMPRESA Y ORGANIZACION DE BOMBA DE AGUA	2.00

2.4.4. PLAN DE FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

Luego de haber realizado el autodiagnóstico de la empresa, se desarrolló el respectivo Plan de Fortalecimiento, para mejorar las áreas de la organización que presentaron una baja calificación y a su vez consolidar las áreas claves, según las exigencias del entorno.

El Plan de fortalecimiento se define como la formulación de las actividades a desarrollar que permiten estratégicamente definir:

- Área de trabajo a mejorar
- Acciones necesaria
- Responsables
- Tiempo de ejecución
- Resultado esperado
- Presupuesto necesario

A		B		C		D		E		F	
											
PLAN DE ACCIÓN PARA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL											
NOMBRE DE LA EMPRESA		PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CERDOS EN PIE		FECHA DE INICIO DE LA EMPRESA						1-nov-07 20-oct-08	
NOMBRE DEL EMPRESARIO		MARIA BURGOS CARRASCAL		FECHA DE REGISTRO							
AREA DE TRABAJO	ACCIÓN NECESARIA	RESPONSABLE	TIEMPO DE EJECUCIÓN	PRESUPUESTO NECESARIO	DESCRIPCIÓN DEL PRESUPUESTO						
DESARROLLO DE PRODUCTOS	VALOR AGREGADO: Aplicar buenas practicas agropecuarias que mejoren la productividad.	Participante	1 mes	225.000	educacion de porquerizas y mantenimiento de animales						
DESARROLLO DE PRODUCTOS	CALIDAD: Definir parámetros ó normas específicos de calidad de los cerdos, concentrado a comprar.	Participante y asesor empresarial.	1 sem	757.322	compra de cerdos y concentrados						
DESARROLLO DE PRODUCTOS	PRESENTACIÓN FINAL: presentaciones directo del producto. Gastos de mercadeo y publicidad	Participante y asesor empresarial.	1 Sem	20.000	gastos de publicidad y transportes						
PROCESOS	TECNOLOGÍA: Aplicación de tecnología adecuada para diferenciar el producto	Participante y asesor empresarial.	30 horas	80.000	educacion de porquerizas						
PROCESOS	CAPACITACIÓN: Jornadas de sensibilización y ventas de trabajo en equipo.	Asesor empresarial.	30 horas	80.000	Capacitación financiada por SENA						
PROCESOS	CAPACITACIÓN: En circuitos de mejoras continuas	Asesor empresarial.	30 horas	80.000	Capacitación financiada por SENA						
COMERCIALIZACIÓN	CAPACIDAD DE COLOCAR PRODUCTOS EN LOS MERCADOS: venta de cerdos en pie.	Participante	1 sem	20.000	Venta de cerdos en pie.						
ADMINISTRACIÓN	ESTRUCTURA DE EMPRESA: planificar los procesos productivos y administrativos del negocio.	Participante y asesor empresarial.	4 meses	200.000	Gastos administrativos y Nómina personal.						
NOMBRE Y FIRMA PARTICIPANTE:											
NOMBRE Y FIRMA ASESOR:											

2.4.4.1. Pasos que se utilizaron para formular el plan de acción para el fortalecimiento de la empresa.

1. Se aplicó la herramienta de autodiagnóstico con base en las áreas calificadas
2. Se seleccionaron las áreas de trabajo para el mejoramiento
3. Se conformaron equipos de trabajo según las áreas seleccionadas para el mejoramiento
4. Se realizó una lluvia de ideas alternativas para resolver una situación o mejorar un área determinada
5. Se seleccionaron las mejores alternativas para presentarlas a un grupo de la organización
6. Una vez aprobadas las acciones por el grupo, se registraron en el cuadro del plan de acción, el responsable, el tiempo de ejecución y el resultado esperado.
7. Se hizo necesario invertir recursos económicos en las soluciones respectivas, previo cálculo y registro en la columna correspondiente.

3. IMPACTO SOCIAL

El Componente de Generación de Ingresos fue calificado en diferentes aspectos por los participantes con base en sus percepciones acerca de la utilidad para el éxito de los negocios.

Para cada uno de los aspectos, que el participante reconoce haber recibido, establecimos una escala de cuatro criterios: muy útil, útil, poco útil e inútil.

Los resultados obtenidos permitieron notar que más del 90% de los participantes afirman haber recibido cuatro componentes básicos: dinero, desarrollo del plan de negocios, capacitación y acompañamiento en el desarrollo del negocio. Los que reconocen haber recibido los diferentes apoyos califican de una mayor utilidad el dinero, el desarrollo del plan de negocios y el acompañamiento psicológico y emocional, al igual que la capacitación técnica en la actividad del negocio.

En este orden de ideas, podemos afirmar que la implementación del programa en el municipio ha permitido incrementar la calidad de vida de las familias beneficiadas, reduciendo en cierta medida el impacto negativo que sobre ellas trajo las condiciones de violencia que causaron su desplazamiento.

En términos generales, el nivel de competitividad del municipio de Los Palmitos se ha aumentado al igual que los niveles de generación de empleo y sub empleo, producto de los negocios implementados en el desarrollo del programa, por lo cual, en alto porcentaje las familias beneficiadas lo calificaron como útil no solo por el beneficio personal que les trajo, sino por contribuir con el desarrollo sostenido de la región.

3.1. RECOMENDACIONES

Luego de haber capacitado a los participantes, formulado y evaluado los planes de negocios e implementado las unidades productivas, se pueden sugerir las siguientes recomendaciones:

- Los positivos efectos tempranos del Componente de Generación de Ingresos que se ha identificado en este estudio, no implican en absoluto que los hogares atendidos hayan salido de la pobreza en forma definitiva y si bien han recibido un impulso inicial determinante en su estabilización económica, no se cuenta con la plena seguridad que permita establecer si esto es suficiente para que superen su situación de pobreza en el mediano largo plazo. Por lo que se propone continuar estimulando la actividad económica que los participantes han emprendido o fortalecido con planes de acción o seguimiento para que se garantice su sostenibilidad en el tiempo.
- El análisis efectuado muestra cómo los negocios que tienen una mayor formalización, como es el hecho de llevar registros de ingresos y gastos, realizar prácticas de control de calidad, relacionarse con otras empresas y contratar empleos adicionales al núcleo familiar son factores que incrementan la probabilidad de éxito, lo cual conlleva a recomendar aumentar el énfasis en las capacitaciones y en los acompañamientos en estos temas.
- Por otra parte, se encuentra que la experiencia previa de los participantes en la actividad apoyada se relaciona con sus aptitudes y destrezas por lo que se convierten en factores determinantes para el éxito de los negocios. Por consiguiente, el apoyo inicial debe enfocarse hacia la identificación conjunta con el

participante de las actividades que maximicen sus posibilidades de éxito de acuerdo con estas consideraciones.

- Si bien, todos los miembros del hogar son participantes del Componente de Generación de Ingresos, es importante identificar qué persona del hogar se va a encargar del negocio y asegurar que sea ésta persona la que participa en las capacitaciones y talleres.
- Existió mucho desespero e inconformidad por parte de los beneficiarios dados los excesivos tramites requeridos para el desembolso del capital semilla, por lo cual se recomienda optimizar los procesos o procedimientos requeridos para el desarrollo de esta actividad.
- En lo referente al manejo del software (MIMA), se tuvo una serie de inconvenientes al momento de alimentar el MIMA de agricultura, por cuanto este contempla proyecciones de ventas mensuales, no obstante en proyectos como ganadería, cría y levantamiento de cerdos, entre otros, las proyecciones de ventas se hacen en períodos bimensuales, trimestrales y cuatrimestrales. Esto nos lleva a sugerir que este tipo de influjos sean tenidos en cuenta y contemplados en futuras modificaciones al software.
- Igualmente, en el MIMA agroindustrial, para la formulación de proyectos de ganadería, el ítem de inversión inicial no muestra la cuenta “semovientes”, lo que ocasiona dificultades en el diligenciamiento de la información de este tipo de negocios.

CONCLUSIONES

La implementación del programa “Atención Integral en Generación de Ingresos a Población en Situación de Desplazamiento” en el municipio de Los Palmitos - Sucre, fue de gran importancia para la población beneficiada debido a que se logró en cada uno de ellos el establecimiento de un proyecto empresarial y de un plan de vida que generaron de manera colectiva un impacto social en la región.

Es de anotar que el 95% de los planes de negocios formulados se están ejecutando de manera satisfactoria, con la supervisión y el acompañamiento del equipo empresarial. Sin embargo, a pesar de la gran satisfacción que existe en los participantes, surge una gran preocupación por cuanto el 5% de ellos no invirtió el dinero en la unidad de negocio proyectada de manera inicial, lo cual impide garantizar a futuro la sostenibilidad y rentabilidad del negocio en la medida en que no se realizó un estudio financiero y mercadotécnico previo.

En lo referente al desarrollo de las pasantías, cabe resaltar que fue una gran experiencia para todos, debido a que se pusieron en práctica los conocimientos aprendidos en el Alma Mater, mediante la formulación y evaluación de los planes de negocio, partiendo desde las capacitaciones impartidas a los participantes, hasta la respectiva implementación de la unidad productiva, incluyendo las visitas de acompañamiento y asesorías de las mismas.

ANEXOS

ANEXO N° 1
UBICACIÓN DEL PROGRAMA EN EL DEPARTAMENTO DE SUCRE



ANEXO Nº 2
LEVANTAMIENTO DE LINEA BASE



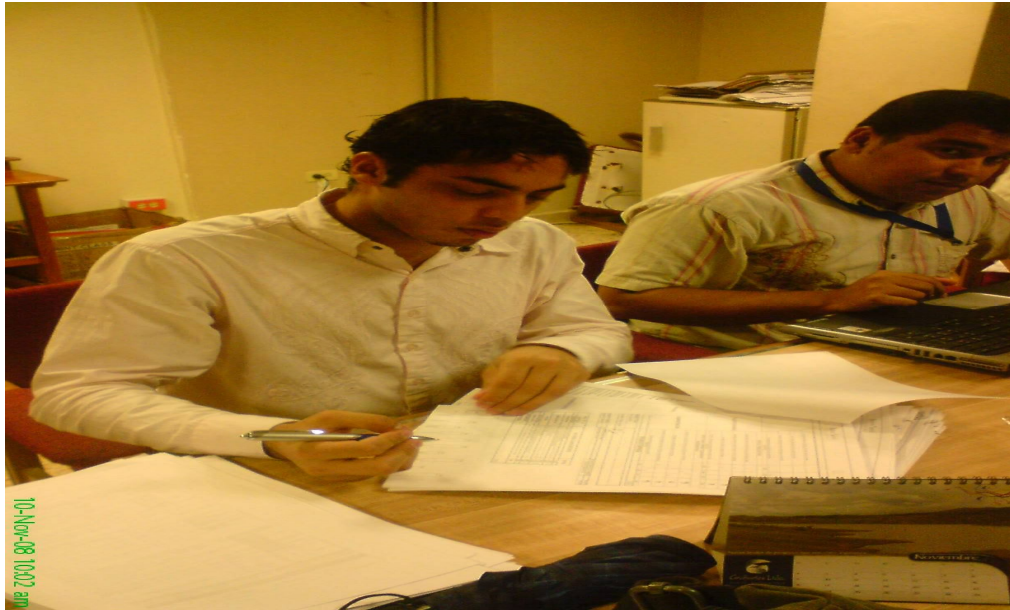
ANEXO Nº 3
LANZAMIENTO DEL PROGRAMA



ANEXO Nº 4
FOTOS EN CAPACITACIONES



ANEXO Nº 5
FORMULACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO EN EL MIMA



ANEXO Nº 6
COMITÉ DE APROBACIÓN DE PLANES DE NEGOCIO Y
DESEMBOLSO DE RECURSOS.



ANEXO Nº 7

VISITAS A UNIDAD PRODUCTIVA



ANEXO Nº 8
PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO




ANEXO Nº 9

ENCUESTA

Acción Social		FORMATO DE PROGRAMACIÓN Y EJECUCIÓN DE VISITAS				Código Único Encuesta: <input type="text"/>					
<small>Presidencia Industria y Comercio Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional</small>		<small>SUBDIRECCIÓN DE ATENCIÓN A POBLACIÓN DESPLAZADA</small>				Versión: 01					
I - PROGRAMACIÓN DE LA VISITA											
Datos de la persona que programa la visita						Código (automático)					
Primer Nombre	Segundo Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido	Tipo Doc	Documento identidad	Expedida en:					
Sitio de visita											
Entorno Urbano			Entorno Rural								
Código DANE	<input type="checkbox"/> Barrio <input type="text"/>		<input type="checkbox"/> Vereda <input type="text"/>		<input type="checkbox"/> Territorio colectivo <input type="text"/>						
Municipio	<input type="checkbox"/> Localidad o Comuna <input type="text"/>		<input type="checkbox"/> Corregimiento <input type="text"/>		<input type="checkbox"/> Comunidad <input type="text"/>						
Código DANE	<input type="checkbox"/> Comunidad <input type="text"/>		<input type="checkbox"/> Resguardo Indígena <input type="text"/>								
Entidad que programa la visita			Día en que se realiza la visita			Modalidad de la Entrevista					
Día Mes Año			Día Mes Año			Hora <input type="checkbox"/> Visita domiciliaria					
D D M M A A A A			D D M M A A A A			<input type="checkbox"/> Entrevista en lugar diferente al domicilio					
Modalidad de Visita				Responsable de la visita							
<input type="checkbox"/> Hogar GEP <input type="checkbox"/> Programación normal <input type="checkbox"/> Requerimiento Urgente				<input type="checkbox"/> UT AS <input type="text"/> <input type="checkbox"/> Operador <input type="text"/> <input type="checkbox"/> Otro <input type="text"/>							
Datos de la persona a contactar											
Código declaración	Fecha de inclusión		Primer Nombre	Segundo Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido					
	Día Mes Año										
	D D M M A A A A										
Tipo Doc:	Documento identidad	Expedida en:									
Datos del jefe de hogar											
Primer Nombre	Segundo Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido	Tipo Doc	Documento identidad	Expedida en:					
Dirección de visita y correspondencia				Teléfonos en que se puede contactar							
				Fijo <input type="text"/> Móvil <input type="text"/>							
II - VISITA DOMICILIARIA											
Datos del desplazamiento											
Desde el año 1997, cuántas veces ha sido desplazado?						Número de veces <input type="text"/>					
Datos de la salida del (los) desplazamiento(s)											
Orden	Fecha	Departamento de salida	Municipio de salida	Entorno	Tipo	Declaro?	Personas en el hogar incluido?	Departamento llegada	Municipio llegada	Actor que provoca el desplazamiento	
Ultimo	M M A A A A										
Penultimo	M M A A A A										
Primero	M M A A A A										
Bienes inmuebles abandonados:											
Dejo tierra(s), lote(s), casa(s), abandonados al momento del desplazamiento?						SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
Orden	Tipo de Inmueble	Localización				Identificación del inmueble	Extensión		Relación Jurídica	Uso del Inmueble	Posee documento soporte?
		Departamento	Municipio	Ubicación	Vereda - Corregimiento		Área	Unidades			
1											¿Ha solicitado protección? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
2	Descripción										¿Ha solicitado protección? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
3	Descripción										¿Ha solicitado protección? <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
Algunos de esos bienes le han sido despojados? (Esta pregunta se hace si hay bienes abandonados)						SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
¿Qué otros bienes abandonó?						Deudas vigentes					
Bienes diferentes a tierras, lotes, casas o viviendas abandonados						Tiene crédito vigente con alguna entidad financiera legalmente constituida?					
Dejo bienes diferentes a tierras, lotes, casas o viviendas abandonados al momento del desplazamiento?						SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>						SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>					
Tipo Bien	Tipo Tenencia	Cant.	Medidas	Entidad	Valor actual de la deuda						

III - DATOS DE LAS PERSONAS QUE CONFORMAN EL HOGAR								
5 Información actual de la persona <small>(Posible marcación de 2 variables)</small> 1. Falleció 2. Formó otro hogar 3. Abandonó el hogar 4. Privado de la libertad 5. Salido del país 6. Retornó 98. No sabe 99. No responde	7 - Tipo Documento de identidad del que dispone la persona 1. Cédula de ciudadanía 2. Libreta Militar 3. Tarjeta de Identidad 4. Registro Civil 5. NUIP 6. No informa 7. No tiene 98. No sabe 99. No responde	9. Si su respuesta en la pregunta 7 fue 7, especifique la razón: 1. No lo ha tramitado nunca 2. Se extravió y no lo ha vuelto a tramitar	10 Parentesco Familiar 1. Jefe (a) de hogar 2. Esposo (a)/Compañero (a) 3. Hijo (a)/Hijastro (a) 4. Yerno/Nuera 5. Nieto (a) 6. Padre/Madre 7. Suegros 8. Hermanos o Cuñados 9. Otros parientes 98. No sabe 99. No responde	12 Estado civil actual de la persona 1. Unión libre 2. Casado 3. Viudo 4. Separado o divorciado 5. Soltero 97. Otro 98. No sabe 99. No responde	15- Grupo Étnico 1. Negro (a) o Afrocolombiano (a) 2. Indígena 3. Gitano (a) ROM (il) 4. Raizal Archipiélago de San Andrés y Providencia 5. Mestizo 6. Blanco 7. Ninguna de las anteriores 98. No sabe 99. No responde	19- Régimen al que pertenece como afiliado al Sistema de Seguridad Social en Salud (SGSS) 1. Contributivo 2. Subsidiado 3. Especial 4. Vinculado 5. Ninguno 6. No especifica 98. No sabe 99. No responde	20. ¿Cuál es la razón por la cual no se encuentra afiliado a algún régimen de salud? (1) No le interesa (2) No sabe como afiliarse (3) No ha conseguido cupo	21. El niño cuenta con su cuadro de control de vacunación completo? 1=SI 2=NO

No. CONS. HOGAR	No. CONS. DE LA PERSONA	APELLIDOS: Escriba en el renglón 1 el primer apellido y en el renglón 2 el segundo apellido	NOMBRES: Escriba en el renglón 1 el primer nombre y en el renglón 2 el segundo nombre	ACTUALIDAD PERSONA	TIENE DOC. 1=SI 2=NO	TIPO DOC. IDENTIDAD	Número del documento de identidad y lugar de expedición	NO TIENE DOCUMENTO	PARENTESCO FAMILIAR	CABEZA DE HOGAR? 1=SI 2=NO	ESTADO CIVIL	SEXO 1=HOM 2=MUJ	EDAD Años cumplidos	Fecha de Nacimiento	Beneficiario/a programa alimentos complementarios		Beneficiario/a programa Protección Adulto Mayor (PASAM)		GRUPO ÉTNICO
															SI / NO	SI / NO	SI / NO	SI / NO	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	14A	14B	14C	15		
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												
	1		1				1												
	2		2				de												

 Acción Social <small>Presidencia Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional</small>		FORMATO DE PROGRAMACIÓN Y EJECUCIÓN DE VISITA <small>SUBDIRECCIÓN DE ATENCIÓN A POBLACIÓN DESPLAZADA</small>		Código Único Encuesta:
				Versión: 01
IV - ESTABILIZACIÓN				
En orden de importancia, cuáles fueron las tres principales razones por las que el hogar escogió esta ciudad? (Marque de 1 a 3)		En orden de importancia, cuáles son las tres principales razones por las que el hogar quiere reubicarse o retornar? (Marque de 1 a 3)		En orden de importancia, cuáles son las tres principales razones por las que el hogar no puede retornar? (Marque de 1 a 3)
<input type="checkbox"/> Cercanía al lugar de procedencia <input type="checkbox"/> Tenía parientes o amigos <input type="checkbox"/> Mayores posibilidades de trabajo <input type="checkbox"/> Acceso a salud, educación, vivienda <input type="checkbox"/> Mayor seguridad personal <input type="checkbox"/> Acceso a ayudas del gobierno <input type="checkbox"/> Fueron reubicados en esta ciudad <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde		<input type="checkbox"/> Se siente discriminado <input type="checkbox"/> La ciudad es insegura <input type="checkbox"/> No hay oportunidades de trabajo <input type="checkbox"/> Prefiere donde vivía antes <input type="checkbox"/> No ha recibido ayuda estatal <input type="checkbox"/> Por oportunidades de trabajo <input type="checkbox"/> Motivo familiar <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde		<input type="checkbox"/> Se mantienen las condiciones que causaron el desplazamiento <input type="checkbox"/> Son malas las condiciones de vida (servicios, salud, educación) <input type="checkbox"/> No tiene a donde llegar <input type="checkbox"/> No hay oportunidades de trabajo <input type="checkbox"/> Logró estabilizarse <input type="checkbox"/> Desintegración familiar <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde
Respecto a su lugar de residencia, el hogar quiere:				
<input type="checkbox"/> Reubicarse		Departamento: _____ Municipio: _____	<input type="checkbox"/> Permanecer	<input type="checkbox"/> Salir del país
<input type="checkbox"/> Retornar		Departamento: _____ Municipio: _____	<input type="checkbox"/> No ha definido	
V - FORMA DE TENENCIA DE LA VIVIENDA Y SERVICIOS				
Ha recibido subsidio de Vivienda? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Tipo de la vivienda que habita <input type="checkbox"/> Refugio natural (puente o similares) <input type="checkbox"/> Albergue <input type="checkbox"/> Rancho <input type="checkbox"/> Preza / inquilinato <input type="checkbox"/> Apartamento <input type="checkbox"/> Casa <input type="checkbox"/> Otro	Especifique la modalidad de vivienda <input type="checkbox"/> Propia <input type="checkbox"/> Arriendo <input type="checkbox"/> De un familiar <input type="checkbox"/> De un amigo <input type="checkbox"/> Albergue temporal <input type="checkbox"/> En usufructo <input type="checkbox"/> Ocupada de hecho/ Invasión <input type="checkbox"/> Encargo	Material predominante de: paredes exteriores de la vivienda <input type="checkbox"/> Sin paredes <input type="checkbox"/> Zinc, tela, cartón, latas, desechos, plásticos <input type="checkbox"/> Guadua, Caña, Esterilla, Otros vegetales <input type="checkbox"/> Madera burda <input type="checkbox"/> Bahareque <input type="checkbox"/> Tapia pisada, adobe <input type="checkbox"/> Bloque, ladrillo, piedra, material prefabricado, madera pulida	
Después del desplazamiento? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Personas por cuarto: _____		pisos de la vivienda <input type="checkbox"/> Tierra o arena <input type="checkbox"/> Madera burda, tabla o tablón <input type="checkbox"/> Cemento o gravilla <input type="checkbox"/> Baldosa, vinilo, tableta o ladrillo <input type="checkbox"/> Alfombra, mármol, parqué, madera pulida <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde	
Servicios Públicos		Abastecimiento de agua	Combustible para cocinar	Recolección de basuras
<input type="checkbox"/> Acueducto <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Gas domiciliario <input type="checkbox"/> Energía eléctrica <input type="checkbox"/> Recolección de basuras		<input type="checkbox"/> Conexión red del acueducto <input type="checkbox"/> Pozo, aljibe <input type="checkbox"/> Agua lluvia <input type="checkbox"/> Carro tanque, aguatero <input type="checkbox"/> Río, quebrada, manantial, nacimiento <input type="checkbox"/> Agua embotellada <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde	<input type="checkbox"/> Electricidad <input type="checkbox"/> Gas Natural de la red <input type="checkbox"/> Gas cilindro / pipeta / bombona <input type="checkbox"/> Kerosén/cocino/Alcohol/Petróleo <input type="checkbox"/> Leña / madera ó carbón <input type="checkbox"/> Carbón mineral <input type="checkbox"/> Material de desecho <input type="checkbox"/> No cocinan <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde	<input type="checkbox"/> La recoge el servicio de aseo <input type="checkbox"/> La queman <input type="checkbox"/> La entierran <input type="checkbox"/> La tiran al río, caño, laguna <input type="checkbox"/> Tiran patio/ lote/ zanja/ baldío <input type="checkbox"/> La recoge un servicio formal <input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde
Tipo de servicio sanitario <input type="checkbox"/> Inodoro conexión alcantarillado <input type="checkbox"/> Inodoro con pozo séptico <input type="checkbox"/> Inodoro sin conexión			El servicio sanitario es: <input type="checkbox"/> Compartido con otro hogar <input type="checkbox"/> Exclusivo del hogar	Cuántos miembros del hogar disponen de servicio de telefonía celular? <div style="border: 1px solid black; width: 50px; height: 20px; margin: 0 auto;"></div>
		<input type="checkbox"/> Letrina <input type="checkbox"/> Bajamar <input type="checkbox"/> No tiene servicio	<input type="checkbox"/> No sabe <input type="checkbox"/> No responde	

VI - ELEMENTOS DEL HOGAR

Elementos de hábitat		Posee ahora	¿Poseía antes?		Posee ahora	¿Poseía antes?
Utensilios de cocina	Ollas	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	Electrodomésticos	Licudadora	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
	Vajilla	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		Estufa	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
	Cubiertos	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		Nevera	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Elementos de hábitat	Sábanas	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		Lavadora	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
	Cobijas	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		Televisor	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
	Colchones	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		Computador	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
	Colchonetas	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		Horno	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
	Hamacas	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		Equipo de Sonido	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
Vestuario	El hogar cuenta con vestuario adecuado de acuerdo con el clima de la región donde habita?				<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No	

VII - ATENCIÓN A LA POBLACIÓN DESPLAZADA

Usted tiene conocimiento sobre las ayudas que brinda el Estado a la población en situación de desplazamiento? SI NO

En relación con las ayudas recibidas indique que entidades y que tipo de ayuda han recibido en el hogar

Entidad / Tipo de atención	Información sobre ayudas del estado	Salud	Educación	Atención Humanitaria	Reunificación Familiar	Empleo	Protección	Generación de Ingresos	Vivienda (arriendo o compra)	Capacitación	Documentación	Apoyo Psicosocial
Acción Social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comité Internacional de la Cruz Roja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Programa Mundial de Alimento - OPSR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cruz Roja Colombiana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Iglesia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entidades del SNAIPD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agencias del Sistema de Naciones Unidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizaciones No Gubernamentales ONGs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Familiares o amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autoridades locales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otras entidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

En orden de importancia, clasifique el componente de atención que considera prioritario recibir en este momento?

- De 1 a 9 (1: Mas importante - 9: Menos importante)
- Atención en salud Vivienda Consecución de documentos Generación de Ingresos Capacitación
 Educación Empleo Asistencia jurídica y orientación Atención humanitaria

VIII - INGRESOS Y GASTOS

Ingresos	Gastos
Número de miembros del hogar? <input type="text"/>	En orden de importancia, clasifique los gastos en los cuales el hogar invierte sus ingresos y especifique el valor. <i>De 1 a 6 (1: Mas importante - 6: Menos importante)</i>
Señale la fuente de ingresos del último mes	
<input type="checkbox"/> Trabajo formal <input type="checkbox"/> Ayuda estatal <input type="checkbox"/> Trabajo informal <input type="checkbox"/> Ayuda no estatal <input type="checkbox"/> Ahorro <input type="checkbox"/> Trabajo por alimento <input type="checkbox"/> Préstamo <input type="checkbox"/> Mendicidad	<input type="checkbox"/> Transporte \$ _____ <input type="checkbox"/> Salud \$ _____ <input type="checkbox"/> Alimentación \$ _____ <input type="checkbox"/> Educación \$ _____ <input type="checkbox"/> Vivienda y servicios públicos \$ _____ <input type="checkbox"/> Otros \$ _____
Ingresos mensuales del hogar \$ _____	Total gastos mensuales del hogar \$ _____
Ingreso per cápita	\$(Ingresos mensuales del hogar / Número de miembros del hogar)

VIX - SEGURIDAD Y PROTECCIÓN

¿Algún miembro del hogar se encuentra amenazado o enfrenta una situación de riesgo extraordinario? Sí No

¿Ha acudido a alguna entidad para solicitar protección?

<input type="checkbox"/> Ministerio del Interior	<input type="checkbox"/> Fuerzas Armadas	<input type="checkbox"/> Defensoría o Procuraduría
<input type="checkbox"/> Oficina de Derechos Humanos de la Vicepresidencia	<input type="checkbox"/> Embajadas	<input type="checkbox"/> Ninguno
<input type="checkbox"/> Organismo Internacional de Derechos Humanos o Derecho Internacional Humanitario	<input type="checkbox"/> Fiscalía	<input type="checkbox"/> Otro, Cuál? _____

Algún miembro de su hogar ha sido víctimas de los siguientes hechos, después del desplazamiento?

<input type="checkbox"/> Torturas	<input type="checkbox"/> Secuestro
<input type="checkbox"/> Contra la Integridad sexual o moral	<input type="checkbox"/> Minas antipersona o atentados terroristas
<input type="checkbox"/> Hostigamiento o Amenazas	<input type="checkbox"/> Homicidio

X - PARTICIPACIÓN

Tiene conocimiento si se encuentra conformado el comité municipal? Sí No
 Asiste regularmente un representante del hogar a este comité? Sí No

VERIFICACIÓN EN EL ENTORNO

Conoce usted alguno de los miembros del hogar relacionados en esta encuesta? Sí No
(Si la respuesta es si pase a la siguiente pregunta)
 Hace cuánto tiempo los conoce? Años Meses
 Reconoce usted a los miembros del hogar como desplazados? Sí No N/S N/R
 Conoce usted la actividad económica principal de alguno de los miembros del hogar? Sí No N/S N/R
(Si la respuesta es si especifique cual o cuales) _____
 Sabe usted si algún miembro del hogar posee inmuebles o vehículos? Sí No N/S N/R
 Tiene conocimiento de la región de la cual salieron desplazados? Sí No N/S N/R
(Si la respuesta es si especifique cual) _____
 De acuerdo con la información suministrada por esta fuente, el sitio de vivienda coincide con el sitio visitado? Sí No
(Si la respuesta es NO, ubique otra fuente y confirme)
 Fuente 2. De acuerdo con la información suministrada por esta fuente, el sitio de vivienda coincide con el sitio visitado? Sí No

ELEMENTOS PROBATORIOS

Una vez realizada la entrevista domiciliar y de entorno con que tipo de elementos probatorios cuenta?

Este formato Fotos Testimonios Registro Documental Otro

CONCEPTO PROFESIONAL

(Si usted observó características relevantes no contenidas en este formulario, inclúyalas.)

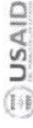



CONTROL DE LA ENTREVISTA O VISITA (Marque todas las que apliquen)

<input type="checkbox"/> Incompleta (El entrevistado no suministró la totalidad de la información)	<input type="checkbox"/> Dirección Inexistente o falsa
<input type="checkbox"/> Rechazo (El entrevistado se negó a suministrar la información)	<input type="checkbox"/> Completa
<input type="checkbox"/> Personas Ausentes (No se encontró ningún miembro del hogar)	<input type="checkbox"/> Se programó revisita
<input type="checkbox"/> Otra (Especifique cuál)	Fecha y hora revisita

Día Mes Año Hora

CONTROL DEL TRABAJO

Encuestador _____ Código	Supervisor _____ Nombre _____ Código	Coordinador _____ Nombre
--------------------------------	--	--------------------------------

ENCUESTA COMPLEMENTARIA OIM		LA INFORMACIÓN ES CONFIDENCIAL SOLO SEARÁ UTILIZADA PARA LA CARACTERIZACIÓN DE LOS BENEFICIARIOS			PAHDES: Proyecto de Atención Humanitaria a Desplazados y Estabilización Socioeconómica			   				
A. SOLO PARA LAS PERSONAS QUE RECIBIERON FORMACIÓN OCUPACIONAL (Para las personas con 15 ó más años) En 1 Coloque el mismo número de la persona en Grupo Familiar												
1. Coloque el mismo número que esta persona tiene en Grupo Familiar	2. Nombre	3. En que oficina recibió la capacitación?	4. Cuanto tiempo duró (En meses)?	5. En que año la hizo?	6. Recibió un Certificado o diploma?	7. Que institución le dio la capacitación?	8. Nombre del Municipio donde la recibió?	9. Ha tenido un trabajo en este oficio?	10. Cuanto tiempo trabajó?	11. Cuanto tiempo ha sido varios trabajos (en meses)	12. Tiene UD un negocio propio?	13. Desde Cuándo tiene el negocio? Indique mes y año
					1. SI 2. NO			1. SI 2. NO			1. Unico Dueño 2. En Compañía	
C. PROPIETARIOS DE NEGOCIOS (Continuación)												
14. Coloque el mismo número que esta persona tiene en Grupo Familiar	15. Tipo de Negocio	16. Donde tiene el Negocio?	17. Como financio al inicio su negocio?	18. Qué institución lo apoyo?	19. Qué tipo de apoyo le dio?	20. Cuantas personas trabajan en su negocio?	21. Cuanto cree UD que vale su negocio?	22. Cuantas personas trabajan en familiares?	23. Cuantos ingresos totales genero el negocio el último mes?			
	1. Venta 2. Construcción 3. Artesanías 4. Carpintería 5. Mantenimiento 6. Alimentos 7. Comercio 8. Confecciones 9. Maquinaria 10. Agricultura 11. Peluquería 12. Otro Cual? 13. NS/NC	1. Via Publica 2. En su residencia 3. Local Alquilado 4. Casa del Socio 5. Local propio 6. Otro Cual?	1. Recursos Propios. 2. Crédito a un prestamista 3. Capital Semilla de una institución 4. Crédito de una Institución 5. Capital semilla y Crédito de una institución 6. Crédito de Banco o Cooperativa 7. Otro Cual?	1. Red de Solidaridad/Acción Social 2. CHF 3. FUPAD 4. OIM 5. Cruz Roja 6. Municipio/Departamento 7. Otra Cual?	1. Capacitación en negocios 2. Formación Técnica 3. Recursos financieros 4. Asesoría administrativa 5. Asesoría Comercial 6. Entre 5 millones a 10 millones 7. Otra Cual?	1. Trabaja Solo 2. Dos personas 3. De 3 y 4 personas 4. De 5 y 7 personas 5. De 8 a 10 personas 6. Diez (10) o más	1. Menos de 100 mil 2. Entre 1001 a 300 mil 3. Entre 301 a 500 mil 4. Entre 501 a 700 mil 5. Entre 701 mil a 1 millón 6. Más de 1 millón					
D. EXPECTATIVAS Aplica para todos los mayores de 15 años que no están estudiando y con expectativas económicas												
24. Coloque el mismo número que esta persona tiene en Grupo Familiar	25. Cree que para UD es mejor?	26. Cree que se siente mejor para ese trabajo?	27. Para el negocio que quiere tiene maquinaria o equipos?	28. Instalaría el Negocio en?								
	1. Ser empleado 2. Tener negocio propio 3. Fortalecer el negocio	1. Carpintería 2. Mecánica 3. Confecciones 4. Ventas 5. Electricidad 6. Peluquería 7. Artesanías 8. Pintura 9. Otro Cual?	1. SI 2. NO	1. Casa 2. Via pública 3. Local Alquilado 4. Casa de socio 5. Otro Cual?								

ANEXO Nº 10
FICHA DE RESUMEN



FICHA PLAN DE NEGOCIO Y/O INVERSIÓN						
FECHA	07 DE OCTUBRE 2008					
CIUDAD	LOS PALMITOS	Nº DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	CC.	X	OTRO	
NOMBRE DEL PARTICIPANTE	ANA ELVIRA PUENTES ORTEGA		64.475.822			
DIRECCIÓN	BARRIO VILLA ESTADIO	TELÉFONO/ CELULAR	314 5016832			
MODALIDAD	EMPRENDIMIENTO	X	FORTALECIMIENTO			
NOMBRE DEL PROYECTO	ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BOLITAS DE LECHE Y PASTELES	INSTITUCIÓN ASESORA	COMFASUCRE			
CODIGO CIU: (VER LISTADO ANEXO CD)	SELECCIONE EL SECTOR AL QUE PERTENECE EL PROYECTO		MANUFACTURA	COMERCIO	SERVICIOS	AGROINDUSTRIA
	MARQUE CON UNA X		X			
DESCRIBE TU PROYECTO	MI PROYECTO ES DE EMPRENDIMIENTO EN LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BOLITAS DE LECHE Y PASTELES DE POLLO Y CERDO.					
LOCALIZACIÓN	ZONA RURAL DEL MUNICIPIO DE LOS PALMITOS, CORREGIMIENTO EL PIÑAL, BARRIO VILLA ESTADIO.					
PRINCIPALES EQUIPOS Y ELEMENTOS QUE SE REQUIEREN PARA DESARROLLAR LA EMPRESA	CALDEROS, OLLA Nº 40, PAILA, CUCHILLO, OLLA PRESION, ESTUFA, MESA Y PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR PARA LA ELABORACION DE LOS PASTELES Y BOLITAS DE LECHE.					
CONOCIMIENTOS, COMPETENCIAS Y HABILIDADES TÉCNICAS DEL PARTICIPANTE	POSEE CONOCIMIENTOS EN COMERCIALIZACIÓN (PASTELES DE POLLO Y CERDO), CUENTA CON LA EXPERIENCIA NECESARIA PARA DESARROLLAR ESTE PLAN DE NEGOCIO Y POSEE LAS COMPETENCIAS NECESARIAS COMO SON: DINAMISMO, SERVICIO AL CLIENTE, MANEJO DEL DINERO Y TENDENCIA A AHORRAR, FORTALEZA FÍSICA. SUS COMPETENCIAS BÁSICAS SON BAJAS, PERO TIENE INICIATIVA Y PERSEVERANCIA					
CUÉNTANOS CUÁL ES TU PRODUCTO Y EL VALOR AGREGADO	MI PRODUCTO ES LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE BOLITAS DE LECHE Y PASTELES, EL VALOR AGREGADO A IMPLEMENTAR ES LA CALIDAD EN LA ATENCION AL CLIENTE, PRECIOS BAJOS Y PRODUCTOS DE CALIDAD GARANTIZADA Y ALGUNAS TECNICAS DE MARKETING PARA LLEGAR A LOS CLIENTES OBJETIVOS Y POTENCIALES.					

DÓNDE Y A QUIÉN LE VAS A VENDER	MI MERCADO OBJETIVO SON LOS HABITANTES DEL BARRIO VILLA ESTADIO Y DEL CORREGIMIENTO DEL PIÑAL Y ALGUNAS PERSONAS ALEDAÑAS QUE PASAN POR LA CARRETERA Y A TODAS LAS PERSONAS QUE ESTEN UBICADOS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE MI NEGOCIO.
DESCRIBE CÓMO VAS A DAR A CONOCER TUS PRODUCTOS	PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS QUE COMERCIALIZARA MI PLAN DE NEGOCIO, SE UTILIZARAN TECNICAS MERCADOTECNICAS TALES COMO REPARTICION DE VOLANTES PROMOCIONALES, TARJETAS DE PRESENTACION Y MARKETING VIRAL.
CUÁNTOS Y QUIÉNES TRABAJARÁN EN EL PROYECTO	MI PERSONAS EN CALIDAD DE BENEFICIARIO Y MI NUCLEO FAMILAR.

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FUENTES DE RECURSOS

RESUMEN DE LAS INVERSIONES		
Capital de trabajo	953.975	1
Inversión inicial	585.200	0
TOTAL	1.539.175	1
SOSTENIBILIDAD PROMEDIO		168%
RENTABILIDAD ANUAL		16%

FUENTES DE RECURSOS			
	INVERSIÓN INICIAL	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
RECURSOS PROPIOS	0	39.175	39.175
DONACIONES	585.200	914.800	1.500.000
PRÉSTAMO BANCARIO	0	0	0
OTROS	0	0	0
TOTAL	585.200	953.975	1.539.175

PROYECCIONES FINANCIERAS							
(Cifras en Miles \$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	(Cifras en Miles \$)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
VENTAS TOTALES	21.000	21000	21000	ACTIVO CORRIENTE	1.300	1.550	1.801
COSTO DE VENTAS	18.866	18.912	18.912	ACTIVO FIJO	585	585	585
UTILIDAD BRUTA	2.134	2.088	2.088	OTROS ACTIVOS	0	0	0
GASTOS ADMÓN Y VENTAS	1.838	1.838	1.838	TOTAL ACTIVOS	1.885	2.136	2.386
UTILIDAD OPERACIONAL	296	251	251	PASIVO CORRIENTE	50	50	50
GASTOS FINANCIEROS	0	0	0	PASIVO A LARGO PLAZO	0	0	0
UTILID. ANTES DE IMPUESTOS	296	251	251	TOTAL PASIVOS	50	50	50
IMPUESTOS	0	0	0	PATRIMONIO	1.835	2.086	2.336
UTILIDAD NETA	296	251	251	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.885	2.136	2.386
INDICADORES FINANCIEROS							
RENTABILIDAD VENTAS	1,4%	1,2%	1,2%	LIQUIDEZ (INDICADOR)	26,0	31,0	36,0
RENTABILIDAD DE INVERSIÓN	15,7%	11,7%	10,5%	ENDEUDAMIENTO	2,7%	2,3%	2,1%

<p>CONCEPTO ASESOR PSICOSOCIAL</p>	<p>LA SEÑORA ANA ELVIRA PUENTE ORTEGA PERSONA ADULTA MAYOR DE 68 AÑOS DE EDAD, ES DINÁMICA Y RESPONSABLE, CALIFICADO PARA EL NEGOCIO DE LA COMERCIALIZACIÓN DEBIDO A QUE POSEE LAS COMPETENCIAS PERSONALES Y EMPRESARIALES QUE LE PERMITIRÁN EL CRECIMIENTO Y EMPRENDIMIENTO DE SU NEGOCIO. CON ESTA ACTIVIDAD VISUALIZA SACAR ADELANTE A SU FAMILIA Y MEJORAR LAS CONDICIONES Y CALIDAD DE VIDA DE SU GRUPO FAMILIAR CONTANDO CON EL APOYO DE ESTA PARA LOGRA LOS OBJETIVOS DE SU PLAN DE VIDA Y SU PLAN DE NEGOCIO. SE LE RECOMIENDA INICIAR UNA ALFABETIZACIÓN INTENSIVA Y SEGUIR REFORZANDO LAS COMPETENCIAS EMPRESARIALES Y PERSONALES. FELICIDADES POR LOS LOGROS ALCANZADOS DURANTE EL DESARROLLO DE LOS TALLERES. ÉXITOS.</p>
<p>CONCEPTO ASESOR EMPRESARIAL</p>	<p>CON UNA INVERSIÓN EN RECURSOS PROPIOS, REPRESENTADA EN EL APOORTE DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y CUIDADO DEL NEGOCIO POR PARTE DEL PARTICIPANTE, COMO CONTRAPARTIDA PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO, MAS EL CAPITAL SEMILLA APORTADO POR ACCIÓN SOCIAL-OIM-USAID PARA LA GENERACIÓN DE INGRESOS, SE PUEDE LLEVAR A CABO EL EMPRENDIMIENTO DE ESTA EMPRESA FAMILIAR O UNIDAD PRODUCTIVA. EL PLAN DE NEGOCIO ESTIMA UNA RENTABILIDAD SOBRES LAS VENTAS DEL 16% ANUAL. EL COSTO DE VENTAS SE ESTIMA ALREDEDOR DEL 89% DE LAS VENTAS, REPRESENTADO BÁSICAMENTE EN PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR Y LA COMPRA DE MATERIALES PARA LLEVRA A CABO EL EMPRENDIMIENTO DEL PALN DE NEGOCIO. LA INVERSIÓN INICIAL ESTA REPRESENTADA EN LA COMPRA DE PRODUCTOS DE LA CANASTA FAMILIAR Y ARTICULOS DE COCINA PARA EL DESARROLO DE ESTA</p>

<p>NOMBRE DEL PARTICIPANTE</p>	<p>ANA ELVIRA PUENTES ORTEGA</p>
<p>FIRMA</p>	
<p>NOMBRE DEL ASESOR EMPRESARIAL</p>	<p>GEANNY KARIN RENDON BLANCO</p>
<p>FIRMA</p>	
<p>NOMBRE DEL ASESOR PSICOSOCIAL</p>	<p>LUCIA KAROLINA ANAYA GIRALDO</p>
<p>FIRMA</p>	

BIBLIOGRAFIA

AGUILERA María. 2005. La Economía del Departamento de Sucre: Ganadería y Sector Público. Documentos de Trabajo sobre economía regional, N° 63. Banco de la República, Centro de Estudios Económicos Regionales. Cartagena. P. 49 – 51

ESPINOZA, Aarón, 2004. Estructura y Dinámicas del Mercado Laboral en Sucre, Conflicto Armado, Violencia y Mercado Laboral. Cuadernos PNUD. Disponible en <http://www.pnud.org.co/publicaciones/internet-PDF/Sucre%2001-70.pdf>

Gobernación de Sucre (2004). Secretaría de Desarrollo Económico. Informe de Coyuntura. Sincelejo.

GONZÁLEZ MEDINA Ana María. Ser Empresario Hoy. Desarrollo de proyectos empresariales. Editorial Gente Nueva. Bogotá D.C., Colombia, Mayo de 2008.

ICER2003 Informe de Coyuntura Económica Regional de Sucre. 1er. Semestre del 2003.

Municipio de Los Palmitos, Plan de desarrollo municipal, 2004, Pág. 26 – 35

www.Serempresariohoy.org

www.chf.com

www.accionsocial.gov.co