

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 08-07-2021	Revisión B
	Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(78)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Luis Francisco Meza Guerrero		
FACULTAD	Ciencias Administrativas y Económicas		
PLAN DE ESTUDIOS	Administración de Empresas		
DIRECTOR	Alex Mauricio Rodríguez Suarez		
TÍTULO DE LA TESIS	Plan Estratégico de Fortalecimiento Organizacional para la Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar "PROSCESAR"		
TITULO EN INGLES	Strategic Plan for Organizational Strengthening for the Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar "PROSCESAR".		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>En el trabajo se realizó un plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar "PROSCESAR", mediante un análisis de matrices IE, EFE, FODA, EFI, FODA Y PC, y la creación de un modelo "CANVAS" para el mejoramiento comercial. Así mismo, se trabajó con los asociados activos y grupos de interés. Los resultados obtenidos indican que la Asociación se encuentra en una etapa de crecimiento y desarrollo.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>The work included a strategic plan for organizational strengthening for the Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar "PROSCESAR", through an analysis of IE, EFE, FODA, EFI, FODA and PC matrices, and the creation of a "CANVAS" model for business improvement. Work was also carried out with active associates and stakeholders. The results obtained indicate that the Association is in a stage of growth and development.</p>			
PALABRAS CLAVES	Estructura Organizacional, Plan Estratégico, Competitividad, Empresa.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Organizational Structure, Strategic Plan, Competitiveness, Company		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 78	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**Plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación Agropecuaria
Progreso del Cesar “PROSCESAR”**

Autor

Luis Francisco Meza Guerrero

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Universidad Francisco de Paula

Santander Ocaña

Administración de Empresas

MSc. Alex Mauricio Rodríguez Suarez

Diciembre de 2022

Índice

1. Plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar “PROSCESAR”	9
1.1 Planteamiento del problema.....	9
1.2 Formulación del problema	10
1.3 Objetivos.....	11
1.3.1 Objetivo general.....	11
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.4. Justificación	12
1.5 Delimitaciones	13
1.5.1 Delimitación temporal	13
1.5.2 Delimitación conceptual	13
1.5.3 Delimitación contextual.....	13
1.5.4 Delimitación operativa.....	14
2. Marco referencial	15
2.1 Marco histórico	15
2.1.1 A nivel internacional.....	15
2.1.2 A nivel nacional.	16
2.1.3 A nivel local.....	17

	3
2.2 Marco conceptual.....	18
2.3 Marco teórico	20
2.3.1 La teoría de la economía social de mercado.	20
2.4 Marco legal	21
2.4.1 Constitución política de Colombia.....	21
2.4.2. Código de Comercio.	21
2.4.3 Ley 454 de 1998.....	22
2.4.4 Ley 2143 de 2021.....	22
3. Diseño metodológico	23
3.1 Tipo de investigación.....	23
3.2 Población y muestra.....	23
3.2.1 Población.....	23
3.2.2 Muestra	24
4. Resultados	25
4.1 Realizar un diagnóstico organizacional considerando a los grupos de interés de “PROSCESAR”	25
4.2 Establecer un análisis administrativo por medio de las matrices, IE, EFE, EFI, FODA, PC y PESTEL para la asociación “PROSCESAR”	39
4.2.1 Matriz de Factor Interno	40
4.2.2 Matriz de Factor Externo	42

4.2.3 Matriz DOFA	43
4.2.4 Matriz IE	44
4.2.5 Matriz de planeación estratégica y evaluación de acción (PEEA)	45
4.3 Hacer un plan de fortalecimiento organizacional para establecer las estrategias y acciones idóneas de la asociación “PROSCESAR”	48
4.4 Construir un modelo de negocio utilizando como herramienta el método “CANVAS” para definir con más claridad el mercado de la organización	51
5. Conclusiones	55
Recomendaciones	56
Referencias	57
Apéndices	59

Lista de tablas

Tabla 1. Cargo desempeñado en PROSCESAR.	25
Tabla 2. Proceso de ingreso como socio a la asociación	26
Tabla 3. Recibe motivación y capacitación para el desarrollo de su trabajo	27
Tabla 4 Motivación recibida por parte de PROSCESAR.	28
Tabla 5. Satisfacción con las labores desempeñadas.	29
Tabla 6 Se evalúa su función en la asociación.....	30
Tabla 7. Se tienen en cuenta las opiniones o sugerencias de los socios para la toma de decisiones.....	31
Tabla 8. Ambiente de trabajo.....	32
Tabla 9 PROSCESAR cuenta con:	33
Tabla 10 Fortalezas de PROSCESAR	34
Tabla 11 Debilidades de PROSCESAR.....	35
Tabla 12 Oportunidades de PROSCESAR	36
Tabla 13 Amenazas de PROSCESAR	37
Tabla 14 FODA.....	40
Tabla 15 Matriz de Factor Interno	41
Tabla 16. Matriz de Factor Externo	42
Tabla 17. Matriz DOFA.....	43
Tabla 18. Presentación de la matriz PEEA de la empresa.	46
Tabla 19 Plan de fortalecimiento	49
Tabla 20 Modelo Canvas	53

Lista de figuras

Figura 1. Cargo desempeñado en PROSCESAR.....	25
Figura 2. Proceso de ingreso como socio a la asociación.....	26
Figura 3. Recibe motivación y capacitación para el desarrollo de su trabajo.....	27
Figura 4 Motivación recibida por parte de PROSCESAR.....	28
Figura 5. Satisfacción con las labores desempeñadas.....	29
Figura 6 Se evalúa su función en la asociación	30
Figura 7. Se tienen en cuenta las opiniones o sugerencias de los socios para la toma de decisiones.....	31
Figura 8. Ambiente de trabajo	32
Figura 9. PROSCESAR cuenta con:.....	33
Figura 10. Fortalezas de PROSCESAR.....	34
Figura 11. Debilidades de PROSCESAR	36
Figura 12. Oportunidades de PROSCESAR.....	37
Figura 13. Amenazas de PROSCESAR.....	38
Figura 14 Resultado ponderado totales de matriz de evaluación de factor interno	44
Figura 15 Presentación de la matriz PEEA de la Asociación PROSCESAR.	46

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los socios de la Asociación PROCESAR	60
Apéndice B. Encuesta dirigida a los clientes de la Asociación PROCESAR	65
Apéndice C. Respuesta encuesta.....	67
Apéndice D. Registro Único Tributario de PROCESAR	68
Apéndice E. Cámara de Comercio de PROCESAR	73

Resumen

El trabajo que se muestra a continuación, es el plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar “PROSCESAR”, el cual mostró su importancia y necesidad teniendo en cuenta la poca capacidad competitiva que tiene, además de no conocer la realidad de su mercado.

Para su desarrollo se tuvo en cuenta los objetivos planteados, los cuales consistieron en realizar un diagnóstico organizacional considerando a los grupos de interés de “PROSCESAR”; establecer un análisis administrativo por medio de las matrices, IE, EFE, EFI, FODA y PC para la asociación “PROSCESAR”; se hizo un plan de fortalecimiento organizacional para establecer las estrategias y acciones idóneas de la asociación “PROSCESAR”; y finalmente, se construyó un modelo de negocio utilizando como herramienta el método “CANVAS” para definir con más claridad el mercado de la organización.

El trabajo de investigación se dividió en varios capítulos, los cuales iniciaron con el problema y el planteamiento de sus objetivos y la justificación; además, se desarrolló un marco referencial, el cual contiene todos sus marcos correspondientes. Seguidamente se encuentra el diseño metodológico y luego los resultados, los cuales fueron satisfactorios porque fue un estudio desarrollado en su totalidad, pero aun así, no se conoce mucho de esta asociación, por lo nueva en el mercado y por su poco trayecto comercial por la falta de competitividad en el mismo.

1. Plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar “PROSCESAR”

1.1 Planteamiento del problema

La asociación de productores agropecuarios del cesar “PROSCESAR”, es una organización sin ánimo de lucro presidida por el código civil, las leyes de Colombia y los estatutos, de carácter regional, abierta a quienes hacen parte del sector agropecuario. Esta empresa se constituye en el año 2016, iniciando con la participación de 12 asociados, los cuales han ido sumando y en la actualidad se cuenta con 65 asociados, los cuales participan activamente en la junta directiva de la asociación.

La vocación agrícola de los socios de PROSCESAR y las condiciones de ubicación geográfica, climáticas e hidrográficas han permitido que la asociación permanezca vigente en el mercado de agro negocios productivos, especializándose en cultivos hortofrutícolas.

El escaso conocimiento administrativo, tecnificación, comercialización y transformación de los cultivos perennes y transitorios frutales de clima cálido, por parte de los asociados de PROSCESAR se ha convertido en el principal problema, además la falta de una estructura organizacional en la cual se identifiquen los objetivos comunes entre las herramientas de trabajo (comité administrativo, de comercialización, logístico, de acompañamiento técnico profesional en el agro), no cuentan con un funcionamiento articulado de los procesos de siembra, tecnificación, sostenimiento, producción, cosecha y comercialización, además de esto presenta

una falencia a nivel administrativo y contable, razón por la cual surge la inquietud de realizar un plan estratégico de fortalecimiento para el mejoramiento global de la asociación permitiría incrementar la rentabilidad productiva y el progreso de las unidades familiares vinculadas a la asociación.

No obstante, existe una amenaza latente considerando que un gran porcentaje del cultivo establecido comenzará a dar sus primeros frutos y habrá dificultad para la recolección de la cosecha y por ende lo que al pos cosecha se refiere. La principal causa de dicha problemática radica en que no se cuenta con mano de obra calificada ni personal capacitado en la región para este proceso. Además, dentro de la organización no se han establecido los acuerdos necesarios para comercializar de manera conjunta, que permitan la oportunidad de concretar negocios con las grandes superficies o clientes potenciales, garantizando así la rentabilidad de la asociación, mayores beneficios para los agricultores y evitando la presencia de intermediarios, que revenden el producto a precios más elevados llevándose la mayor utilidad, como sucede en las mayorías plazas de mercado del país.

1.2 Formulación del problema

¿Cómo optimizar los procesos y la estructura organizacional de la asociación, mejorando la rentabilidad productiva a los miembros de PROSCESAR?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Diseñar un plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación de Productores Agropecuarios Progreso del Cesar “PROSCESAR”.

1.3.2 Objetivos específicos

Realizar un diagnóstico organizacional considerando a los grupos de interés de “PROSCESAR”

Establecer un análisis administrativo por medio de las matrices, IE, EFE, EFI, FODA y PC para la asociación “PROSCESAR”

Hacer un plan de fortalecimiento organizacional para establecer las estrategias y acciones idóneas de la asociación “PROSCESAR”

Construir un modelo de negocio utilizando como herramienta el método “CANVAS” para definir con más claridad el mercado de la organización.

1.4. Justificación

Para Vicuña (2012), “al hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las direcciones estratégicas corporativas que han adoptado hoy en referencia en lo que harán en los próximos tres años” (p.7). Esto con el fin de alcanzar más competitividad en la organización, que los conduzca a la satisfacción de la comunidad en general.

Con el propósito de establecer los lineamientos de un plan estratégico para la Asociación PROSCESAR, es importante primero albergar una fundamentación teórica acerca de su contenido y elaboración, ya que esta es una herramienta indispensable en la estructura organizacional y función de una empresa, buscando a través de la matriz DOFA identificar los puntos fuerte y débiles que presente la misma tanto en su parte interna como externa con el fin de tomar las decisiones necesarias para enfrentar los retos y exigencias de los mercados actuales.

El marco investigativo de este trabajo se encuentra enmarcado en establecer los pasos que se deben seguir para el diseño de estrategias que permitan la formulación y llevada a cabo de un plan estratégico en la Asociación PROSCESAR, dando cumplimientos a los objetivos, políticas y desafíos de la empresa para con sus clientes internos como externos, mejorar todos los aspectos que se identifiquen como negativos, fortalecer los puntos fuertes, crecer como organización, enfrentar la competencia para conseguir un futuro rentable con el cual se consolide como una de las mejores en la región.

Por lo tanto, este trabajo presentado como requisito de grado, tiene como finalidad primero aplicar los conocimientos teóricos adquiridos durante la carrera a un contexto real y practico permitiendo así al estudiante diseñar estrategias frente a las problemáticas que presentan las diversas organizaciones, que este caso es la Asociación PROCESAR la cual necesita la implementación de un plan estratégico que sea capaz de mejorar su funcionamiento interno, delimitar las acciones y fines en las áreas operacionales y mejorar su proyección en la región a través de la publicidad y promoción de ventas, para convertirse en una empresa competitiva con altos estándares de calidad, buscando únicamente la satisfacción de sus clientes.

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Delimitación temporal

La ejecución de la presente investigación se llevará a cabo durante un lapso de tiempo de 2 meses, mediante el proceso de ejecución del trabajo de grado.

1.5.2 Delimitación conceptual

En el desarrollo del trabajo de investigación se manejaran conceptos tales como: Estructura organizacional, plan estratégico, competitividad, matriz DOFA, empresa.

1.5.3 Delimitación contextual

El contexto donde se desarrollará la investigación será en el Municipio de Rio de Oro, especialmente en el corregimiento de Los Ángeles.

1.5.4 Delimitación operativa

En cuanto al proceso de consecución de la información se utilizarán las fuentes primarias y secundarias dentro del contexto de la organización, el campo teórico, y el asesoramiento para diseñar un plan estratégico sólido que cumpla con las exigencias de las políticas organizacionales actuales.

2. Marco referencial

2.1 Marco histórico

2.1.1 A nivel internacional.

Desde la historia antigua, han existido los grupos voluntarios de manera original y amplia en empresas no lucrativas. Un ejemplo de ella es Grecia Antigua, donde existían organizaciones que hacían parte de los clubs élite de hombres ricos, hasta asociaciones privadas donde se encontraban la religión y profesiones. (Ascough, 2016)

Así mismo, las asociaciones voluntarias, manejaban en la antigüedad los impuestos gubernamentales administrativos de las sociedades preindustriales, ocurrido en la Europa medieval, donde estos gremios controlaban a menudo las ciudades de este continente, los cuales en muchas ocasiones hicieron valer los contratos mediante sanciones y embargos en contra de sus miembros. Para Berthey (2016) “antes de 1800, gremios mercantes en gran parte habían desaparecido. Los historiadores económicos han discutido el papel que los gremios mercantes jugaron en la sociedad premoderna y su participación en el crecimiento económico” (p.27).

2.1.2 A nivel nacional.

Poca es la información encontrada del inicio de las actividades de las asociaciones en Colombia. Aun así, se tiene que las entidades sin ánimo de lucro, conocidas como ESAL, donde se encuentra incluida, entre otros, las asociaciones, quienes desarrollan funciones importantes a nivel nacional, desempeñándose como agentes en pro del bien general, articuladoras de funciones del estado llevadas a cabo con recursos privados, además de aquellas que nacen de la unión de personas enfocadas al bienestar común. (Cámara de Comercio, 2019)

Se conoce que las ESAL, fueron registradas a través del Decreto 2150 de 1995, siendo un gran registro puesto en manos de las cámaras de comercio, el cual contiene las asociaciones, corporaciones, entidades de economía solidaria y fundaciones de utilidad común. El registro de este tipo de entidades se encuentra regulado hoy en día por el Decreto 1074 de 2015, en sus artículos 2.1.1.40.1.1 y siguientes. (Jaramillo, 2018)

En este orden de ideas, cabe resaltar que en el año 2018, en las cámaras de comercio de Colombia, renovaron su inscripción 44.197 ESAL, en la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia 5.807, y en las cámaras de comercio de Antioquia 6.299.

Así entonces, las cámaras de comercio, bajo el ejercicio de las funciones públicas delegadas como registradores profesionales que cuentan con la experticia suficiente, en 1995 asumieron con eficacia y eficiencia el registro de las ESAL, gracias a lo cual las autoridades que antes asumían esta carga operativa especializaron sus funciones en tareas como la inspección, la vigilancia y el control, actividades de alto impacto que requieren datos fiables; estos datos,

además de facilitar la gestión de los vigilados, son el insumo para decisiones de política pública y permiten formular proyectos normativos que se ajusten a la necesidad del sector. (Cámara de Comercio, 2019)

2.1.3 A nivel local.

En el departamento del cesar ha existido un importante fomento de las entidades sin ánimo de lucro, junto con el departamento de Santander. En los últimos años ha crecido el número de asociaciones en esta parte del país en su mayoría del sector agropecuario. San Alberto se muestra como un municipio pionero en el desarrollo del sector solidario y se destaca por contar con un amplio número de asociaciones que constantemente reciben el acompañamiento de los organismos de control como lo es La Unidad Administrativa Especial de organizaciones que en alianza con cooperativas del sector realiza jornadas de capacitación y seguimiento.

En el año 2017 se busca “avanzar en la implementación de proyectos productivos para el fortalecimiento del sector agropecuario y el desarrollo de programas de capacitación en la formulación y gestión de proyectos a través de la economía solidaria” (Barrios, 2017, pág. 7). Esto considerando que en la región existe una gran cantidad de población víctima del conflicto armado y que está enmarcado en el acuerdo de paz adelantado por el gobierno nacional.

Actualmente el sector solidario en el departamento del cesar se sigue fortaleciendo más precisamente con la creación de asociaciones con un objeto agropecuario. Esto ha surgido como una respuesta a la presencia de monocultivos causados por la siembra intensiva de palma de aceite, muy común en la región. Así entonces, la economía solidaria se impuso como una

manera de buscar nuevas alternativas que permitan explotar otros productos agrícolas y pecuarios con una alta potencialidad económica.

2.2 Marco conceptual

Economía solidaria. “La economía solidaria o economía de solidaridad es una búsqueda teórica y práctica de formas alternativas de hacer economía, basadas en la solidaridad y el trabajo. El principio o fundamento de la economía de solidaridad es que la introducción de niveles crecientes y cualitativamente superiores de solidaridad en las actividades, organizaciones e instituciones económicas, tanto a nivel de las empresas como en los mercados y en las políticas públicas, incrementa la eficiencia micro y macroeconómica, además de generar un conjunto de beneficios sociales y culturales que favorecen a toda la sociedad” (Razeto, 2010).

Asociación agropecuaria. La Cámara de Comercio de Pasto la define así: “es una organización no gubernamental, sin ánimo de lucro, apolítica, sin distinción de razas, religión o condición social, que como tal se registrará por el derecho privado, la Constitución Política Nacional, Decretos 1529 de 1990, Decreto 2150 de 1995, Decreto 0427 de 1996, Decreto 1279 de 1994, Decreto 2716 de 1994, Decreto 622 de 1995 y demás Normas legales vigentes, de utilidad común, vigilada con lo dispuesto en la Normas de Ley vigentes” (Cámara de Comercio de Pasto , 2018).

Estructura organizacional. Para Fincowsky (2014) la estructura organizacional es “... la división ordenada y sistemática de sus unidades de trabajo con base en el objeto de su creación

traducido y concretado en estrategias”. La estructura organizacional define aspectos como la división del trabajo por áreas y la distribución de cargos, esto de acuerdo a los objetivos de la organización (Fincowsky, 2009).

Plan estratégico. La doctora Renata Marciniak lo define así: Un plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión (imagen futura). Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque éste futuro sea imprevisible. El plan estratégico define también las acciones necesarias para lograr ese futuro (Marciniak, 2013).

Competitividad. En su definición más natural, la competitividad es la capacidad de ir un paso adelante del otro, es decir, la conjugación de habilidades y conocimientos organizados de manera estratégica para el alcance de objetivos. Desde la perspectiva empresarial Rubio & Baz (2004) la definen así: “Para las empresas, competitividad significa la capacidad de competir exitosamente en los mercados internacionales y frente las importaciones en su propio territorio (Rubio & Baz, 2004). Hoy en día ya no se habla de competitividad empresarial solo a nivel nacional, más bien se refiere a la capacidad que tienen las empresas de un país para hacer frente a las nuevas formas de producción y comercialización que la globalización trae consigo.

Matriz DOFA. La matriz DOFA es un método de diagnóstico utilizado en la planeación estratégica de las empresas. Consiste en identificar las debilidades y fortalezas de una empresa para conocer su situación interna e identificar las oportunidades y amenazas que se encuentran en su contexto externo. Con esta información se busca crear estrategias para para mantener y

mejorar las fortalezas y superar las debilidades y aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas (Correa, 2010).

2.3 Marco teórico

2.3.1 La teoría de la economía social de mercado.

La Economía Social de Mercado se basa en la organización de los mercados como mejor sistema de asignación de recursos y trata de corregir y proveer las condiciones institucionales, éticas y sociales para su operatoria eficiente y equitativa. En casos específicos, requiere compensar o corregir posibles excesos o desbalances que puede presentar el sistema económico moderno basado en mercados libres, caracterizado por una minuciosa y extensa división del trabajo y que, en determinados sectores y bajo ciertas circunstancias, puede alejarse de una competencia funcional. Descarta como sistema de organización la economía planificada centralmente (Resico, 2017).

Müller-Armack plasmó la idea fundamental de la Economía Social de Mercado en una breve fórmula conceptual, cuyo contenido tiene que ser aplicado tomando en cuenta las respectivas condiciones sociales de implementación política. Asimismo, diseñó el concepto político de la Economía Social de Mercado como una idea abierta y no como una teoría cerrada. Por un lado, este enfoque permite adaptar el concepto a las condiciones sociales cambiantes. Por otro lado, se pone de manifiesto que la dinámica de la Economía Social de Mercado exige necesariamente una apertura frente al cambio

social. Las aplicaciones y adaptaciones conceptuales no deben, sin embargo, contradecir o diluir la idea fundamental del concepto. (Resico, 2017).

Müller-Armack define de una manera muy interesante la Economía Social de Mercado (Economía Social en Europa y Economía Solidaria en Latinoamérica) así: “Es la combinación del principio de la libertad de mercado con el principio de la equidad social” (Resico, 2017).

2.4 Marco legal

2.4.1 Constitución política de Colombia.

La Constitución Política de Colombia, participa de la investigación toda vez que mediante sus artículos 38, 58 y 333, destaca el derecho a la libre asociación, garantiza la propiedad privada y aquellos derechos que se adquieren a través de arreglo de las leyes civiles, pero que no pueden ser desconocidos ni vulnerados. Además, en el artículo 333 se menciona que “la actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

2.4.2. Código de Comercio.

Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes. Es obligación de todo comerciante:

1. Matricularse en el registro mercantil;
2. Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
3. Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;

4. Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;

5. Derogado. (Ley 222 de 1995).

6. Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

2.4.3 Ley 454 de 1998.

“Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria, se transforma el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas en el Departamento Nacional de la Economía Solidaria, se crea la Superintendencia de la Economía Solidaria, se crea el Fondo de Garantías para las Cooperativas Financieras y de Ahorro y Crédito, se dictan normas sobre la actividad financiera de las entidades de naturaleza cooperativa y se expiden otras disposiciones” (Congreso de Colombia, 1998, pág. 2).

2.4.4 Ley 2143 de 2021.

“Por la cual se dota a las asociaciones mutualistas de identidad, autonomía y vinculación a la economía del país como empresas solidarias y se establecen otras disposiciones” (Congreso de Colombia, 2021).

3. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

Este proyecto corresponde a un tipo de investigación exploratoria – descriptiva con un enfoque cualitativo considerando que se buscó con ello realizar un diagnóstico y una descripción de los principales factores que determinan la situación interna y externa de la Asociación Agropecuaria Progreso del Cesar “PROSCESAR” para posteriormente establecer un plan estratégico que permita su fortalecimiento.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

La población objeto de estudio para este proyecto corresponde a los principales grupos de interés de la Asociación, es decir, un cliente, seis asociados y un proveedor. Cabe destacar que esta empresa muestra una población reducida por ser nueva en el mercado, además de no contar con la calificación en calidad, con la cual pueda ingresar a los supermercados de cadena del país o exportar sus productos, ya que no es una empresa lo suficientemente competitiva.

3.2.2 Muestra

Para la muestra se tomará la totalidad de los grupos de interés, con el fin de obtener la mayor información posible respecto a los factores que permitirán la realización del diagnóstico y su descripción.

4. Resultados

4.1 Realizar un diagnóstico organizacional considerando a los grupos de interés de “PROSCESAR”

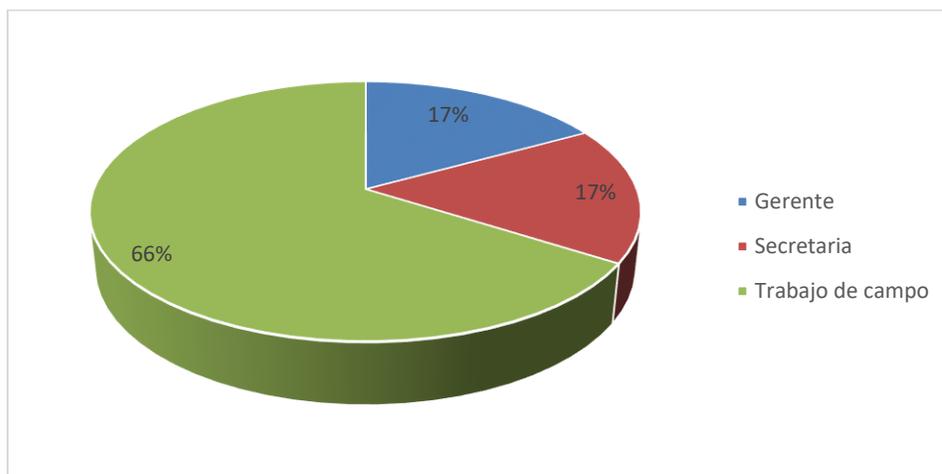
Con el fin de realizar un diagnóstico organizacional, de acuerdo con los grupos de interés de PROSCESAR, en los cuales se tuvo en cuenta sus socios, cliente y proveedor, se realizó una encuesta dirigida a los socios, la cual se desarrolló, tabuló y analizó de la siguiente manera:

Tabla 1. Cargo desempeñado en PROSCESAR.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Gerente	1	17
Secretaria	1	17
Trabajo de campo	4	66
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 1. Cargo desempeñado en PROSCESAR.



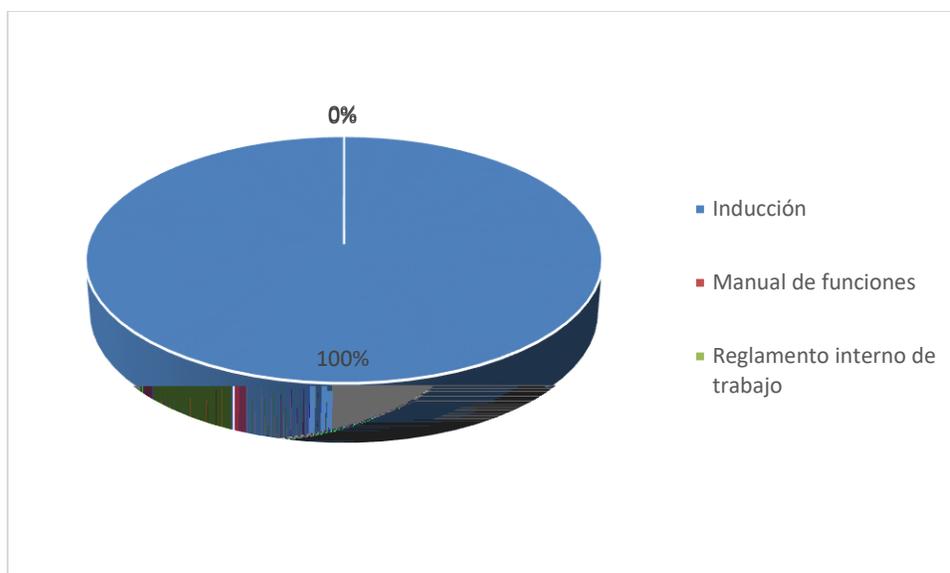
En PROCESAR, la mayoría de los socios se desempeñan como en labores de campo, siendo la principal actividad de la asociación, siguiendo en su orden cargos: secretaria y gerente.

Tabla 2. Proceso de ingreso como socio a la asociación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Inducción	6	100
Manual de funciones	0	0
Reglamento interno de trabajo	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROCESAR.

Figura 2. Proceso de ingreso como socio a la asociación



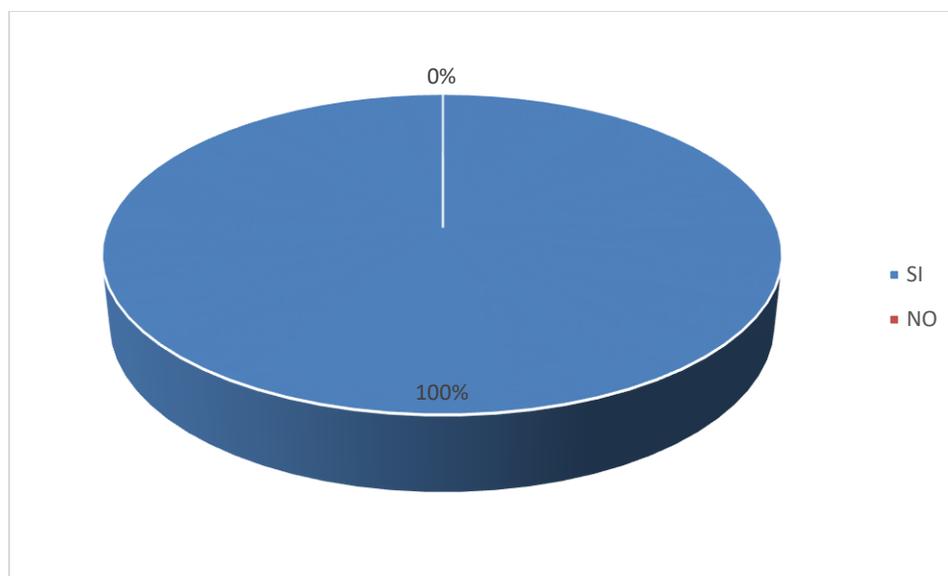
Según los socios de PROSCESAR el 100% afirman que cuando ingresan a la asociación, se les proporciona una inducción con el objetivo de que conozcan realmente el funcionamiento de la misma, aún más en estos momentos que apenas está dando sus primeros pasos, además de explicarles el desarrollo adecuado de las funciones.

Tabla 3. Recibe motivación y capacitación para el desarrollo de su trabajo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100
NO	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 3. Recibe motivación y capacitación para el desarrollo de su trabajo



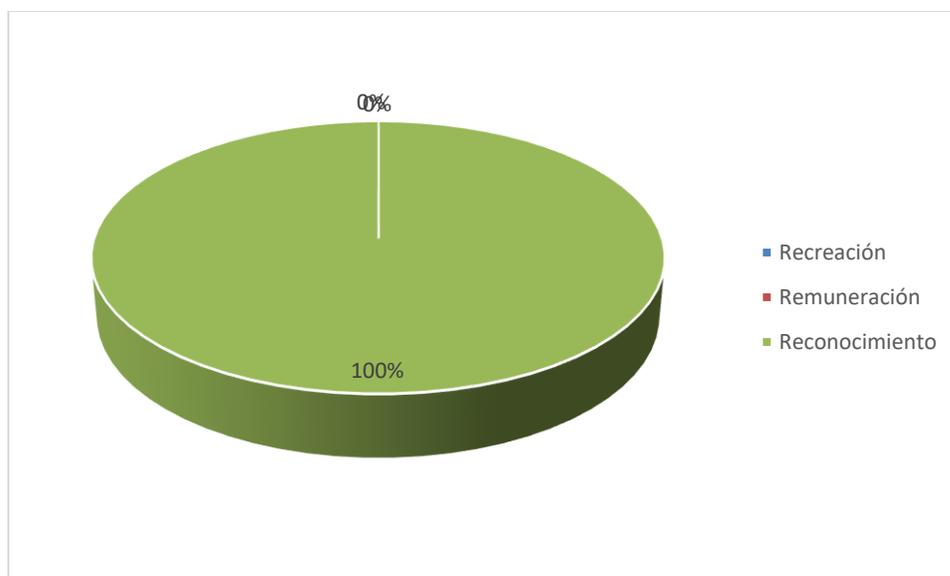
Los socios afirman que son capacitados y motivados por la labor y pertenecer a la asociación, dicen que se les brinda capacitación sobre los diferentes productos que son derivados del mango, a la vez en ventas, siembra, mercadeo, entre otros.

Tabla 4 Motivación recibida por parte de PROSCESAR.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Recreación	0	0
Remuneración	0	0
Reconocimiento	6	100
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 4 Motivación recibida por parte de PROSCESAR.



Al igual que la pregunta anterior, la motivación recibida por parte de los socios desde PROSCESAR, es netamente reconocimiento, toda vez que la empresa a pesar que se encuentra produciendo aun no cuenta con ganancias por lo que no puede excederse en gastos, esto lo afirma el 100% de las personas encuestadas.

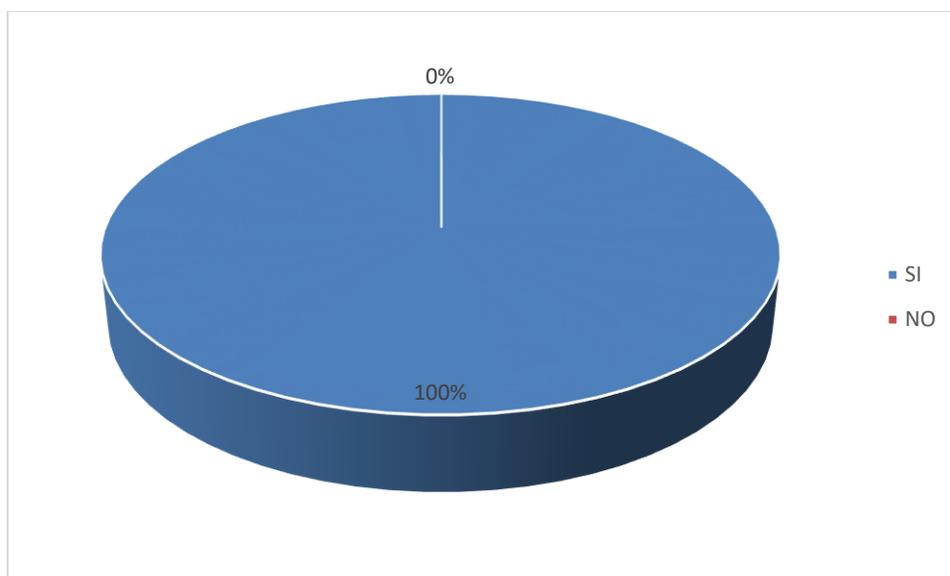
Tabla 5. Satisfacción con las labores desempeñadas.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100
NO	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de

PROSCESAR.

Figura 5. Satisfacción con las labores desempeñadas.



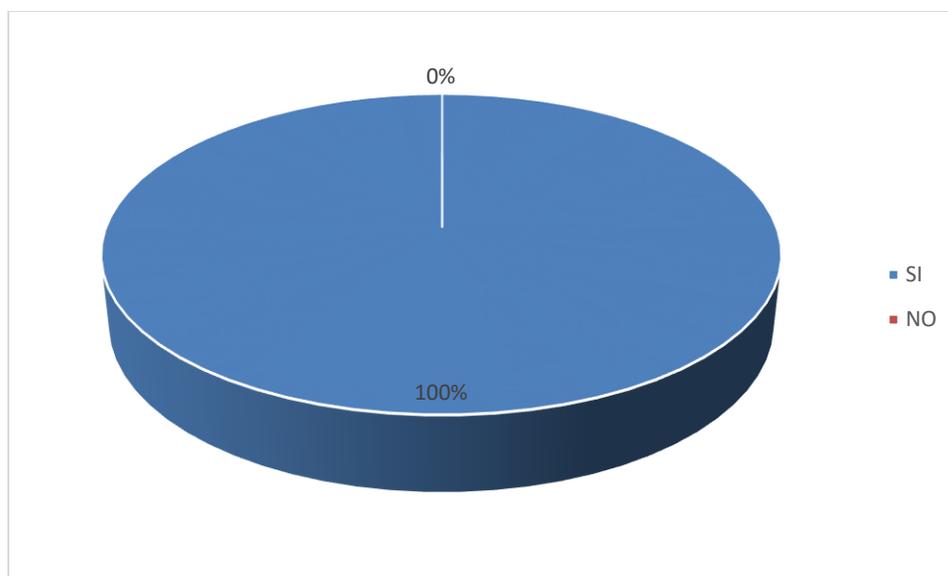
El 100% de los socios encuestados, quienes también desarrollan labores en la asociación afirman que se sienten satisfechos con la labor realizada en PROSCESAR, aduciendo que realizan actividades por una empresa en la cual tienen también un poco de su activo.

Tabla 6 Se evalúa su función en la asociación

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100
NO	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 6 Se evalúa su función en la asociación



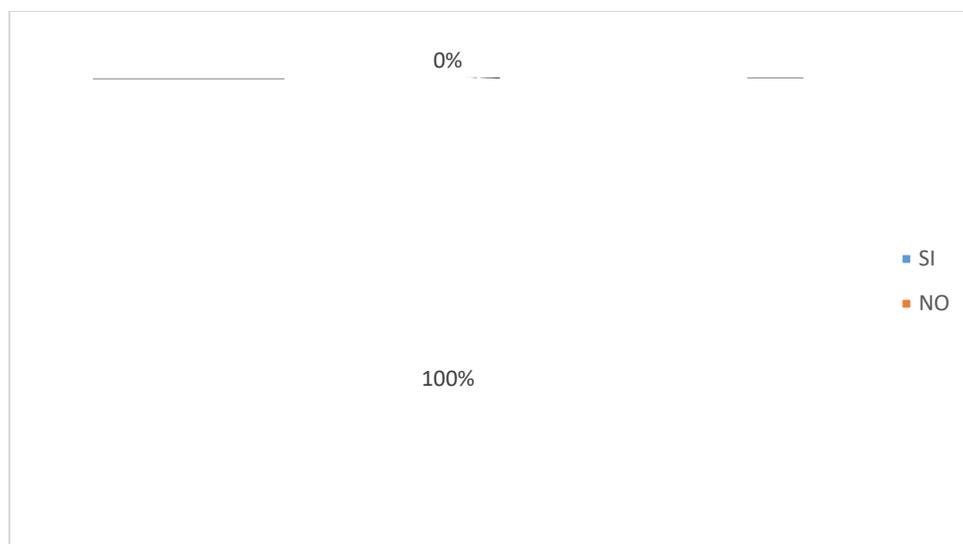
La totalidad de los encuestados afirman que sus funciones son evaluadas, lo cual se hace de forma informal, reuniéndose, evaluando su labor y corrigiendo falencias ya que son reunidos de manera informal, y en éstas es evaluado el trabajo realizado y corregidas las falencias encontradas.

Tabla 7. Se tienen en cuenta las opiniones o sugerencias de los socios para la toma de decisiones.

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	100
NO	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROCESAR.

Figura 7. Se tienen en cuenta las opiniones o sugerencias de los socios para la toma de decisiones.



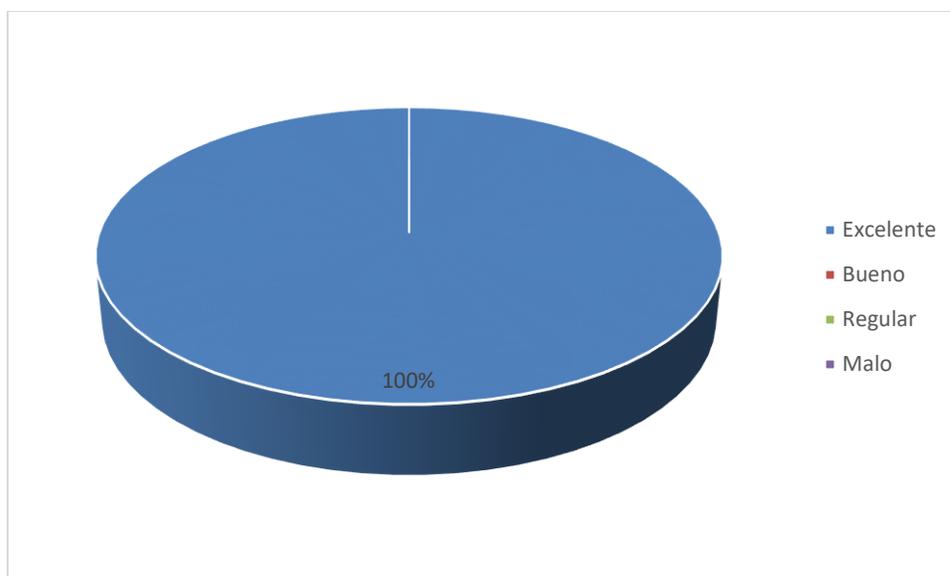
Según el 100% de socios encuestados, en PROSCESAR sí se tiene en cuenta las opiniones o sugerencias hechas por los mismos, lo que ayuda a mantener una excelente comunicación y relaciones interpersonales en la asociación.

Tabla 8. Ambiente de trabajo

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
EXCELENTE	6	100
BUENO	0	0
REGULAR	0	0
MALO	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 8. Ambiente de trabajo



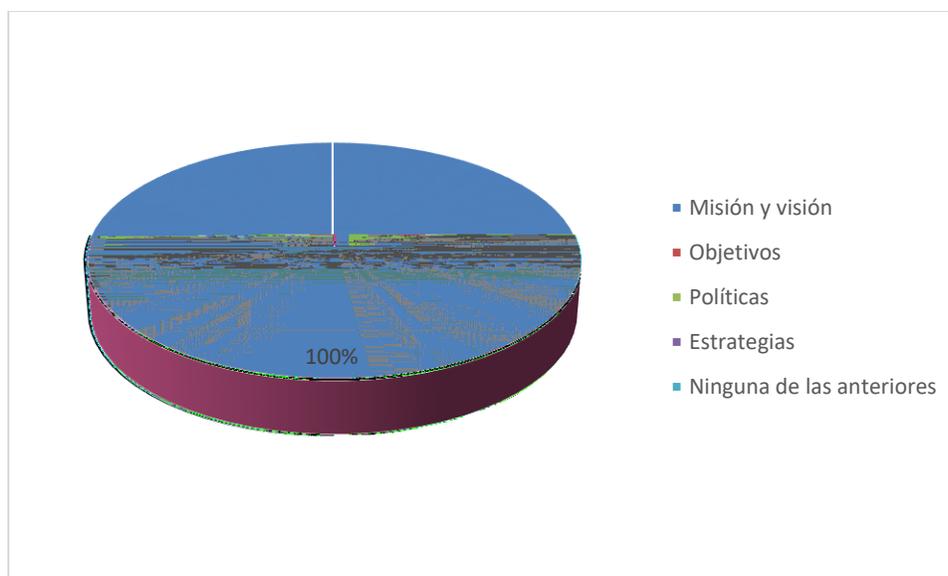
La totalidad de los socios de PROSCESAR coinciden en afirmar que el ambiente laboral es excelente y las funciones desarrolladas en grupo son ideales para el trabajo realizado. Lo anterior teniendo en cuenta que siempre se ha tenido mucho respeto y amor por los compañeros.

Tabla 9 PROSCESAR cuenta con:

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Misión y visión	6	100
Objetivos	0	0
Políticas	0	0
Estrategias	0	0
Ninguna de las anteriores	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 9. PROSCESAR cuenta con:



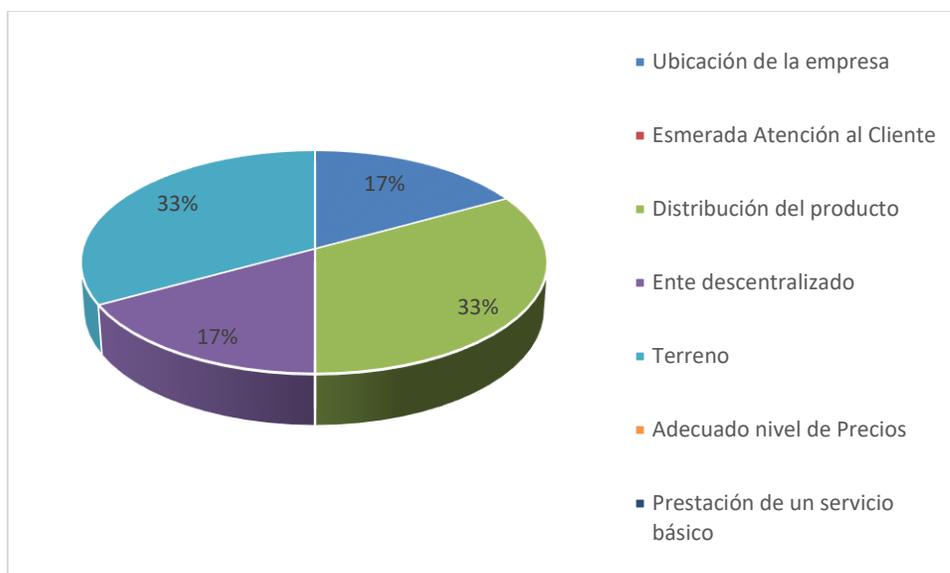
En PROCESAR no se cuenta con una adecuada organización interna ya que su estructura carece de herramientas administrativas, solo existen la misión y la visión, careciendo de los demás aspectos organizacionales.

Tabla 10 Fortalezas de PROCESAR

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Ubicación de la empresa	1	17
Esmerada Atención al Cliente	0	0
Distribución del producto	2	33
Ente descentralizado	1	17
Terreno	2	33
Adecuado nivel de Precios	0	0
Prestación de un servicio básico	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROCESAR.

Figura 10. Fortalezas de PROCESAR

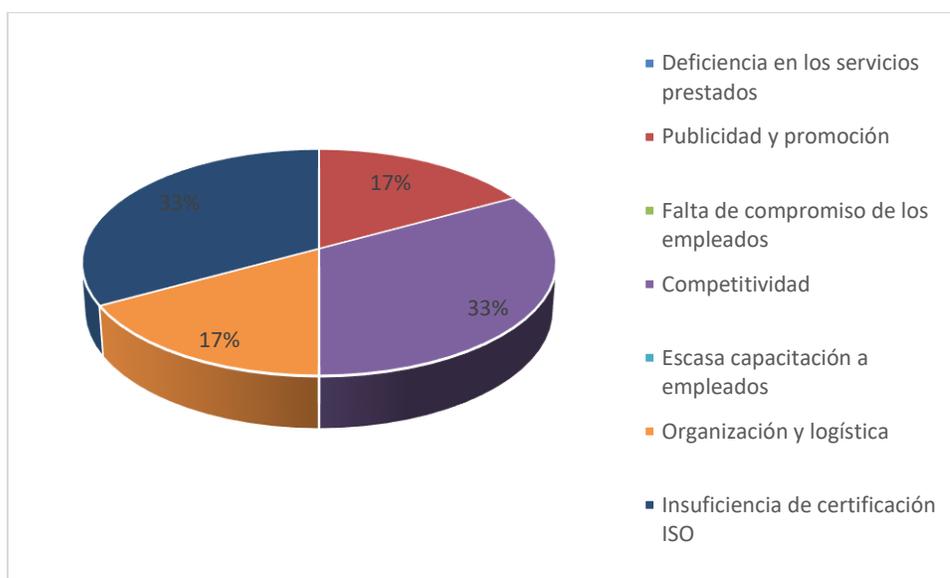


Según los socios encuestados, en la asociación es importante anotar que se cuenta con fortalezas como distribución del producto y la amplitud del terreno, sumado a la ubicación de la empresa y el ente descentralizado.

Tabla 11 Debilidades de PROSCESAR

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Deficiencia en los servicios prestados	0	0
Publicidad y promoción	1	17
Falta de compromiso de los empleados	0	0
Competitividad	2	33
Escasa capacitación a empleados	0	0
Organización y logística	1	17
Insuficiencia de certificación ISO	2	33
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 11. Debilidades de PROSCESAR

En cuanto a las debilidades de la asociación, los encuestados comentan que en la asociación la competitividad y la insuficiencia de certificación ISO, son los aspectos más débiles de la misma, seguidas se encuentran la publicidad y promoción y la organización más la logística, la cual hace que PROSCESAR no sea una empresa competidora.

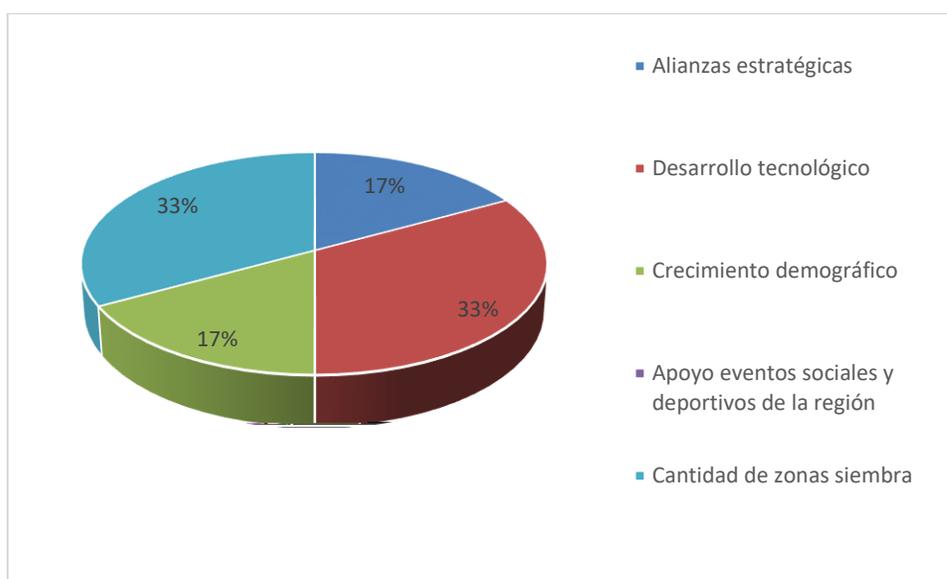
Tabla 12 Oportunidades de PROSCESAR

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Alianzas estratégicas	1	17
Desarrollo tecnológico	2	33
Crecimiento demográfico	1	17

Apoyo eventos sociales y deportivos de la región	0	0
Cantidad de zonas siembra	2	33
El reconocimiento adquiridos en la región por el buen servicio	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 12. Oportunidades de PROSCESAR



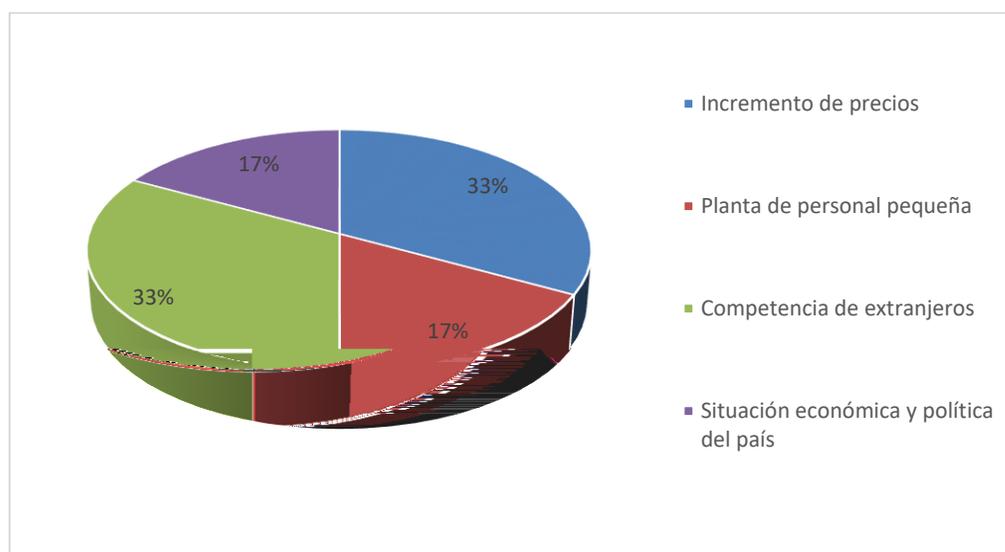
PROSCESAR es una asociación que tiene oportunidades en cuanto a la cantidad del terreno y zonas de siembra, además del desarrollo tecnológico; igualmente, las alianzas estratégicas y el crecimiento demográfico, lo cual son aspectos aprovechables para poder avanzar y competir.

Tabla 13 Amenazas de PROSCESAR

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Incremento de precios	2	33
Planta de personal pequeña	1	17
Competencia de extranjeros	2	33
Situación económica y política del país	1	17
Las campañas publicitarias realizadas por las otras industrias	0	0
TOTAL	6	100

Nota. La tabla contiene datos recolectados de la encuesta aplicada a los asociados de PROSCESAR.

Figura 13. Amenazas de PROSCESAR



Las amenazas de PROSCESAR, según los socios encuestados, se reflejan principalmente en el incremento de precios y la competencia de extranjeros. Así mismo, se encuentra la planta de personal reducida y la situación económica y política del país.

Diagnóstico. Con todo lo anterior, de acuerdo a los comentarios dejados por los socios de PROSCESAR, esta asociación es una empresa joven, la cual no cuenta con todas las

herramientas administrativas, demostrando poco orden jerárquico, además del desorden en las funciones y labores que allí se desempeñan. Sin embargo, cabe mencionar que a éstos se les realiza una inducción en el momento que deciden pertenecer a la misma como socios, brindándoles de igual manera capacitación en las labores que allí realizan y motivándolos con reconocimientos por pertenecer a ella y por las funciones que desempeñan en ésta, demostrando satisfacción por todos estos aspectos antes mencionados.

PROSCESAR es una asociación que tiene en cuenta las personas que hacen parte de ella, considerando sus opiniones y sugerencias en la toma de decisiones, creando así un excelente clima y comunicación interna, lo que se demuestra también en su ambiente de trabajo el cual es excelente en cuanto a su relación interpersonal con los demás socios y compañeros.

La asociación PROSCESAR, como cualquier empresa, cuenta con aspectos que la hacen fuerte, otros que la debilitan; igualmente, tiene oportunidades para mejorar, sin descuidar las amenazas que día a día se presentan, como son la competitividad, la situación económica y política del país, entre otras.

4.2 Establecer un análisis administrativo por medio de las matrices, IE, EFE, EFI, FODA, PC y PESTEL para la asociación “PROSCESAR”

Con la realización del presente estudio se pretende dar unas directrices que conlleve a analizar aspectos internos y externos que rodean la Asociación PROSCESAR de manera que

pueda contar con un mejor funcionamiento, y de esta manera lograr hacer una mejor proyección del ente.

Por lo tanto, para iniciar se emplea una metodología que permite analizar cada uno de los factores considerados, ya que de ellas depende obtener resultados eficaces y obtener una mejor posición estratégica.

Tabla 14 FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Distribución del producto	Organización y logística
Terreno	No utiliza métodos de selección de personal
Ubicación de la empresa	Insuficiencia de certificación ISO
Ente descentralizado	Competitividad
OPORTUNIDAD	AMENAZAS
Alianzas estratégicas	Incremento de precios
Cantidad de zonas siembra	Planta de personal pequeña
Desarrollo tecnológico	Competencia de extranjeros
Crecimiento demográfico	Situación económica y política del país

4.2.1 Matriz de Factor Interno

Metodología. Los factores internos se analizan mediante fortalezas y debilidades, el valor ponderado total debe ser de 1.00.

Al obtener el total de la ponderación sumada por las fortalezas y debilidades, se califican como fortaleza mayo 3 y 4, y 3 como fortaleza menor. Así mismo, las debilidades y amenazas

son calificadas entre 1 y 2, siendo la debilidad mayor 1, y la menor 2. Luego de obtener los resultados de la ponderación y la calificación, éstas se califican obteniendo un valor el cual se suma con los demás factores, para mostrar finalmente la situación interna y externa de la asociación PROCESAR.

Tabla 15 Matriz de Factor Interno

FACTORES INTERNOS CLAVES	Ponderado	Calificación	P. Total
Distribución del producto	0,14	4	0,56
Terreno	0,12	4	0,48
Ubicación de la empresa	0,11	4	0,44
Ente descentralizado	0,15	3	0,45
Organización y logística	0,13	2	0,26
No utiliza métodos de selección de personal	0,12	1	0,12
Insuficiencia de certificación ISO	0,11	2	0,22
Competitividad	0,12	2	0,24
TOTAL	1.0		2,77

Análisis de la matriz de factor interno. La matriz de factor interno muestra la relación entre las fortalezas y debilidades y en este caso las de la Asociación PROCESAR sobre la cual se puede mencionar que el ente cuenta con fortalezas importantes como: Distribución del producto, amplio terreno, Ubicación de la empresa, ente descentralizado; enfrentadas a debilidades como la escasa organización y logística, no utilización de métodos de selección de personal, insuficiencia de certificación ISO en calidad, y es una asociación poco competitiva.

Según el análisis de los factores y los resultados de la matriz de evaluación de factores internos, arrojando un valor de 2.77 indicando que está en una posición estable ya que supera el valor promedio de 2.5, sin embargo es una puntuación que muestra que la asociación

PROSCESAR, necesita establecer programas, proyectos así como estrategias que le permitan mejorar su situación interna ya que requiere de un mayor fortalecimiento que optimice cada una de las funciones que se realizan en el ente y así lograr que sus factores internos sea una verdadera ventaja.

4.2.2 Matriz de Factor Externo

Metodología. Se analizan los factores externos en oportunidades y amenazas, los cuales se establecen en la siguiente tabla, dándoles un valor para un ponderado final de 1.0.

Luego de obtener el total de la ponderación sumada, las oportunidades se califican entre 3 y 4, siendo 3 el puntaje menor y 4 el puntaje mayor; igualmente sucede con las amenazas, las cuales se califican entre 1 y 2, siendo 2 la amenaza menor y 1 la mayor. Luego de obtener los resultados de la ponderación y la calificación, éstas se multiplican obteniendo un valor el cual se suma con los demás factores, para mostrar finalmente la situación interna y externa de la asociación PROSCESAR.

Tabla 16. Matriz de Factor Externo

FACTORES EXTERNOS CLAVES	Ponderado	Calificación	P. Total
Alianzas estratégicas	0,13	4	0,52
Cantidad de zonas siembra	0,12	4	0,48
Desarrollo tecnológico	0,13	4	0,52
Crecimiento demográfico	0,11	3	0,33
Incremento de precios	0,12	1	0,12
Planta de personal pequeña	0,09	2	0,18
Competencia de extranjeros	0,10	2	0,2
Situación económica y política del país	0,09	2	0,18

Total	1.0	2.53
-------	-----	------

Análisis de la matriz de factor externo. Con los resultados en la matriz de factor externo se pudo identificar las oportunidades que tiene la Asociación PROCESAR como: Alianzas estratégicas, cantidad de zonas siembra, desarrollo tecnológico, crecimiento demográfico; claro está que también se presentan las amenazas como el incremento de precios, planta de personal pequeña, competencia de extranjeros, además de la situación económica y política del país, aspectos que deben tomarse con mucho cuidado para establecer estrategias que le permitan superar las amenazas y contrarrestar cada uno de los inconvenientes que presenta, pues el resultado obtenido en la matriz fue de 2.53 encontrándose el valor base lo que indica que si el ente se descuida puede llegar a un nivel externo en forma desfavorable, por lo tanto debe diseñar y ejecutar estrategias que mejoren esta posición.

4.2.3 Matriz DOFA

Metodología. Para la elaboración de la matriz OFA, se debe realizar una lista de los factores internos clave y desarrollar comparaciones internas; a la vez, hacer una lista de los factores externos claves y hacer comparaciones externas, para finalmente plantear estrategias FO, DO, FA y DA.

Tabla 17. Matriz DOFA

Factores internos	Fortalezas	Debilidades
	1. Distribución del producto 2. Terreno 3. Ubicación de la empresa 4. Ente descentralizado	1. Organización y logística 2. Publicidad y promoción 3. Insuficiencia de certificación ISO 4. Competitividad
Factores externos		
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO

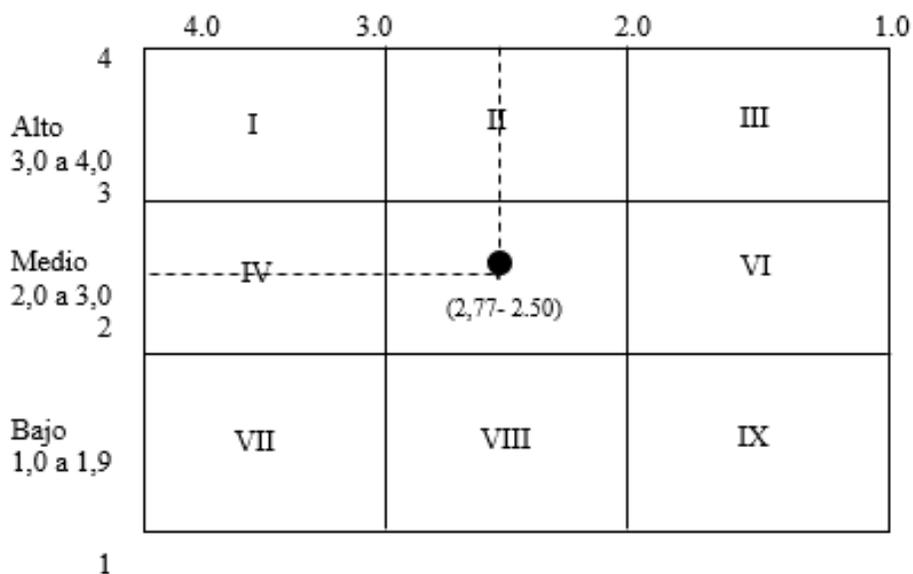
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alianzas estratégicas 2. Cantidad de zonas siembra 3. Desarrollo tecnológico 4. Crecimiento demográfico 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar plántulas y ampliar el portafolio de servicios, aprovechando la dimensión del terreno y el acelerado crecimiento demográfico. (F2, O2, O4). 2. Penetrar en el mercado para ampliar la clientela actual. (F1, O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar alianzas estratégicas con entes gubernamentales y no gubernamentales, para buscar certificación ISO. (D3, O1) 2. Aprovechar los avances en la tecnología para promocionar la empresa, mostrarla y así ampliar el mercado. (D2, O3)
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de precios 2. Planta de personal pequeña 3. Competencia de extranjeros 4. Situación económica y política del país 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar la amplitud del terreno y la ubicación de la empresa, para enfrentar la competencia generada por extranjeros. (F2, F3, O3) 2. Realizar programas informativos donde se resalte el objetivo de la asociación como ente descentralizado, para luchar contra la situación económica y política del país. (F4, A3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ampliar la planta de personal de la Asociación, para poder luchar contra la competencia en el mercado. (D4,A2, A3) 2. Buscar herramientas publicitarias, que permitan captar nuevos compradores, contrarrestando la competencia actual. (D2, D4, O1, O3)

Análisis de la matriz DOFA: la Asociación PROCESAR en el cuadrante de la estrategia FO, se encuentra fuerte puesto que está logrando el desarrollo de los objetivos propuestos.

4.2.4 Matriz IE

Metodología. Esta matriz determina las diversas divisiones de una organización, a nivel de una gráfica de nueve casillas, las cuales se divide en tres regiones importantes con diferente significado estratégico, lo que nos permitirá evaluar en qué posición se encuentra la empresa, la cual servirá de fundamento para establecer que estrategias se deben considerar a la hora de analizar su situación competitiva.

Figura 14 Resultado ponderado totales de matriz de evaluación de factor interno



Análisis de la Matriz IE. Como es de observarse la ubicación de la organización se encuentra en el cuadrante V, donde se emplea estrategias de resistencia, las cuales para este tipo se considera alianza estratégica, diversificación concéntrica, desarrollo del mercado, desarrollo del servicio, penetración del mercado, estrategias claves para que la organización las analice y tome las medidas correctivas pertinentes que le garantice una mejor posición en el mercado con relación a la conservación y cuidado del medio ambiente.

4.2.5 Matriz de planeación estratégica y evaluación de acción (PEEA)

La matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEEA), refiere a una técnica de cuatro cuadrantes, que muestra si PROSCESAR necesita estrategias agresivas, conservadoras, defensivas y competitivas, teniendo en cuenta una serie de factores en lo relacionado con la fortaleza financiera (FF), ventaja competitiva (VC), estabilidad ambiental (EA) y fortaleza de la industria (FI).

Los pasos para su diseño son los siguientes:

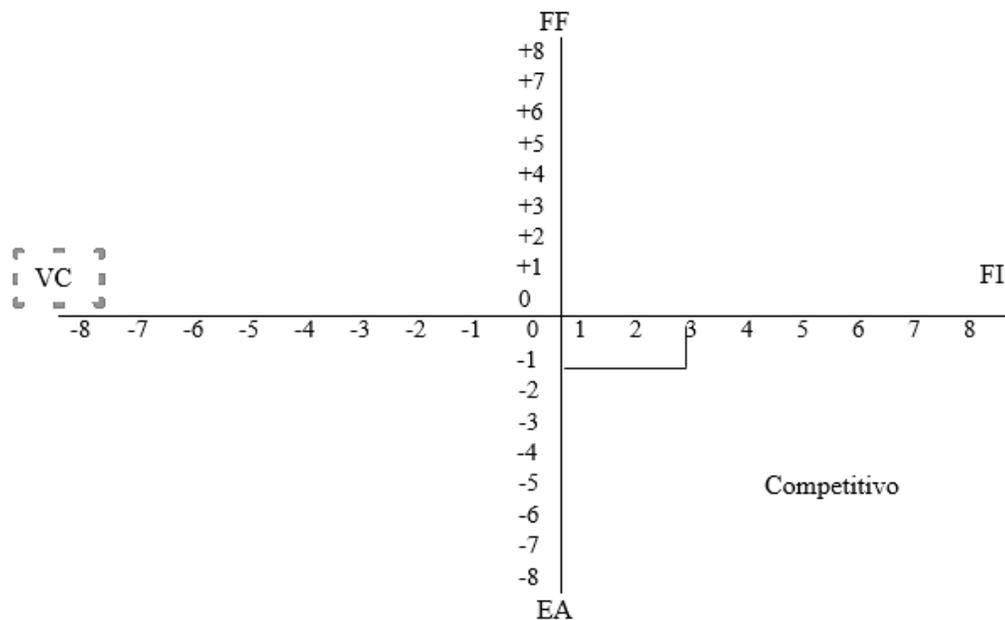
Para la fortaleza financiera (FF) y la fortaleza de la industria (FI), asignar un valor numérico que oscile entre +1 (el peor) y +6 (el mejor), a cada una de las variables que abarcan estas dimensiones. Para la estabilidad ambiental (EA) y la ventaja competitiva (VC), asignar un valor numérico que vaya de -1 (el mejor) a -6 (el peor), a cada una de las variables que comprenden estas dimensiones.

A continuación se presentan los diferentes factores intervinientes en este análisis:

Tabla 18. Presentación de la matriz PEEA de la empresa.

FORTALEZAS FINANCIERAS (FF)		ESTABILIDAD AMBIENTAL (EA)	
1. Apalancamiento	+3	1. Cambios tecnológicos	-3
2. Razón corriente	+2	2. Tasa de inflación	-2
3. Capital de trabajo	+2	3. Precios de productos	-1
4. Prueba ácida	+2	4. Presión competitiva	-4
	<u>+9</u>		<u>-10</u>
	$9/4=2,25\approx+2$		$-10/4=-2,5\approx-3$
VENTAJAS COMPETITIVA (VC)		FORTALEZA DE LA INDUSTRIA (FI)	
1. Participación en el mercado.	-2	1. Oportunidad de crecimiento	+6
2. Lealtad del consumidor	-1	2. Tecnología disponible	+5
3. Calidad de los servicios	-1	3. Estabilidad financiera	+6
4. Control sobre proveedores y distribuidores.	-3	4. Productividad, utilización de la capacidad	+2
	<u>-7</u>		<u>+19</u>
	$-7/4=-1,75\approx-2$		$+19/4=+4,75\approx+5$

Figura 15 Presentación de la matriz PEEA de la Asociación PROCESAR.



Eje Y (vertical) = $FF + EA = +2 + (-3) = -1$; Eje X (horizontal) = $VC + FI = -2 + (+5) =$

+3

Interpretación de resultados. El cuadrante “competitivo” indica que la asociación PROSCESAR, se encuentra en una posición adecuada, sin embargo deberá recurrir a alternativas que incluyen estrategias de:

- Apalancamiento financiero
- Desarrollo del mercado
- Desarrollo de servicios
- Diversificación concéntrica
- Diversificación horizontal
- Diversificación de conglomerado
- Integración hacia delante

Integración hacia atrás

Integración horizontal

Penetración en el mercado

De esta forma, la situación actual de la Asociación PROSCESAR, plantea la necesidad de tres estrategias

Desarrollo del mercado

Desarrollo del producto o servicio.

Penetración en el mercado

4.3 Hacer un plan de fortalecimiento organizacional para establecer las estrategias y acciones idóneas de la asociación “PROSCESAR”

Luego de realizados los distintos análisis, se pudieron identificar una serie de oportunidades, que serán llevados al plan de fortalecimiento, por medio de los cuales se diseñan unas estrategias estructuradas, de tal forma que la asociación PROSCESAR pueda fortalecerse y beneficiarse de las oportunidades que el mercado ofrece, a la vez poder mantenerse y continuar creciendo en el mercado regional, nacional e internacional.

Tabla 19 Plan de fortalecimiento

Área Administrativa, Contable y Financiera							
Oportunidad	Estrategia	Objetivo	Indicador	Tiempo	Recursos	Responsable	Observaciones
Organización y logística	Diseñar un manual de funciones de los cargos que existen dentro de la empresa, con el fin de organizar sus funciones.	Tener claridad en los cargos y funciones existentes en la empresa PROCESAR.	# Diseños realizados y socializados	1 mes	Información recolectada.	Gerente	La asociación debe comprometerse en socializar el manual con el fin de capacitar al personal en la manera cómo deberá desempeñarse cada uno, de acuerdo a lo escrito en este manual de funciones.
Organización del área contable	Contratar un profesional para la implementación de un software contable.	Tener control de los movimientos contables de la empresa: costos, gastos, ingresos, con el fin de facilitar la toma de decisiones	# Personal contratado	2 Meses	Humanos Tecnológicos	Gerente	Se hace la observación que de tener un balance general optimizado y controlado de sus finanzas le facilitaría el poder saber con qué dinero cuenta, si la empresa es rentable o no y poder hacer las inversiones y contrataciones que se necesita para seguir creciendo
Área Comercial							
Oportunidad	Estrategia	Objetivo	Indicador	Tiempo	Recursos	Responsable	Observaciones
Alianzas estratégicas	Gestionar alianzas estratégicas con entes gubernamentales y no gubernamentales, para buscar certificación ISO.	Ser competitivos en el mercado, mediante la certificación de calidad.	Certificado de calidad	6 Meses	Entes del Gobierno central y nacional.	Gerente	Al no contar con certificados en calidad, la empresa no alcanza metas para exportar, además de no ser competitivos por la poca producción.

No poseen página WEB	Proponer la creación de una página WEB, que impulse la distribución del producto.	Proporcionar medios de compra y pago, incrementando y optimizando la distribución del producto por medio de ventas online.	Creación de página WEB	3 Meses	Información sobre costos Teléfono financieros	Profesional del área comercial	La creación de la página WEB puede estar entre los 2 y 3 meses, teniendo en cuenta la ubicación de la empresa, desde donde se tendrán algunas imágenes y videos.
Innovación tecnológica (uso de aplicaciones o sitios web)	Contratar personal para el manejo de redes sociales, brindar el servicio por medio de éstas.	Estar al tanto en las plataformas de tecnología para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales y a los posibles clientes.	# Personal contratado	2 Meses	Humano	Gerente	Se observa en las demoras para contestar los mensajes y la pérdida de posibles ventas, teniendo en cuenta que la mayoría de las ventas es por estemedio, se debe de reforzar su atención.
Área Operativa							
Oportunidad	Estrategia	Objetivo	Indicador	Tiempo	Recursos	Responsable	Observaciones
Escasa maquinaria	Gestionar compra demaquinaria	Ampliar el sistema de producción.	# Número de máquinas adquiridas.	1 Mes	Papelería Anexar las cotizaciones Impresiones Teléfono	Gerente	Solicitar cotizaciones de maquinaria, con el fin de realizar una compra excelente y a buen precio. Ésta puede durar de 1 a 2 meses, de acuerdo al lugar de la empresa con quien se logre realizar la compra.

4.4 Construir un modelo de negocio utilizando como herramienta el método “CANVAS” para definir con más claridad el mercado de la organización

Para construir el modelo de negocios, se tuvo en cuenta la herramienta bajo Modelo “CANVAS”, con el fin de obtener un patrón a partir del cual se tenga más claridad del mercado de la organización, para lo cual se definió mediante la información que se obtuvo a través de la encuesta aplicada. Dentro de los hallazgos se encontró que la Asociación PROSCESAR, tiene como mercado segmentado, los supermercados de cadena, negocios nacionales e internacionales, a los cuales se dirige la herramienta diseñada.

Los canales de distribución son las instalaciones propias, redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube), medios telefónicos, correo electrónico. La relación con los clientes es de Atención personal y a través de las redes sociales, para la gestión de la relación con el cliente; además se atenderán sugerencias y reclamos. Investigación del mercado y su evolución, ampliar la mano de obra calificada para garantizar procesos limpios y de óptima calidad, determinar políticas de precio razonables consecuentes con la calidad del producto, diseñar estrategias de mercadeo y de servicio al cliente y adquirir Sistemas de Información. Todo esto orientado a definir el mercado de la organización, vendiendo un producto de calidad y con alto valor nutricional.

En cuanto a eficiencia, la organización cuenta con asociaciones claves, están las alianzas estratégicas con proveedores, marcas de jugos y relación cliente –proveedor. Alianzas con intermediarios (negocios, supermercados de cadena). Las fuentes de ingreso para la ejecución del

modelo se tiene mediante los ingresos por transacciones derivados de pagos puntuales de socios y cliente potencial. Los recursos claves incluyen a nivel físico la planta física de la asociación.

Humanos: Marketing y administración. Profesionales y especializados para capacitar, certificar, asesorar a los productores de la Asociación. Por último, la estructura de costos de la Asociación PROSCESAR, son los costos fijos de nómina y costos de puesta en marcha plan de marketing.

Tabla 20 Modelo Canvas

	Actividades clave	Propuesta de valor	Relaciones con clientes	
<p>Asociaciones claves</p> <p>Alianzas estratégicas con proveedores, marcas de jugos y relación cliente – proveedor. Alianzas con intermediarios (negocios, supermercados de cadena),</p> <p>La Asociación “PROSCESAR” cuenta con aliados estratégicos, con los cuales podrá realizar coaliciones importantes que le ayuden a enfocarse en un crecimiento a corto plazo. Éstos son: Comercializadora CI POTOSI Ltda., vivero J.C., Orius biotech., Agropaisa, Asohufrucol, Sena, ONG Alemana y entes gubernamentales.</p>	<p>Investigación del mercado y su evolución. Ampliar la mano de obra calificada para garantizar procesos limpios y de óptima calidad. Determinar políticas de precio razonables consecuentes con la calidad del producto. Diseñar estrategias de mercadeo y de servicio al cliente Adquirir Sistemas de Información.</p>	<p>Definir el mercado de la organización, vendiendo un producto de calidad y con alto valor nutricional.</p>	<p>Atención personal y a través de las redes sociales, para la gestión de la relación con el cliente; además se atenderán sugerencias y reclamos.</p>	<p>Segmentos demercado</p> <p>supermercados de cadena, empresas nacionales e internacionales.</p>
	<p>Recursos clave</p> <p>Físicos: planta física de la asociación. Humanos: Marketing y administración. Profesionales y especializados para capacitar, certificar, asesorar a los productores de la Asociación.</p>		<p>Canales</p> <p>Instalaciones propias, redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube), medios telefónicos, correo electrónico.</p>	

Estructura de costos

Costos fijos de nómina.
Costos de puesta en marcha plan de marketing.

Fuentes de ingresos

Las fuentes de ingresos proceden de transacciones derivadas de pagos puntuales de socios y cliente potencial.

5. Conclusiones

Según el diagnóstico organizacional realizado a la Asociación “PROSCESAR”, considerando a los grupos de interés, se conoció que esta organización solo cuenta con un cliente y un proveedor. Por lo tanto, se concluye que la empresa requiere de más proveedores, toda vez que ello generaría un incremento en la adquisición de los insumos.

De igual forma, se concluye que, de acuerdo al análisis administrativo desarrollado se conoció que la empresa cuenta debilidades y amenazas, la empresa deberá buscar herramientas estratégicas de mercado, ya que la falta de éstas se encuentra afectando su productividad y la venta de los mismos.

Así mismo, la asociación “PROSCESAR”, debe contar con un plan de fortalecimiento organizacional en el cual se establezcan estrategias de mejoramiento, aprovechando las oportunidades con las que cuenta la empresa.

Finalmente se concluye que la asociación PROSCESAR, necesita implementar estrategias como el método “CANVAS”, por medio de la cual pueda fortalecer su mercado y la permanencia en él.

Recomendaciones

Se recomienda realizar frecuentemente cuestionarios o encuestas que muestren los distintos puntos de vista de los grupos de interés de la Asociación “PROSCESAR”, y de esta forma conocer las necesidades o fallas que están siendo consideradas por estos grupos para mejorar la condición administrativa de la empresa.

Es necesario para la Asociación PROSCESAR, continuar desarrollando análisis administrativo por medio de matrices, teniendo en cuenta que por medio de las matrices se podrá mejorar la situación actual de la empresa, ya que se formulan estrategias que podrán ser implementadas por los propietarios de la empresa, o por investigadores interesados en continuar con este tipo de estudio en dicha organización.

Darle forma e implementación al plan de fortalecimiento organizacional, mediante las estrategias diseñadas para la Asociación “PROSCESAR”, con el fin de aprovechar las oportunidades que se tienen y de esta manera sacar más al mercado el negocio con su producto y la importancia de invertir en él.

Desarrollar el modelo “CANVAS” diseñado, con el fin de conocer el mercado objetivo de la organización y aprovecharlo para incrementar el mismo y, por ende, las ventas, logrando así una empresa competitiva, además de mantenerse en el mercado.

Referencias

- Ascough, R. S. (2016). *Greco-Roman Philosophic, Religious, and Voluntary Associations. Community Formation in the Early Church and the Church Today*. Hendrickson:
 Edited by Richard N. Longenecker.
- Barrios, M. (12 de 04 de 2017). *El Herald*. Recuperado el 23 de 01 de 2018, de El
 Herald: <https://www.elheraldo.co/cesar/en-san-alberto-ponen-en-marcha-plan-de-fomento-la-economia-solidaria-347693>
- Berthey, J. (2016). The Rise and Fall of the Merchant Guilds: Re-thinking the Comparative
 Study of Commercial Institutions in Premodern Europe. *Journal of Interdisciplinary
 History*, 27-28.
- Cámara de Comercio. (2019). *Entidades sin ánimo de lucro: asociaciones, fundaciones y
 corporaciones*. Medellín: Cámara de Comercio.
- Cámara de Comercio de Pasto . (2018). *Estatuto de la asociación agropecuaria o
 campesina*. Pasto.
- Congreso de Colombia. (1998). *Ley 454 de 1998*. Obtenido de
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3433>
- Congreso de Colombia. (2021). *Ley 2143 de 2021*. Bogotá: Congreso de Colombia.
- Coronado, L. E. (2012). *Construcción de Rutas para la Asociatividad Rural en Colombia*.
 Bogotá: Unidad Administrativa Espacial de Organizaciones Solidarias .
- Correa, J. A. (04 de 2010). *El prisma.com*. Recuperado el 2018, de El prisma.com:
<http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/sites/default/files/8.%20M%C3%A9todo%20DOFA%20para%20diagn%C3%B3stico.pdf>

- Díaz, L. F., Ospina, J. d., & Franco, L. F. (2016). El cooperativismo y la Economía Solidaria: Genesis e Historia. *Cooperativismo y Desarrollo*.
- Fincowsky, E. B. (2009). *Organización de Empresas*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Jaramillo, J. (2018). *Entidades sin ánimo de lucro. Legalidad y tributación* . Bogotá: Legis.
- Marciniak, R. (07 de 01 de 2013). *Gestión Empresarial* . Recuperado el 2019, de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
- Martinez, L. P., & Mora, M. V. (2014). La Historia del Cooperativismo en Colombia: hitos y periodos . *Cooperativismo y Desarrollo*, 22.
- Razeto, L. (2010). ¿Que es la economía solidaria? *Papeles de relaciones sociales y cambio global*, 47-52.
- Resico, M. F. (2017). *Introducción a la economía Social de Mercado*. Argentina: Konrad Adenauer Stiftung.
- Rubio, L., & Baz, V. (2004). *El poder de la competitividad* . Mexico: Centro de Investigación para el Desarrollo.
- Starr, M. (2016). *A Worker Looks At History, Ch. 7: The Guilds*. Google Books entry.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta dirigida a los socios de la Asociación PROSCESAR

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta aplicada a los socios de la asociación PROSCESAR.

Objetivo: Diseñar un plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación de Productores Agropecuarios Progreso del Cesar “PROSCESAR”.

CUESTIONARIO

CONTESTE SEGÚN CORRESPONDA

1. El cargo desempeñado por usted en PROSCESAR, es:

2. Proceso de ingreso como socio a la asociación

Inducción

Manual de funciones

Reglamento interno de trabajo

3. Recibe motivación y capacitación para el desarrollo de su trabajo

Si ____

No ____

4. Si usted recibe motivación por parte de PROSCESAR, cómo se refleja la misma?

Recreación

Remuneración

Reconocimiento

4. Se siente satisfecho con las labores desempeñadas.

Si ____

No ____

5. Se evalúa su función en la asociación

Si ____

No ____

6. Se tienen en cuenta las opiniones o sugerencias de los socios para la toma de decisiones.

Si ____

No ____

7. Cómo es el Ambiente de trabajo en la asociación?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

8. La asociación PROSCESAR dentro de su estructura organizacional, cuenta con herramientas administrativas, cuales?

Misión y visión

Objetivos

Políticas

Estrategias

Ninguna de las anteriores

9. Con cuáles Fortalezas cuenta PROSCESAR

Ubicación de la empresa

Esmerada Atención al Cliente

Distribución del producto

Ente descentralizado

Terreno

Adecuado nivel de Precios

Prestación de un servicio básico

10. Según usted, cuáles son las Debilidades de PROSCESAR?

Deficiencia en los servicios prestados

Publicidad y promoción

Falta de compromiso de los empleados

Competitividad

Escasa capacitación a empleados

Organización y logística

Insuficiencia de certificación ISO

11. Según usted. Cuáles son las Oportunidades de PROSCESAR?

Alianzas estratégicas

Desarrollo tecnológico

Crecimiento demográfico

Apoyo eventos sociales y deportivos de la región

Cantidad de zonas siembra

El reconocimiento adquiridos en la región por el buen servicio

12. Según usted, cuáles son las Amenazas de PROSCESAR?

Incremento de precios

Planta de personal pequeña

Competencia de extranjeros

Situación económica y política del país

Las campañas publicitarias realizadas por las otras industrias

Gracias por su colaboración!!

Apéndice B. Encuesta dirigida a los clientes de la Asociación PROCESAR

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta aplicada al cliente de la asociación PROCESAR.

Objetivo: Diseñar un plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación de Productores Agropecuarios Progreso del Cesar “PROCESAR”.

CUESTIONARIO

CONTESTE SEGÚN CORRESPONDA

1. De acuerdo a su criterio ¿Cómo considera los productos ofrecidos por PROCESAR?

Excelente ____ Bueno ____ Regular ____ Malo ____

2. ¿Considera usted que los productos son de buena calidad?

Si ____ No ____

3. Cree usted que los precios establecidos por la asociación son:

Altos ____ Medios ____ Bajos ____

4. ¿Según usted, se debe incluir otros tipos de productos en la asociación?

Si ____ No ____ ¿Cuál?_ .

5. ¿Cree usted que las instalaciones son adecuadas para ofrecer el servicio?

Si ____ No ____ ¿Por qué? _____

6. ¿Qué aspectos tiene usted en cuenta al adquirir el producto en la asociación PROSCESAR?

Precio ____ Calidad ____ Atención al usuario _____ Variedad de productos _____

Todos los anteriores

7. ¿Con qué frecuencia adquiere usted el producto ofrecido por PROSCESAR?

Diario ____ Semanal ____ Quincenal ____ Mensual ____ Semestral ____ Anual ____

8. ¿Qué medios publicitarios son de su preferencia a la hora de conocer nuevas empresas o lanzamiento de productos?

Radio ____ Televisión ____ Redes sociales ____ Volantes ____ Pasacalles ____

9. ¿Aspecto en el que debería mejorar la asociación?

Atención al usuario ____ Horario de atención ____ Portafolio de servicios ____

Publicidad y mercadeo ____ Calidad del Servicio y productos ____ Precio de productos ____

Gracias por su colaboración!!

Apéndice C. Respuesta encuesta

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
	OCAÑA
	FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta aplicada al cliente de la asociación PROCESAR.

Objetivo: Diseñar un plan estratégico de fortalecimiento organizacional para la Asociación de Productores Agropecuarios Progreso del Cesar "PROCESAR".

CUESTIONARIO

CONTESTE SEGÚN CORRESPONDA

1. De acuerdo a su criterio ¿Cómo considera los productos ofrecidos por PROCESAR?

Excelente X Bueno ___ Regular ___ Malo ___

2. ¿Considera usted que los productos son de buena calidad?

Si X No ___

3. Cree usted que los precios establecidos por la asociación son:

Altos ___ Medios X Bajos ___

4. ¿Según usted, se debe incluir otros tipos de productos en la asociación?

Si X No ___ ¿Cuál? Siembra de otros frutos típicos de la región.

5. ¿Cree usted que las instalaciones son adecuadas para ofrecer el servicio?

Si X No ___ ¿Por qué? _____

6. ¿Qué aspectos tiene usted en cuenta al adquirir el producto en la asociación PROCESAR?

Precio ___ Calidad ___ Atención al usuario ___ Variedad de productos ___
 Todos los anteriores X

7. ¿Con qué frecuencia adquiere usted el producto ofrecido por PROCESAR?

Diario ___ Semanal ___ Quincenal X Mensual X Semestral ___ Anual ___

8. ¿Qué medios publicitarios son de su preferencia a la hora de conocer nuevas empresas o lanzamiento de productos?

Radio ___ Televisión ___ Redes sociales X Volantes ___ Pasacalles ___

9. ¿Aspecto en el que debería mejorar la asociación?

Atención al usuario ___ Horario de atención ___ Portafolio de servicios X
 Publicidad y mercadeo X Calidad del Servicio y productos ___ Precio de productos ___

Gracias por su colaboración!!

Apéndice D. Registro Único Tributario de PROCESAR

DIAN POR UNA COLOMBIA MAS HEREDITA		Formulario del Registro Único Tributario		001	
2. Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 2 Actualización		4. Número de formulario 14696401092			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 0 9 8 5 3 7 3 3		6. DV 3		7. Dirección seccional Proyectos y Bases de Trabajo	
8. DV 3		9. Buzón electrónico 2 4		10. Buzón electrónico	
IDENTIFICACION					
24. Tipo de contribuyente Persona jurídica		25. Tipo de documento 1		26. Fecha expedición	
27. Lugar de expedición		28. País		29. Departamento	
30. Ciudad/Municipio		31. Primer apellido		32. Segundo apellido	
33. Primer nombre		34. Segundo nombre		35. Razón social ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR	
36. Nombre comercial		37. Sigla PROCESAR		38. Número matricial	
UBICACION					
39. País COLOMBIA		40. Departamento Cesar		41. Ciudad/Municipio Palo de Oro	
42. Dirección principal (*) SANTA MARIA DE GUADALUPE VDA EL REMANZO CORRALOS ANGELES		43. Teléfono 1 3 1 5 7 2 9 9 0 7 2		44. Teléfono 2 3 1 6 6 1 8 9 9 0 3	
45. Correo electrónico procesar@outlook.es		46. Código postal		47. Trabajo 1	
CLASIFICACION					
48. Código 0 1 2 1		49. Fecha inicio actividad 2 0 1 6 0 5 0 6		50. Código 0 4 1 5	
51. Fecha finalización actividad 2 0 1 6 0 5 0 6		52. Código 0 1 6 1		53. Código 0 1 4 9	
54. Código 0 1 6 1		55. Código 0 1 4 9		56. Código 0 1 4 9	
RESPONSABILIDADES, CALIDADES Y ATRIBUTOS					
57. Código 0 7 1 4 1 6 4 2		58. Código 0 7 1 4 1 6 4 2		59. Código 0 7 1 4 1 6 4 2	
60. Impuesto, tarifa y exención ingresos corporales					
61. Retención en la fuente a título de renta					
62. Informante de CAPIVA					
63. Obligación facturar por ingresos bilíneos					
64. Obligado a llevar contabilidad					
Obligaciones aduaneras					
65. Código 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20		66. Forma 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10		67. Tipo 1 2 3	
68. Servicio 1 2 3		69. Modo 1 2 3		70. CAC 1 2 3	
71. IMPORTANTE: Sin perjuicio de las actualizaciones a que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), tendrá vigencia indefinida y en consecuencia no se asigna su renovación.					
72. Aprobado <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO		73. No. de Folios 9		74. Fecha 2020 - 08 - 25 / 04A, 50 - 04	
75. Información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz, en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.20 del Decreto 1625 de 2010. Firma del solicitante:		76. Información suministrada a través del formulario oficial de inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser exacta y veraz, en caso de constatar inexactitud en alguno de los datos suministrados se adelantarán los procedimientos administrativos sancionatorios o de suspensión, según el caso. Firma autorizada: 984. Nombre: DAZA MONTERO ONASSIS RAFAEL 985. Cargo: Gestor II			

Fecha generación documento PDF: 15-10-2021 11:00:56AM

DIAN POR UNA COLOMBIA MAS HEREDITA		Formulario del Registro Único Tributario Representación		001	
Espacio reservado para la DIAN		4. Número de formulario 14696401092			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 0 9 8 5 3 7 3 3		6. DV 3		7. Dirección seccional Proyectos y Bases de Trabajo	
8. DV 3		9. Buzón electrónico 2 4		10. Buzón electrónico	
Representación					
98. Representación REPRS LEGAL PRON		99. Fecha inicio operación representación 1 8		100. Código 2 0 1 7 0 4 2 7	
101. Tipo de documento 101		102. Número de identificación		103. Código 103	

		Formulario del Registro Único Tributario		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: 24px;">001</div>	
Expediente reservado para la DIAN		Páginas 2 de 5 Hoja 3 4. Número de formulario 14696401092			
					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 0 9 8 5 3 7 3 3		6. DV 3		10. Dirección seccional Provenien y Balcónes de Valledupar	
Características y formas de las organizaciones					
62. Naturaleza <u>2</u> 65. Fondo <u> </u> 66. Sin personería jurídica <u> </u>		63. Formas asociativas <u> </u> 68. Corporativas <u> </u> 69. Otras organizaciones no clasificadas <u>1</u>		64. Usabilidad o utilidad del objeto (juicio de cada materia, departamento, municipio y distritos organizados, distritos y organizaciones sociales) <u> </u> 70. Invierto <u>2</u>	
Constitución, Registro y Última Reforma					
Documento 71. Clase <u>0 1</u> 72. Número <u>0 0 0 0 1</u> 73. Fecha <u>2 0 1 6 0 5 0 6</u> 74. Número de actario <u> </u> 75. Unidad de registro <u>0 3</u> 76. Fecha de registro <u>2 0 1 6 0 6 1 7</u> 77. No. Matricula mercantil <u>0 0 5 0 5 0 2 3 6 4</u> 78. Departamento <u>5 4</u> 79. Ciudad/Municipio <u>4 9 8</u>		1. Constitución <u> </u> 2. Reforma <u> </u>		Composición del Capital 82. Nacional <u>1 0 0</u> % 83. Nacional público <u>0</u> % 84. Nacional privado <u>1 0 0</u> % 85. Extranjero <u>0</u> % 86. Extranjero público <u>0 - 0</u> % 87. Extranjero privado <u>0 - 0</u> %	
Vigencia 80. Desde <u>2 0 1 6 0 5 0 6</u> 81. Hasta <u>2 0 1 6 0 5 0 6</u>		Unidad de vigencia y control <u> </u>			
88. Entidad de vigilancia y control Gobernación <u> </u>					
Origen y Beneficio					
89. Líquido actual <u>8 1</u>		90. Fecha depósito de estado <u>2 0 1 6 0 5 0 6</u>		91. Número de Identificación Tributaria (NIT) <u> </u> 92. DV <u> </u>	
1					
2					
3					
4					
5					
Vinculación económica					
93. Vinculación económica <u> </u>		94. Nombre del grupo económico y/o empresarial <u> </u>		95. Número de Identificación Tributaria (NIT) de la entidad o vinculante <u> </u> 96. DV <u> </u>	
97. Nombre o razón social de la matriz o controlada <u> </u>					
*72. Número de identificación tributaria cargado en el exterior <u> </u>		*71. País <u> </u>		*73. Número de identificación tributaria acordado o resuelto del exterior con LP <u> </u>	
*73. Nombre o razón social de la sociedad o resuelto del exterior con LP <u> </u>					

Fecha generación documento PDF: 15-10-2021 11:09:28AM

		Formulario del Registro Único Tributario Socios y/o Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold; font-size: 24px;">001</div>	
Expediente reservado para la DIAN		Páginas 4 de 5 Hoja 3 4. Número de formulario 14696401092			
					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 9 0 0 9 8 5 3 7 3 3		6. DV 3		10. Dirección seccional Provenien y Balcónes de Valledupar	
Socios y/o Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones Temporales					
111. Tipo de documento Cédula de Ciudad <u>1 3</u>		112. Número de identificación <u>8 8 1 4 4 7 1 1</u>		114. DV COLOMBIA	
113. Primer apellido GARDUÑO		118. Segundo apellido GARDUÑO		117. Primer nombre GARDUÑO	

		Formulario del Registro Único Tributario Representación		001	
Espacio reservado para la OMV			Página 3 de 5 Hoja 3 4. Número de formulario 14696401092		
			 (415)7107212469640109201000014696401092		
5. Número de identificación Tributaria (NIT)		6. DV	12. Dirección asociada		14. Punto electrónico
9 0 0 9 8 5 3 7 3		3	Buenos Aires y Bolívar de Villalpa		2 4
Representación					
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
REPPES LEGAL PRON 1 8			2 0 1 7 0 4 2 7		
106. Tipo de documento		107. Número de identificación		108. DV	
Cédula de ciudadanía		1 3 8 8 1 4 4 7 1 1			
109. Primer apellido		110. Segundo apellido		111. Primer nombre	
CARDENAS		ARENIZ		GIOVANNY	
102. Número de identificación Tributaria (NIT)		103. DV		104. Razón social representante legal	
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
106. Tipo de documento		107. Número de identificación		108. DV	
109. Primer apellido		110. Segundo apellido		111. Primer nombre	
102. Número de identificación Tributaria (NIT)		103. DV		104. Razón social representante legal	
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
106. Tipo de documento		107. Número de identificación		108. DV	
109. Primer apellido		110. Segundo apellido		111. Primer nombre	
102. Número de identificación Tributaria (NIT)		103. DV		104. Razón social representante legal	
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
106. Tipo de documento		107. Número de identificación		108. DV	
109. Primer apellido		110. Segundo apellido		111. Primer nombre	
102. Número de identificación Tributaria (NIT)		103. DV		104. Razón social representante legal	
98. Representación			99. Fecha inicio ejercicio representación		
106. Tipo de documento		107. Número de identificación		108. DV	
109. Primer apellido		110. Segundo apellido		111. Primer nombre	
102. Número de identificación Tributaria (NIT)		103. DV		104. Razón social representante legal	

		Formulario del Registro Único Tributario Socios y Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones		001	
Espacio reservado para la DIAN			4. Número de formulario 14696401092  (415)770721246964(0020) 000014696401092 2		
5. Número de identificación Tributaria (NIT)		6. DV	10. Dirección seccional		9. Sueldo electrónico
9 0 0 9 8 5 3 7 3		3	Proyectos y Alianzas de Valorarse		2 4
Socios y Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones Temporales					
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
Cédula de Ciudadanía 1 3	8 8 1 4 4 7 1 1		COLOMBIA 1 8 9		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
CARDENAS	ARENIZ	GIOVANNY			
119. Housen social					
120. Valor capital del socio		121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro	
			2 0 1 7 0 4 2 7		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
Cédula de Ciudadanía 1 3	7 7 1 1 9 6 3		COLOMBIA 1 8 9		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
CASTRO	SANCHEZ	NELSON	ANDRES		
119. Housen social					
120. Valor capital del socio		121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro	
			2 0 1 7 0 4 2 7		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
Cédula de Ciudadanía 1 3	5 1 5 8 3 6 6 8		COLOMBIA 1 8 9		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
MANTILLA	VERGEE	NANCY	TORCOROMA		
119. Housen social					
120. Valor capital del socio		121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro	
			2 0 1 7 0 4 2 7		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
Cédula de Ciudadanía 1 3	5 5 8 7 7 5 4		COLOMBIA 1 8 9		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
TAPIAS	SANTAMARIA	MARCO	ANTONIO		
119. Housen social					
120. Valor capital del socio		121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro	
			2 0 1 7 0 4 2 7		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
Cédula de Ciudadanía 1 3	5 5 8 5 2 6 1		COLOMBIA 1 8 9		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
ANGEL	BOTERO	JAVIER			
119. Housen social					
120. Valor capital del socio		121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro	
			2 0 1 7 0 4 2 7		

DIAN POR UNA COLOMBIA MAS HONESTA		Formulario del Registro Único Tributario Socios y Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones		001	
Espacio reservado para la DIAN			4. Número de formulario 14696401092		
					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT)		6. DV	12. Dirección asociada		14. Estado electrónico
9 0 0 9 8 5 3 7 3		3	Asociados y Afiliados de Valledupar		2 4
Socios y Miembros de Juntas Directivas, Consorcios, Uniones Temporales					
111. Tipo de documento Cédula de Ciudadanía	112. Número de identificación 9 3 4 8 1 3 7 9	113. DV	114. Nacionalidad COLOMBIA		115. Número de identificación 1 6 9
115. Primer apellido PERDOMO	116. Segundo apellido RIOS	117. Primer nombre LUIS	118. Otros nombres ANTONIO		
119. Historial socios					
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso 2 0 1 7 0 4 2 7	123. Fecha de retiro		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
119. Historial socios					
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
119. Historial socios					
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
119. Historial socios					
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro		
111. Tipo de documento	112. Número de identificación	113. DV	114. Nacionalidad		
115. Primer apellido	116. Segundo apellido	117. Primer nombre	118. Otros nombres		
119. Historial socios					
120. Valor capital del socio	121. % Participación	122. Fecha de ingreso	123. Fecha de retiro		

Apéndice E. Cámara de Comercio de PROCESAR

 CÁMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR	
Fecha expedición: 2021/02/18 - 11:53:07 **** Realbo No. S000157539 **** Num. Operación. 99-USUPUBXX-20210218-0028 LA INSCRIPCIÓN PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS RENUEVE SU INSCRIPCIÓN A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO DE 2021. CODIGO DE VERIFICACION Dn1ANU1TWZ	
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL O DE INSCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS.	
Con fundamento en las inscripciones del Registro de Entidades sin Animo de Lucro y de la Economía Solidaria,	
CERTIFICA	
NOMBRE, SIGLA, IDENTIFICACION Y DOMICILIO	
NOMBRE o RAZON SOCIAL: ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR SIGLA: PROCESAR ORGANIZACIÓN JURÍDICA: ENTIDAD SIN ANIMO DE LUCRO CATEGORÍA : PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL NIT : 900985373-3 ADMINISTRACIÓN DIAN : VALLEDUPAR DOMICILIO : SAN MARTIN	
MATRICULA - INSCRIPCIÓN	
INSCRIPCIÓN NO : 30502364 FECHA DE INSCRIPCIÓN : JUNIO 17 DE 2016 ULTIMO AÑO RENOVADO : 2021 FECHA DE RENOVACION DE LA INSCRIPCIÓN : FEBRERO 18 DE 2021 ACTIVO TOTAL : 5,100,000.00 GRUPO NIIF : GRUPO III - MICROEMPRESAS	
UBICACIÓN Y DATOS GENERALES	
DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL : CR 9 N 20-21 BRR PORVENIR MUNICIPIO / DOMICILIO: 20770 - SAN MARTIN TELÉFONO COMERCIAL 1 : 3166169903 TELÉFONO COMERCIAL 2 : 3157299072 TELÉFONO COMERCIAL 3 : NO REPORTÓ CORREO ELECTRÓNICO No. 1 : procesar@outlook.es	
DIRECCION PARA NOTIFICACION JUDICIAL : SANTA MARIA DE GUADALUPE VEREDA EL REMANZO CORREG. LOS ANGELES MUNICIPIO : 20614 - RIO DE ORO TELÉFONO 1 : 3157299072 TELÉFONO 2 : 3166169903 CORREO ELECTRÓNICO : procesar@outlook.es	
NOTIFICACIONES A TRAVES DE CORREO ELECTRONICO	
De acuerdo con lo establecido en el artículo 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, SI AUTORIZO para que me notifiquen personalmente a través del correo electrónico de <u>notificación</u> : procesar@outlook.es	
CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONOMICA	
ACTIVIDAD PRINCIPAL : A0121 - CULTIVO DE FRUTAS TROPICALES Y SUBTROPICALES ACTIVIDAD SECUNDARIA : S9411 - ACTIVIDADES DE ASOCIACIONES EMPRESARIALES Y DE EMPLEADORES	



CAMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA
ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR

Fecha expedición: 2021/02/18 - 11:53:07 **** Reolbo No. 8000157539 **** Num. Operación. 99-USUPUEXX-20210218-0028
 LA INSCRIPCIÓN PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
 RENEVE SU INSCRIPCIÓN A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO DE 2021.
CODIGO DE VERIFICACION Dn1ANU1TWZ

OTRAS ACTIVIDADES : A0161 - ACTIVIDADES DE APOYO A LA AGRICULTURA
 OTRAS ACTIVIDADES : A0149 - CRIA DE OTROS ANIMALES N.C.P.

CERTIFICA - CONSTITUCION

POR ACTA NUMERO 1 DEL 06 DE MAYO DE 2016 SUSCRITA POR ASAMBLEA CONSTITUTIVA, REGISTRADO EN ESTA CAMARA DE COMERCIO BAJO EL NUMERO 14374 DEL LIBRO I DEL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO EL 17 DE JUNIO DE 2016, SE INSCRIBE : LA CONSTITUCION DE PERSONA JURIDICA DENOMINADA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR.

CERTIFICA - ENTIDAD DE VIGILANCIA

QUE LA ENTIDAD QUE EJERCE LA FUNCION DE INSPECCION, VIGILANCIA Y CONTROL ES GOBERNACION

CERTIFICA - REFORMAS

DOCUMENTO	FECHA	PROCEDENCIA	DOCUMENTO	INSCRIPCION	FECHA
AC-6	20170427	ASAMBLEA EXTRAORDINARIA	RIO DE ORO	RE01-16054	20170713
DOC.PRIV.	20180403	EL COMERCIANTE O INSCRITO	RIO DE ORO	RE01-16385	20180403
AC-009	20180322	ASAMBLEA EXTRAORDINARIA DE ASOCIADOS	RIO DE ORO	RE01-16394	20180409

1065 . VIGILANCIA: QUE LA PERSONA JURIDICA NO SE HALLA DISUELTA. DURACION HASTA EL 5 DE MAYO DE 2

CERTIFICA - OBJETO SOCIAL

OBJETO SOCIAL: LA ASOCIACION BUSCA PRESTAR SERVICIOS DE PRODUCCION, TRANSFORMACION Y EN LOS PRODUCTOS AGRICOLAS EN REPRESENTACION DE LOS INTERESES GREMIALES DE LOS ASOCIADOS ESPECIALMENTE CULTIVOS TRANSITORIOS Y PERMANENTES Y TODO LO RELACIONADO CON LAS ACTIVIDADES PECUARIAS COMO GANADERIA Y ESPECIES MENORES, PROGRAMAS DE PROTECCION AMBIENTAL PARA SU BIENESTAR INTEGRAL DE LOS ASOCIADOS Y SATISFACER NECESIDADES DE LA COMUNIDAD. ACTIVIDADES: CUMPLIR CON EL OBJETO PROPUESTO, LA ASOCIACION DESARROLLA LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES: RECONOCIMIENTO LEGAL DE LA ASOCIACION COMO ENTE JURIDICO. B. GESTIONAR LA OBTENCION DE AUTORIZACIONES, CONVENIOS, DONACIONES, ANTE LAS ENTIDADES ESTATALES, PRIVADAS, NACIONALES E INTERNACIONALES CAPTAR RECURSOS QUE LE PERMITAN OBTENER, TRANSFERIR O CANALIZAR RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. C. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. D. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. E. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. F. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. G. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. H. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. I. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. J. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. K. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. L. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. M. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. N. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. O. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. P. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. Q. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. R. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. S. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. T. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. U. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. V. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. W. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. X. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. Y. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION. Z. GESTIONAR LA OBTENCION DE RECURSOS TECNICOS Y/O ASISTENCIA TECNICA PARA LA ASOCIACION.

CERTIFICA - RESPONDER

ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR

R.C. 14374

RIO DE ORO

CALLE 100# 000 000 000 - 000 000 000

INFORMACION DE ESTE CERTIFICADO: Este Acta, suscrito el día 07 de mayo de 2021 por el señor/a PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR, en presencia de los señores PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR y PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR, se expide en virtud de las disposiciones de la Ley 1437 de 2010, expedida por el Congreso de la República de Colombia, y de la Ley 1437 de 2010, expedida por el Congreso de la República de Colombia, y de la Ley 1437 de 2010, expedida por el Congreso de la República de Colombia.

Activa
Ve a Ca

CAMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA			
 Fecha expedición: 2021/02/18 - 11:53:07 **** Resibo No: 9000157539 **** Tipo Operación: 99-USUFUBXX-20210218-0028 LA INSCRIPCIÓN PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS. RENUEVE SU INSCRIPCIÓN A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO DE 2021. CODIGO DE VERIFICACION Dn1ANU1TWZ			
INSCRIPCIÓN	CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
44,711	MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA	CARDENAS ARENIZ GIOVANNY	CC 88,1
POR ACTA NÚMERO 6 DEL 27 DE ABRIL DE 2017 DE ASAMBLEA EXTRAORDINARIA, REGISTRADO EN EST DE COMERCIO BAJO EL NUMERO 16052 DEL LIBRO I DEL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUC DE JULIO DE 2017, FUERON NOMBRADOS :			
INSCRIPCIÓN	CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
1,963	MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA	CASTRO SANCHEZ NELSON ANDRES	CC 7,71
POR ACTA NUMERO 6 DEL 27 DE ABRIL DE 2017 DE ASAMBLEA EXTRAORDINARIA, REGISTRADO EN EST DE COMERCIO BAJO EL NUMERO 16052 DEL LIBRO I DEL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUC DE JULIO DE 2017, FUERON NOMBRADOS :			
INSCRIPCIÓN	CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
63,668	MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA	MANTILLA VERGEL NANCY TORCOROMA	CC 51,5
POR ACTA NUMERO 6 DEL 27 DE ABRIL DE 2017 DE ASAMBLEA EXTRAORDINARIA, REGISTRADO EN EST DE COMERCIO BAJO EL NUMERO 16052 DEL LIBRO I DEL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUC DE JULIO DE 2017, FUERON NOMBRADOS :			
INSCRIPCIÓN	CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
57,784	MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA	TAPIAS SANTAMARIA MARCO ANTONIO	CC 5,56
POR ACTA NUMERO 6 DEL 27 DE ABRIL DE 2017 DE ASAMBLEA EXTRAORDINARIA, REGISTRADO EN EST DE COMERCIO BAJO EL NUMERO 16052 DEL LIBRO I DEL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUC DE JULIO DE 2017, FUERON NOMBRADOS :			
INSCRIPCIÓN	CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
55,261	MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA	ANGEL BOTERO JAIME	CC 5,56
POR ACTA NUMERO 6 DEL 27 DE ABRIL DE 2017 DE ASAMBLEA EXTRAORDINARIA, REGISTRADO EN EST DE COMERCIO BAJO EL NUMERO 16052 DEL LIBRO I DEL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUC DE JULIO DE 2017, FUERON NOMBRADOS :			
INSCRIPCIÓN	CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
81,379	MIEMBRO JUNTA DIRECTIVA	PERDOMO RIOS LUIS ANTONIO	CC 93,4
CERTIFICA REPRESENTANTES LEGALES - PRINCIPALES			
POR ACTA NUMERO 6 DEL 27 DE ABRIL DE 2017 DE ASAMBLEA EXTRAORDINARIA, REGISTRADO EN EST DE COMERCIO BAJO EL NUMERO 16053 DEL LIBRO I DEL REGISTRO DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUC DE JULIO DE 2017, FUERON NOMBRADOS :			
INSCRIPCIÓN	CARGO	NOMBRE	IDENTIFICACION
44,711	PRESIDENTE JUNTA DIRECTIVA	CARDENAS ARENIZ GIOVANNY	CC 88,1
CERTIFICA - FACULTADES Y LIMITACIONES			
REPRESENTACION LEGAL. EL PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA ES EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA ASOCIACION Y EL RESPONSABLE DE HACER CUMPLIR LAS DISPOSICIONES Y ACUERDOS DE LA JUNTA DIRECTIVA Y CUANDO ESTA LO ESTIME CONVENIENTE Y EXISTAN RECURSOS PARA ELLO, REGLAMENTARIAMENTE.			



CAMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA
ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROSCESAR

Fecha expedición: 2021/02/18 - 11:53:07 **** Reolbo No. 9000157539 **** Num. Operación. 99-USUPUBXX-20210218-0028
LA INSCRIPCIÓN PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
RENUOVE SU INSCRIPCIÓN A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO DE 2021.
CODIGO DE VERIFICACION Dn1ANU1TWZ

FIJARA SUS HONORARIOS, MIENTRAS TANTO EL CARGO SE EJERCERA AD-HONOREM. FUNCIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL: A. REPRESENTAR LEGALMENTE A LA ASOCIACION EN TODO ACTO PUBLICO Y PRIVADO. B. CONVOCAR Y PRESIDIR REUNIONES, COORDINAR ACTIVIDADES DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACION. C. RENDIR INFORME POR ESCRITO DE LAS LABORES DESARROLLADAS POR LA JUNTA DIRECTIVA. D. ORDENAR EL PAGO DE GASTOS ORDINARIOS DE LA ASOCIACION. E. CONSTITUIR CUANDO FUERE NECESARIO APODERADOS ESPECIALES. F. FIRMAR CONJUNTAMENTE CON EL TESORERO CUENTAS Y CHEQUES. G. FIRMAR CONTRATOS HASTA POR OCHOCIENTOS OCHENTA (880) SMLMV, CUANDO SE SUPERE DICHA SUMA REQUERIRA AUTORIZACION DE LA MAYORIA DE LA JUNTA DIRECTIVA. H. NOMBRAR Y REMOVER EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA ASOCIACION.

INFORMA - TAMAÑO DE EMPRESA

De conformidad con lo previsto en el artículo 2.2.1.13.2.1 del Decreto 1074 de 2015 y la

Table with multiple columns containing legal and administrative text, including company information and a footer with 'Activa Ve a Cor' logo and 'Página 45'.



CAMARA
DE COMERCIO
DE AGUACHICA

CAMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA
ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS PROGRESO DEL CESAR-PROCESAR

Fecha expedición: 2021/02/18 - 11:53:07 **** Reolbo No. S000157539 **** Num. Operación. 99-USUPUBXX-20210218-0028

LA INSCRIPCIÓN PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS

RENUEVE SU INSCRIPCIÓN A MÁS TARDAR EL 31 DE MARZO DE 2021.

CODIGO DE VERIFICACION Dn1ANU1TWZ

cámara de comercio y que la persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado impreso, puede verificar por una sola vez el contenido del mismo, ingresando al enlace <https://silaguachica.confecamaras.co/cv.php> seleccionando la cámara de comercio e indicando el código de verificación Dn1ANU1TWZ

Al realizar la verificación podrá visualizar (y descargar) una imagen exacta del certificado que fue entregado al usuario en el momento que se realizó la transacción.

La firma mecánica que se muestra a continuación es la representación gráfica de la firma del secretario jurídico (o de quien haga sus veces) de la Cámara de Comercio quien avala este certificado. La firma mecánica no reemplaza la firma digital en los documentos electrónicos.

*** FINAL DEL CERTIFICADO ***
