

**PROPUESTA DE PLANEACION FINANCIERA PARA LA EMPRESA
TENDENCIAS GYG S.A.S**

LEIDY MARCELA JIMENEZ MARTINEZ

DIANA PAOLA NOVOA PERILLA

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

BOGOTÁ

2018

PROPUESTA DE PLANEACION FINANCIERA PARA LA EMPRESA

TENDENCIAS GYG S.A.S

LEIDY MARCELA JIMENEZ MARTINEZ

DIANA PAOLA NOVOA PERILLA

TUTORA

ADRIANA ANDREA SEGOVIA RODRIGUEZ

UNIVERSIDAD CATOLICA DE COLOMBIA

PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

BOGOTÁ

2018



Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

La presente obra está bajo una licencia:

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Colombia (CC BY-NC-ND 2.5)

Para leer el texto completo de la licencia, visita:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/co/>

Usted es libre de:



Compartir - copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra

Bajo las condiciones siguientes:



Atribución — Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciente (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o que apoyan el uso que hace de su obra).



No Comercial — No puede utilizar esta obra para fines comerciales.



Sin Obras Derivadas — No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
1. CAPITULO I. GENERALIDADES	15
1.1. CONTEXTO	15
1.2. PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN	16
1.3. OBJETIVOS.....	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	18
1.4. ALCANCE Y LIMITACIONES.....	19
1.5. METODOLOGÍA	20
1.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN, CUANTITATIVO	20
1.5.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN, EXPLORATORIA	20
1.5.3. HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	21
2. CAPITULO II. LA SUBLIMACION UNA ALTERNATIVA DE PUBLICIDAD	22
2.1. ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN	22
2.1.1. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD EN EL MUNDO.....	22
2.1.2. PUBLICIDAD EN COLOMBIA.....	23
2.1.3. IMPORTACION EN COLOMBIA	24
2.1.4. IMPORTACIÓN DE MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL.....	30
2.1.5. NORMATIVA DE LA IMPORTACION EN COLOMBIA	30

2.1.6.	REGLAMENTO TECNICO PARA USO DE PRODUCTOS CERAMICOS	31
2.1.7.	TECNICAS DE PUBLICIDAD A BASE DE CALOR:.....	32
2.2.	ASPECTOS IMPORTANTES DE LA PUBLICIDAD	37
2.2.1.	LA IMPORTACION EN COLOMBIA EN LA ACTUALIDAD	37
2.2.2.	EVENTOS DE IMPORTANCIA EN LA PUBLICIDAD.....	40
2.2.3.	LA IMPORTANCIA DE EPSON EN LA PUBLICIDAD	42
2.2.4.	EMPRESAS LIDERES EN SUBLIMACION EN COLOMBIA	45
3.	CAPITULO III. PLANEACION FINANCIERA	50
3.1	INFORMACION REAL RECOPIADA	50
3.2	ESTADOS FINANCIEROS INICIALES	52
3.3	ANALISIS FINANCIERO DE INFORMACION RECOPIADA	54
3.3.1.	ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA	54
3.3.2.	ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS AÑOS 2014,2015,2016 Y 2017	59
3.3.3	ANÁLISIS HORIZONTAL.....	63
3.3.4.	INDICADORES FINANCIEROS 2014, 2015, 2016 Y 2017	72
3.3.4.1	CAPITAL DE TRABAJO	72
3.3.4.2	RAZÓN CORRIENTE (LIQUIDEZ)	72
3.3.4.3	APALANCAMIENTO FINANCIERO	73
3.3.4.5	RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	74

3.3.4.6 RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS ROA	74
3.4 PROYECCIONES	75
3.4.1 PROYECCION AÑO 2018.....	78
3.4.2 PROYECCION AÑO 2019.....	79
3.4.3 PROYECCION AÑO 2020.....	80
3.4.4 PROYECCION AÑO 2021.....	81
3.5 ESTADOS FINANCIEROS PRO YECTADOS	82
3.5.1 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	82
3.5.2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	83
3.5.3 FLUJOS DE EFECTIVO	84
3.6 ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL AÑOS 2018,2019,2020 Y 2021	85
3.6.1 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	85
3.6.2 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS AÑOS 2018,2019,2020 Y 2021	90
3.6.3 ANÁLISIS HORIZONTAL 2018 – 2019.....	94
3.6.4 ANÁLISIS HORIZONTAL 2019 – 2020.....	98
3.6.5 INDICADORES FINANCIEROS	103
3.6.5.1 CAPITAL DE TRABAJO	103
3.6.5.2 RAZÓN CORRIENTE (LIQUIDEZ)	103
3.6.5.3 APALANCAMIENTO FINANCIERO	104

3.6.5.4 RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	104
3.6.5.5 RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	105
3.6.5.6 RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS ROA	105
3.6.5.7 PUNTO DE EQUILIBRIO	105
3.7 PROPUESTA.....	108
3.7.1 ANÁLISIS ECONÓMICO	108
3.7.2 RECOMENDACIÓN A LA EMPRESA	108
4. CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
BIBLIOGRAFÍA.....	113

TABLA DE ILUSTRACIONES

TABLE 1 BALANCE GENERAL 2014-2017	52
TABLE 2 ESTADO DE RESULTADOS 2014-2017.....	53
TABLE 3 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA ANÁLISIS VERTICAL 2014-2017	54
TABLE 4 ESTADO DE RESULTADOS ANÁLISIS VERTICAL 2014-2017	59
TABLE 5 SITUACIÓN FINANCIERA ANÁLISIS HORIZONTAL 2014-2015.....	63
TABLE 6 ESTADO DE RESULTADOS ANÁLISIS HORIZONTAL 2014-2015	65
TABLE 7 SITUACIÓN FINANCIERA ANÁLISIS HORIZONTAL 2015-2016.....	66
TABLE 8 ESTADO DE RESULTADOS ANÁLISIS HORIZONTAL 2015-2016	68
TABLE 9 SITUACIÓN FINANCIERA ANÁLISIS HORIZONTAL 2016-2017.....	69
TABLE 10 ESTADO DE RESULTADOS ANÁLISIS HORIZONTAL 2016-2017	71
TABLE 11 INDICADOR DE LIQUIDEZ 2014-2017	72
TABLE 12 INDICADOR RAZÓN CORRIENTE 2014-2017	72
TABLE 13 INDICADOR APALANCAMIENTO FINANCIERO 2014-2017.....	73
TABLE 14 INDICADOR MARGEN DE UTILIDAD 2014-2017	73
TABLE 15 INDICADOR RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO 2014-2017	74
TABLE 16 INDICADOR ROA 2014-2017.....	74
TABLE 17 GASTOS DEPRECIACIÓN	75
TABLE 18 DATOS 2017.....	77
TABLE 19 PROYECCIÓN AÑO 2018.....	78
TABLE 20 PROYECCION AÑO 2019.....	79
TABLE 21 PROYECCION AÑO 2020.....	80
TABLE 22 PROYECCIÓN AÑO 2021.....	81

TABLE 23 PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS 2018-2021.....	82
TABLE 24 PROYECCIÓN SITUACIÓN FINANCIERA 2018-2021	83
TABLE 25 PROYECCIÓN FLUJO DE EFECTIVO 2018-2019	84
TABLE 26 SITUACIÓN FINANCIERA ANÁLISIS VERTICAL 2018-2021	85
TABLE 27 ANÁLISIS VERTICAL SITUACIÓN FINANCIERA 2018-2021	90
TABLE 28 ANÁLISIS HORIZONTAL SITUACIÓN FINANCIERA 2018-2019.....	95
TABLE 29 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS 2019-2020	96
TABLE 30 ANÁLISIS HORIZONTAL SITUACIÓN FINANCIERA 2019-2020.....	98
TABLE 31 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS 2019-2020	99
TABLE 32 ANÁLISIS HORIZONTAL SITUACIÓN FINANCIERA 2020-2021	101
TABLE 33 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS 2020-2021	102
TABLE 34 CAPITAL DE TRABAJO	103
TABLE 35 RAZÓN CORRIENTE.....	103
TABLE 36 APALANCAMIENTO FINANCIERO	104
TABLE 37 MARGEN DE UTILIDAD	104
TABLE 38 ROA.....	105
TABLE 39 COSTOS FIJOS	106
TABLE 40 COSTOS VARIABLES	107
TABLE 41 PUNTO DE EQUILIBRIO	107

TABLA DE FIGURAS

FIGURE 1 CRECIMIENTO ANUAL DE IMPORTACIONES EN COLOMBIA.....	38
FIGURE 2 FLUJOGRAMA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	51

RESUMEN

Este documento recoge los resultados obtenidos de la investigación realizada en TENDENCIAS GYG S.A.S donde se efectúa una propuesta de planeación financiera por un periodo de 4 años futuros.

Esta investigación, recoge elementos del entorno y la situación interna de la empresa con el fin de establecer parámetros que permitan orientar las estrategias de corto, mediano y largo plazo de la empresa y definir alternativas que mejoren su participación en el mercado.

El desarrollo de la investigación se encuentra enmarcado en dos niveles según su análisis: el macro entorno y las condiciones internas de la organización. Donde a través de esta planeación, se facilita la evaluación de la situación que afronta la empresa en sus áreas y componentes funcionales con relación al entorno, logrando establecer oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades para la operación presente y futura.

A partir de los datos suministrados por la empresa TENDENCIAS GYG S.A.S en este documento se presenta una planeación financiera para los años 2018, 2019, 2020 y 2021 con la finalidad de mostrarle a empresa la importancia de aplicar estas proyecciones de forma anual, logrando así conocer las posibles pérdidas y ganancias que se presentaran y de qué forma llegar a mitigar los riesgos, no solo por una mala decisión de compra y venta si no por factores externo que de una u otra forma están influyendo en el desarrollo de la operación.

PALABRAS CLAVE

Sublimación, publicidad, importación, planeación financiera, análisis.

Abstract

This document gathers the results obtained from the investigation to TENDENCIAS GYG S.A.S where a financial planning proposal for the next four year period would come into effect.

This investigation, gathers elements of the situation within the company with the intent to establish parameters that would allow orienting the short and long term strategies of the company and define alternatives that would benefit the company's market share .

The development of research is framed in two levels according to analysis; the macro environment and the internal conditions of the organization. Where through planning, it facilitates the evaluation of the situation at hand that the company faces in it's functional components , opportunities , threats , strengths and weaknesses for future and past operations.

With the gathering of the data provided by the company TENDENCIAS GYG S.A.S in this document a financial plan is shown for the years 2018,2019,2020,2021 with the sole purpose of showing the company the importance of applying the projections annually , achieving to recognize the possible gains and losses that will happen and how to reduce the risk , not only due to poor buying and selling decisions but also for external factors that one way or another influence the development of the operation.

KEY WORDS:

Sublimation, publicity, importing, financial planning, analysis

INTRODUCCIÓN

Este documento presenta los resultados de la propuesta de planeación financiera para la empresa TENDENCIAS GYG S.A.S. que se encuentra ubicada en el municipio de Mosquera, en el Departamento de Cundinamarca.

En términos generales la empresa TENDENCIAS GYG S.A.S. ha logrado a través de 9 años mantenerse dentro del mercado, sin embargo, para alcanzar el posicionamiento y crecimiento esperado a mediano y largo plazo en el mercado nacional, requiere orientar sus esfuerzos en un enfoque duradero, lo que con lleva una etapa de desarrollo en su planeación financiera. Lo anterior, teniendo en cuenta que TENDENCIAS GYG S.A.S busca convertirse en una empresa líder en importación y distribución de artículos promocionales, con una gestión eficiente y con proyecciones claras que le permitan fortalecer el trabajo en la entidad a corto, mediano y largo plazo.

Si bien en los últimos años de operación de TENDENCIAS GYG S.A.S, la empresa ha logrado posicionarse en la importación y distribución de artículos promocionales a nivel nacional, los retos y posibilidades de expansión a nivel internacional son importantes, si bien, ello pasa no solo por incrementar la producción si no por fortalecer las etapas de importación y distribución.

Por las razones antes mencionadas TENDENCIAS GYG S.A.S requiere un ejercicio de modelaje y simulación financiera que le permita orientar sus acciones futuras; si bien el diseño de este requiere una etapa previa de diagnóstico, que brinde una idea clara de la situación actual de TENDENCIAS GYG S.A.S, para responder a esta situación, se propone revisar sus procesos operaciones y encaminarlos a la mejora.

De acuerdo a lo anterior el desarrollo de este trabajo estará dado en cuatro capítulos; en el capítulo uno se enmarcan los objetivos a desarrollar dentro del proyecto, en el capítulo dos se dará una introducción al tema principal de la empresa a través de la elaboración del marco teórico y el estado del arte, en el capítulo tres se dará desarrollo a los objetivos propuesto en el capítulo uno y en el capítulo cuatro daremos las respectivas conclusiones y recomendaciones con base a los objetivos plateados inicialmente.

1. CAPITULO I. GENERALIDADES

1.1. CONTEXTO

TENDENCIAS GYG S.A.S se encuentra ubicada en el municipio de Mosquera, en el departamento de Cundinamarca Troncal Occidente 1-59 lote zipa 3 y cuenta con una sede en la ciudad de Bogotá en la Carrera 39 No. 25^a-11. La empresa TENDENCIAS GYG S.A.S tiene como actividad la importación y distribución de productos promocionales enfocados a la técnica publicitaria de sublimación. La empresa nació como proyecto de emprendimiento personal por parte de la actual gerencia quien visiono la actividad como una oportunidad de crecimiento y expansión en todo el territorio nacional creando así diferentes oportunidades de empleo.

Hoy en día esta empresa cuenta con 27 empleados los cuales se dedican al desarrollo de la actividad de la empresa en sus diferentes áreas; administrativa, comercial, despachos, ventas y bodega.

TENDENCIAS GYG SAS en el desarrollo de su actividad importa un 100% sus productos de Qingdao, China. Cuenta con una gran variedad de clientes tanto de persona natural como de personas jurídicas, destacando a Expresión Cristiana y Company como sus clientes principales.

Dentro de los productos que tiene la empresa los más representativos son: mug, caramañolas, cristales, piedras, camisetas, gorras, ponchos, marcos, termos y máquinas de sublimación.

Para los despachos nacionales se tiene establecido que se realicen desde la oficina de Mosquera, adicional aquellos pedidos realizados de forma presencial, telefónica y pagina web que se despachan desde Bogotá o Mosquera de acuerdo a conveniencia del cliente.

1.2. PROBLEMA Y JUSTIFICACIÓN

En Colombia las empresas dedicadas a la distribución y comercialización de productos publicitarios han venido creciendo a medida de la necesidad que ha surgido en el mercado, el factor publicidad hoy en día en la sociedad se ha convertido en un factor importante para la representación e identificación de cualquier evento, cabe anotar que no son demasiadas las empresas que se dedican a importar estos productos publicitarios ya que tiende ser una actividad riesgosa de tiempo y que requiere de suficiente dinero de inversión para lograr contar con stock suficiente de mercancía para la venta, es allí donde TENDENCIAS GYG SAS se destaca por ser una de las principales empresas dedicadas a esta actividad, pero la problemática que embarga esta investigación hace referencia a la debilidad que TENDENCIAS GYG SAS tiene en su planeación financiera debido a que es una empresa que se ha dedicado a pensar en el presente y en las necesidades del momento sin tener claro sus proyecciones a corto y largo plazo.

Son aproximadamente 9 años donde TENDENCIAS GYG SAS ha tenido un crecimiento sostenible y duradero, donde se han generado ganancias representativas a lo largo de su actividad, ganancias que han surgido a partir de los buenos negocios y de la clientela que día a día se ha mantenido, pero es allí donde TENDENCIAS GYG SAS ha vivido su presente de una forma simple; es decir sin unos correctos lineamientos financieros que permitan a través de proyecciones un enfoque futuro de su objetivo.

La falta de una propuesta de planeación financiera para TENDENCIAS GYG SAS ha ocasionado a dar prioridad a otros procesos de forma desenfrenada como él es la importación de la mercancía, ya que si existiera una planeación financiera clara por parte de la empresa los stocks de mercancía manejados sería más acordes al desarrollo de su actividad, sin incurrir en

la acumulación de mercancía por tiempos indefinidos ocasionando así la pérdida de dinero en el tiempo y teniendo que optar por salidas como promociones, precios bajos y obsequios para evitar la pérdida del dinero inicialmente invertido.

Todo lo anteriormente mencionado está enfocado hacia la falta de importancia de una planeación financiera definida, en marcada por la falta de tiempo de la alta dirección y la falta de un proceso riguroso de selección de personal ocasionando rotación constante en los empleados y evidenciando el bajo sentido de pertenencia hacia la empresa, ocasionando un crecimiento lento lo que genera que su visión este mas lejos de ser cumplida.

Por lo tanto, TENDENCIAS GYG SAS requiere de una propuesta de planeación financiera a corto y largo plazo a través de un modelo que les permita visionarse a un resultado más cuantitativo, permitiéndoles así tomar decisiones de inversión y crecimiento de una forma más ordenada.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Diseñar una propuesta de planeación financiera para la empresa TENDENCIAS GYG SAS.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar financieramente la empresa TENDENCIAS GYG SAS.
- Determinar las proyecciones para los próximos 4 años de la empresa TENDENCIAS GYG S.A.S.
- Plantear una propuesta de mejora con base en los hallazgos encontrados en históricos y proyecciones.

1.4. ALCANCE Y LIMITACIONES

Esta investigación requiere de tiempos extras a los académicos por tanto consideramos que está sería una limitación para el desarrollo de la actividad debido a que la gerencia tendría que disponer de tiempos extras como sábados y domingos para los aportes necesarios de la investigación.

El presupuesto estaría dentro de las limitaciones de este proyecto ya que tendríamos que realizar desplazamientos al municipio de Mosquera para la recolección de información.

TENDENCIAS GYG S.A.S nos aportó como información al desarrollo de esta investigación sus estados financieros, con sus respectivas notas a los estados financieros de los años 2014, 2015, 2016 y 2017, de esta información destacamos como limitación la reserva de la información recomendación dada por gerencia.

1.5. METODOLOGÍA

1.5.1. Tipo de investigación, cuantitativo

El desarrollo de este trabajo se llevará a cabo a través de un tipo de investigación cuantitativo ya que como lo afirma Sampieri (2010):

La investigación cuantitativa usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (p.4)

El propósito de este es presentar una propuesta de mejora a partir de la recolección de información por medio de visitas periódicas, reuniones con la alta gerencia, los empleados, reconocimiento de entorno y la validación de los diferentes documentos y libros contables de la compañía, obteniendo así un amplio conocimiento que nos permita identificar las necesidades de TENDENCIAS GYG SAS.

Esta propuesta se desarrolla en base a que TENDENCIAS GYG SAS es una empresa donde no se ha realizado una investigación a profundidad para evaluar sus procesos e identificar los cuellos de botella. La idea es comprender las necesidades de la alta gerencia y lograr proponer a través de un modelo la importancia de proyectar sus finanzas a un corto y largo plazo logrando visionar su negocio desde una proyección de flujos de efectivo.

1.5.2. Nivel de investigación, exploratoria

El nivel de investigación que se llevara a cabo en este trabajo es un exploratorio ya que como lo afirma Sampieri (2010).

Los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, generalmente determina tendencias, identifican áreas, ambientales contextos y situaciones de estudio, relaciones potenciales entre variables; o establecen el “tono” de investigaciones posteriores más elaboradas y rigurosas. (p.79-80)

Debemos identificar diferentes variables, utilizando bibliografías o herramientas que podamos relacionar con el tema, logrando identificar por qué no se ha llevado a acabo anteriormente en la compañía y con esto crear conciencia en la alta gerencia de uso y elaboración periódica de una planeación financiera que les permita evaluar y analizar los aspectos la empresa a un corto y largo plazo, estableciendo el nivel de prioridades en cada proceso y atención en los mismos.

1.5.3. Herramientas de investigación

Luego de identificar el tipo de investigación y el nivel, las herramientas que utilizaremos para llevar a cabo la investigación serán: encuestas dirigidas a los integrantes de la compañía para saber o identificar si ellos consideran que una planeación financiera y organizacional es de vital importancia para las empresas, además esto nos ayudara a identificar que tan importante es la organización para el grupo de colaboradores y que tan satisfechos se sienten de la labor que actualmente desempeñan, a través de la entrevista dirigida lograremos la recolección de documentos físicos que nos permitan conocer en detalle el funcionamiento administrativo y contable de la empresa, destacando que con esta información recolectada trabajaríamos a partir de información verídica para el desarrollo de la propuesta a plantear.

Finalmente, esta información la tomaremos y la plasmaremos en un modelo de modelación y simulación financiera para determinar una propuesta a corto y largo plazo para TENDENCIAS GYG SAS.

2. CAPITULO II. LA SUBLIMACION UNA ALTERNATIVA DE PUBLICIDAD

2.1. ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN

2.1.1. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD EN EL MUNDO

La publicidad a nivel mundial se ha visto identificada desde las épocas antes de Cristo expresadas en diferentes formas que han venido evolucionando a través del tiempo debido a la necesidad de interactuar con la comunidad de forma más directa y generalizada, fue así que, en 1453 por medio de invención de la imprenta, se permitió la difusión de los primeros mensajes publicitarios y así poder llegar a toda la comunidad, enmarcada en los siguientes hechos importantes:

- 1841 aparecen los primeros agentes de la publicidad
- 1917 se fundó la asociación americana de agencias de publicidad
- 1920 se creó la primera estación de radio en el mundo
- A principios de los años 20 se utilizó la publicidad para comercializar productos no esenciales para el consumo
- 1938 se declara ilegal la publicidad engañosa
- 1941 se transmite por canal de televisión el primer comercial publicitario
- 1997 se pone en marcha el primer anuncio en dispositivos móviles a través de mensajes de texto
- En 2002 es comprada la campaña publicitaria más grande del mundo por parte de Pepsi
- A inicios del siglo XXI se implementó la publicidad online, esto por medio de redes sociales y canales como YouTube, Twitter, Facebook y finalmente la red social Instagram, esta última destacándose como la herramienta más vista y reconocida,

logrando al 2016 un ingreso de 1.500 millones de dólares solo en publicidad. (Mejía Llano, 2018)

2.1.2. PUBLICIDAD EN COLOMBIA

“Día a día, como consumidores somos abordados más 3.000 veces por todo tipo de anuncios publicitarios, de los cuales solo quedan en nuestra cabeza alrededor del 12%. La creatividad para lograr esto es determinante, en conjunto con la utilización de medios tecnológicos.” (Avila Forero, 2018)

De acuerdo a lo anterior la publicidad está inmersa en nuestro diario vivir, pero solo aquella que es llamativa en; colores, escritura, repeticiones, tamaños e inclusive grado de importancia o necesidad, es la que genera en nosotros mayor recordación, lo que hace que las empresas dedicadas a esta actividad se esfuercen diariamente por implementar nuevas tendencias para atraer la atención del público.

“La creación publicitaria de Colombia crece anualmente, en promedio, un 8,9% según el Dane. Un dinamismo tan sostenido tiene sus repercusiones en la economía colombiana gracias a que estimula el crecimiento del consumo, acelera la difusión de la innovación, promueve la competencia y, de forma inherente, impulsa el crecimiento del PIB” (Avila Forero, 2018)

La publicidad es un factor que influye en la economía del país como lo afirma Raul Avila Forero en su artículo “así se mueve la publicidad en el Colombia” en la revista Dinero

“Durante 2017, la inversión total en medios digitales fue de más \$600.000 millones a nivel nacional, y logró una participación del 22% dentro de los medios publicitarios solicitados, ocupando el segundo lugar después de la televisión nacional. Respecto a sectores, los más dominantes fueron servicios con un 13,3%, comercio con el 10% y el automotriz con un 8,2%

en participación. Y si aumentamos la perspectiva, el sector publicitario llega a participar con casi el 0,4% del PIB en la economía nacional, llegando a invertir al año más de \$4,5 billones.” (Avila Forero, 2018)

Lo anterior nos demuestra que, a pesar de presentar un bajo porcentaje en el PIB, se evidencia que hay nuevos competidores en este mercado, impulsado a que se realice un trabajo de publicidad cada día mayor y con esto incrementar las oportunidades de que los productos de las empresas se extiendan, generando reconocimiento y credibilidad del negocio y sus productos. Es importante destacar que la publicidad se basa en la originalidad y en atraer la atención primero, pero esto se logra solo con un trabajo duro donde se enfoque en estudiar los sentimientos, deseos y necesidades de las personas, como enuncia Raul Avila en su artículo “así se mueve la publicidad en Colombia” (Avila Forero, 2018)

“No resulta extraño, entonces, que la creatividad de los colombianos esté generando sus frutos en el sector publicitario. Empresas como Avianca, Alquería o Bancolombia han optado también por ser una de las marcas figura de las redes sociales. En sí, son una infinidad de medios que actualmente tienen las empresas para difundir nuevos estándares de consumo para cambiar nuestra percepción como consumidores. Lo importante es trabajar en la asertividad publicitario no siempre se tiene certeza de ventas con tener expectativas a futuro y un mayor nivel de inversión en publicidad.” (Avila Forero, 2018)

2.1.3. IMPORTACION EN COLOMBIA

La importación en Colombia cuenta con características especiales establecidas por el Ministerio de comercio Industria y Turismo que en marca el proceso descrito a continuación:

- **Ubicación de la subpartida arancelaria:** Para localizar la subpartida arancelaria de su producto tiene dos opciones: 1) A través del arancel de aduanas y/o 2) Con la ayuda informal que le brinda el Centro de Información.
- **Registro de importador:** Para importar en Colombia se debe pertenecer al Régimen Común, para ello debe estar inscrito en Cámara de Comercio y tener Registro Único Tributario-RUT, el cual se constituye como el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, DIAN. Para adelantar actividades de importación, se debe tramitar el registro especificando esta actividad (casilla 54 y 55). En Bogotá en la Calle 75 # 15-43 (Personas Naturales) o en la Carrera 6 # 15-32 (Personas Jurídicas) o en los SuperCADES.
- **Estudio de mercado:** Realice un estudio de mercado y de factibilidad económica de la importación, analizando entre otros aspectos: precio del producto en el mercado internacional, costos de transporte internacional, costos de nacionalización y demás gastos a que hubiere lugar.
- **Identificación del producto:** Verifique la subpartida arancelaria del producto a importar para saber los impuestos a pagar (gravamen arancelario e impuesto sobre las ventas, IVA) y demás requisitos para su importación. Consulte el Arancel de Aduanas para verificar si el producto a importar está sujeto a vistos buenos e inscripciones previas ante entidades como ICA, INVIMA, Ministerio de Minas, Ministerio de Ambiente-ANLA, Ministerio de Transporte, Ministerio de Agricultura, Superintendencia de Vigilancia y Seguridad Privada, Superintendencia de Industria y Comercio, Agencia Nacional Minera, AUNAP entre otras. En caso de

que su producto no esté sujeto a ningún requisito previo no se requiere la autorización de registro de importación.

- **Trámite ante ministerio de comercio, industria y turismo:** En caso de requerirse Registro de Importación.

Este procedimiento se hace únicamente por medio electrónico a través de la web:

www.vuce.gov.co

- Para Importación de bienes cuyo valor sea Mayor o igual a USD30.000:

- a) Se debe adquirir Certificado o Firma Digital ante www.certicamara.com y/o www.gse.com.co, luego entrar a www.vuce.gov.co por el link: Registro de Usuarios y hacer el registro para obtener: Usuario y Contraseña.
- b) Ingresar a www.vuce.gov.co por el link: Ayuda / Importaciones y allí descargar los programas y manuales de uso.
- c) Diligenciar el Registro de Importación en línea en www.vuce.gov.co, ingresando por el módulo de Importaciones, una vez elaborado se debe realizar el correspondiente pago vía electrónica. El valor del Registro de Importación por cada 1800 caracteres es de \$30.000.

- Para Importación de bienes cuyo valor sea Menor de USD30.000:

- a) Inscripción en el Grupo VUCE, Calle 28 No. 13 A 15, Piso 16, en Bogotá de 8:00 AM a 5:00 PM, previa solicitud de cita al correo electrónico: importacionesmenores@mincit.gov.co, con RUT.
- b) El Grupo VUCE le asigna un usuario y una contraseña.

- c) Elaboración del registro de importación a través del Sistema VUCE, en www.vuce.gov.co
- d) Pago del Registro de Importación electrónica.

Nota: El Importador que utilice Agencia de Aduanas o Apoderado Especial para diligenciar el Registro de Importación, deberá darle un poder firmado y enviárselo a esta empresa o persona para que lo registre en VUCE y el sistema lo habilite, para hacer los registros de importación.

Para aquellas empresas o personas que tengan firma digital y quieran llevar base de datos de los registros realizados, pueden adquirir el Aplicativo VUCE en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que facilitará la transferencia de datos, por un valor de tres SMLMV.

- **Procedimiento cambiario en las importaciones:** El Régimen Cambiario establece la obligación de canalizar el pago a través de los intermediarios del mercado cambiario autorizados por la ley (bancos comerciales, corporaciones financieras, etc.). El importador debe girar al exterior las divisas correspondientes al pago de la importación, previo el diligenciamiento del formulario DECLARACIÓN DE CAMBIO No.1
- **Otros tramites:** Verifique los términos de negociación internacional (INCOTERMS) y si le corresponde pagar el valor del transporte internacional, contrate la empresa transportadora con la que se definirán dichos costos para el traslado de la mercancía hasta el puerto colombiano que más convenga y a la cual se

podrá dar indicación sobre el Depósito de Aduanas, en el que se desea que se almacene la mercancía mientras se nacionaliza.

➤ **Proceso de nacionalización:**

- Una vez se encuentre la mercancía en Colombia en el Depósito Aduanero, se recomienda solicitar autorización para realizar una pre-inspección con anterioridad a la presentación de la Declaración de Importación y demás documentos, esto cuando surjan dudas acerca de la descripción, números de serie, identificación o cantidad.
- Si el valor de la Importación es igual o superior a USD5.000, se debe diligenciar la DECLARACIÓN ANDINA DEL VALOR EN ADUANA. Este es un documento soporte de la Declaración de Importación, el cual determina el valor en Aduanas (Base para el pago de los Tributos Aduaneros) de las mercancías objeto de Importación y especifica los gastos causados en dicha operación.
- La liquidación de tributos Aduaneros (Gravamen Arancelario e IVA), se hace a través de la DECLARACIÓN DE IMPORTACIÓN, el pago de estos impuestos se realiza ante los intermediarios financieros, en las aduanas en donde opera el Sistema Informático Siglo XXI, los formularios se hacen por medio electrónico.
- Según el Estatuto Aduanero (Decreto 2685/99) podrán actuar directamente ante la DIAN:
 - Las personas Jurídicas que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes actuarán de manera personal y directa a través de su representante legal o apoderado.

- Las personas naturales que realicen importaciones que individualmente no superen el valor FOB de mil dólares americanos (USD1.000), quienes deberán actuar de manera personal y directa.
- Los viajeros en los despachos de sus equipajes.

NOTA: Cuando se trate de importaciones cuyos montos sean superiores a mil dólares americanos (USD1.000), se debe contratar los servicios de una Agencia de Aduanas, para que realice este proceso.

- Para el levante o retiro de la mercancía, una vez cancelados los impuestos de importación, debe dirigirse al Depósito Habilitado de Aduanas donde se encuentre la mercancía y presentar los siguientes documentos, los cuales serán revisados por un funcionario de la aduana respectiva y que deberán conservarse por un término de cinco años como mínimo:
 - Factura comercial
 - Registro o Licencia de importación, si se requiere
 - Declaración de importación
 - Declaración Andina del valor en Aduana, si se requiere
 - Lista de empaque
 - Certificado de origen (según el producto y el origen)
 - Documento de transporte (guía aérea-conocimiento de embarque)
 - Otros certificados o vistos buenos, si se requiere
- El sistema informático aduanero determina si podrá efectuarse levante automático o si se requiere inspección física de la mercancía. En el primer caso,

podrá retirar la mercancía una vez sea autorizado por el Depósito o Funcionario Aduanero, en el segundo caso el inspector de la DIAN verificará la concordancia de lo declarado en los documentos con la mercancía para la cual se solicita autorización de levante.

2.1.4. IMPORTACIÓN DE MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL

Se consideran muestras sin valor comercial aquellas mercancías declaradas como tales y estén amparadas en una factura proforma o comercial.

Para la importación de estas mercancías no se requiere registro o licencia de importación, salvo que por su estado o naturaleza requieran el cumplimiento de vistos buenos o requisitos que conlleven a la obtención de licencias o registros de importación. En todo caso estos bienes están sujetos al pago de Tributos Aduaneros de acuerdo al estipulado en la subpartida arancelaria correspondiente. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Cabe resaltar que los únicos lugares donde es permitido el arribo de mercancía en las ciudades principales del país; Barranquilla, Bucaramanga, Buenaventura, Cali, Cartagena, Cúcuta, Ipiales, Leticia, Medellín, San Andrés, Santa Marta y Bogotá.

2.1.5. NORMATIVA DE LA IMPORTACION EN COLOMBIA

Según establecido por el banco de la republica las importaciones en Colombia se rigen a partir de la siguiente normativa:

La señala el Decreto 4048 de 2008 en su artículo 27°, numeral 2°, que establece las funciones generales de control a las Operaciones de Comercio Exterior que corresponde ejercer a la

Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – DIAN, dentro de las cuales se encuentra la función de “Orientar” a fin de garantizar la correcta aplicación de los Regímenes Aduaneros y el control orientado al cumplimiento de las normas aduaneras y el recaudo de tributos.

En materia aduanera, Colombia se rige actualmente por el Decreto Ley 2685 de 1999 con sus modificaciones y adiciones, así como la Resolución Reglamentaria 4240 de 2000, también con sus modificaciones y adiciones.

Nuestro Estatuto Aduanero fundamenta su articulado en el numeral 25 del artículo 189 de la Constitución Política, con sujeción a los artículos 3o. de la Ley 6a. de 1971 y 2o. de la Ley 7a. de 1991. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

2.1.6. REGLAMENTO TECNICO PARA USO DE PRODUCTOS CERAMICOS

Para el uso y comercialización de los productos de cerámica se hace necesario la revisión periódica y preventiva de estos, con la finalidad de controlar y mitigar riesgos salud pública. A partir de lo anteriormente descrito el Ministerio de protección social y Ministerio de comercio industria y turismo destina la siguiente resolución:

RESOLUCIÓN NÚMERO 1900 (21 JULIO 2008)

Diario Oficial No. 47058 del 22 de Julio de 2008.

Por la cual se expide el reglamento técnico para utensilios de vidrio y vitrocerámica en contacto con alimentos, utensilios de cerámica empleados en la cocción en contacto con los alimentos y, vajillería cerámica de uso institucional, que se fabriquen o importen para su comercialización en Colombia, y se deroga la Resolución 0408 del 7 de marzo de 2005. (Superintendencia de Industria y Comercio , 2008)

El ministerio de protección social y ministerio de comercio industria y turismo tiene como propósito lo siguiente:

- (i) Determinar límites permisibles de liberación de Plomo y Cadmio en tales productos, como medio de protección de las personas contra riesgos que atenten contra su salud
- (ii) Determinar los requisitos y ensayos que los productos sujetos a este Reglamento Técnico deben cumplir
- (iii) Especificar el procedimiento de evaluación de la conformidad que facilite la comercialización de los productos sujetos al Reglamento Técnico
- (iv) Establecer condiciones especiales para productos facturados, despachados y en inventario, antes de la fecha de entrada en vigencia del presente Reglamento Técnico
- (v) Identificar las actividades de control y vigilancia.

(Superintendencia de Industria y Comercio , 2008)

2.1.7. TECNICAS DE PUBLICIDAD A BASE DE CALOR:

De acuerdo a la información de los capítulos anteriores, donde se muestra la trayectoria de la publicidad, resaltaremos en este caso las técnicas de publicidad a base de calor:

2.1.7.1. Técnica transfer:

El papel transfer sirve para el estampado en prendas de todos los colores, se utiliza habitualmente en prendas de algodón con o sin base poliéster.

Se divide en 2 tipos:

Los de prendas claras: Son papeles que poseen adhesivo y capa de silicona, se deben imprimir en formato espejado para la transferencia.

Los de prendas oscuras: Son papeles que a diferencia de los anteriores poseen un base completamente blanco, esto es para sustituir el color blanco de la imagen. Tienen adhesivo y un vinílico de color blanco siliconado. No se imprimen en espejos las hojas de 1 solo procedimiento. (Guía de impresión, 2016)

2.1.7.2. Técnica vinilo:

El vinilo de corte es una de las técnicas de impresión más utilizadas cuando se busca ropa deportiva impresa, sobre todo en camisetas técnicas personalizadas.

el diseño es mapeado y creado por ordenador. Una vez creado el diseño, se imprime y luego se corta antes de pasarlo a la camiseta y otros tipos de prendas.

El vinilo de corte es de hecho el propio material utilizado para imprimir sobre la tela – el material que es cortado con el plotter de corte mediante la ayuda del ordenador.

El plotter utiliza un material único de vinilo el cual es cortado con precisión y luego impreso sobre la prenda usando presión de calor. Se pueden utilizar diferentes vinilos de colores y diferentes texturas que pueden ser utilizadas para personalizar camisetas y otros tipos de ropa promocional. (Tinta, 2017)

2.1.7.3. Técnica serigrafía:

Se trata de una de las técnicas de estampación más importantes.

La serigrafía, también denominada impresión de pantalla, es un sistema de impresión milenaria, se inició 3000 años a.C. Aprox.

La impresión por serigrafía se compone de tres elementos: la pantalla (lleva la imagen), la rasqueta y la tinta.

El procedimiento se basa en transferir una tinta a través de una malla o pantalla tensada en un marco. El paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen con una emulsión o barniz.

El sistema de impresión es repetitivo, es decir, que una vez que el primer modelo se ha conseguido, la impresión se puede repetir cientos de veces sin perder definición.

Las impresiones serigráficas se diferencian porque el color tiene cierto relieve y los contornos de las imágenes de trazado, como textos, si los aumentamos, aparecerán con dientes de sierra.

Una de las ventajas del marcaje por serigrafía en los artículos promocionales es que, con las nuevas prensas automáticas, se pueden producir grandes cantidades de productos rápidamente.

Una particularidad que hay que destacar de la serigrafía es que, a los materiales de los regalos publicitarios, por ejemplo, se les puede aplicar tintas más espesas de lo que es posible con otros sistemas de impresión. Esta característica posibilita efectos muy interesantes, que no son posible de obtener con otros métodos de marcaje.

La serigrafía además de ser una técnica de impresión rápida y económica, también ofrece altos niveles de color y solidez a la luz. Ningún otro proceso de marcaje posibilita la creación de tantos efectos de color en casi todos los materiales. (Margom, 2016)

2.1.7.4. Técnica de sublimación:

La impresión por sublimación fue descubierta en 1957 por Noël de Plasse, quien trabajó para la compañía francesa Lainière de Roubaix. El señor De Plasse observó que la tinta tenía la propiedad de pasar de estado sólido a gaseoso al ser sometida a una temperatura por encima de 370° F (190° C).

A ese cambio se le denominó Sublimación y es la base de la impresión por transferencia, también conocida como impresión en seco.

La tecnología de la sublimación se popularizó a finales de la década de los 60 y principios de los 70, al comienzo de los ordenadores modernos, cuando las impresoras matriciales eran la tecnología dominante.

Estas impresoras utilizaban unas cintas especiales impregnadas con partículas que creaban transferencias en blanco y negro.

El primer sistema de sublimación computarizado se desarrolló a mediados de los 70 por Wes Hoekstra como una aplicación para su trabajo sobre el procesamiento de imágenes en el Laboratorio de Propulsión a Chorro en Pasadena, California.

El señor Hoekstra ha sido reconocido como el “padre” de la industria de la sublimación de imágenes computarizada y gracias a su trabajo se desarrolló la sublimación electrostática a principio de los 80.

En un principio, debido a lo costoso del equipamiento, para que la impresión electrostática resultase rentable debía imprimirse en un gran volumen de material.

Sin embargo, cuando se extendió el uso de esta técnica de impresión se volvió más asequible. Como resultado, aparecieron en el mercado los cartuchos de tinta de sublimación para impresoras láser y fotocopiadoras.

Aun así, estas impresoras estaban limitadas a la transferencia de un único color o pocos colores. Posteriores innovaciones en fotocopiadoras a color e impresoras láser trajeron consigo la creación de transferencias a todo color utilizando la tecnología electrostática.

Con la introducción de la impresora de inyección de tinta en los 90, se desarrolló la tinta de sublimación para que funcionase con numerosas impresoras estándar de escritorio, lo cual abrió las puertas para que cualquiera creara transferencias por sublimación sin tener que invertir en costoso equipamiento. Hoy en día, con una impresora económica, un ordenador y una prensa térmica cualquiera puede realizar de manera sencilla transferencias a todo color, lo cual ha resultado en la rápida transformación de las técnicas de impresión análogas a las digitales, así como de la producción en gran escala a la personalización y creación a medida en gran escala. (Kako, 2017).

La sublimación permite transferir imágenes y diseños a gran variedad de objetos como jarras, platos, cajas, planchas, alfombrillas, productos textiles, bolsos, puzles, etc. Estos

objetos tienen que estar recubiertos de un barniz de poliéster o si son tejidos han de contener un mínimo de un 75% de poliéster (no es posible sublimar sobre algodón).

¿Cómo se realiza?

El proceso básicamente es sencillo, con la impresora cargada con las tintas de sublimación hay que imprimir el diseño en el papel transfer. La impresión se tendrá que hacer al revés (en espejo) ya que para la transferencia se gira el papel. Una vez impreso el papel transfer, tarda muy poco en secar.

Hay que colocar el objeto a marcar en la base de la plancha y el papel impreso tocando la zona a marcar con la imagen en contacto con el objeto. Hay que cerrar la plancha para aplicar presión y temperatura al papel y al objeto. Depende del tipo de objeto el tiempo de planchado será diferente y la temperatura a planchar (normalmente ronda los 200^a C).

Una vez planchado, se retira el papel y el objeto de la plancha, con cuidado ya que puede estar muy caliente. Quedará una imagen con colores vivos y de alta definición. (Grafica, 2017).

2.2. ASPECTOS IMPORTANTES DE LA PUBLICIDAD

2.2.1. LA IMPORTACION EN COLOMBIA EN LA ACTUALIDAD

Según el más reciente reporte del Dane, Estados Unidos es el país al que más compras externas hacemos. A julio pasado, Colombia había comprado 6,6 millones de dólares. Los productos que más importamos de ese país son los combustibles y aceites refinados, productos químicos orgánicos, plásticos, aparatos electrónicos y automóviles.

Otro gran proveedor es China. Entre enero y julio, Colombia compró 4,6 millones de dólares en productos de ese país. Los aparatos electrónicos, los vehículos (motos y carros), los productos de fundición como hierro y acero, y juguetes y elementos para el hogar, son los más solicitados de allí. (Revista Portafolio, 2016)

El crecimiento más importante de las importaciones en octubre de 2017 se presentó en las compras originarias de China, que registraron US\$798,4 millones CIF con una variación de 10,6% principalmente por el aumento en las importaciones de teléfonos celulares con 39,1%. (Revista Dinero, 2017)

En enero de 2018 las importaciones totales de Colombia registraron un crecimiento anual de 10,4%, según lo dio a conocer este martes el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane).

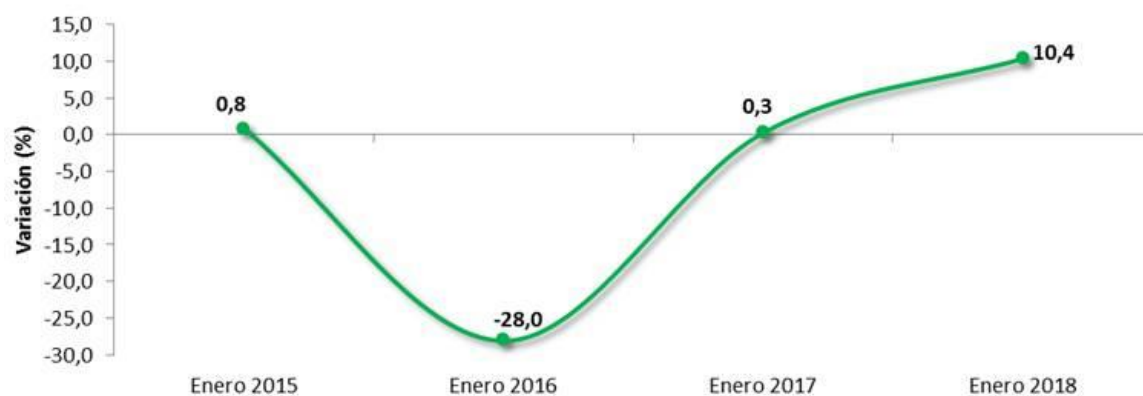


Figure 1 Crecimiento anual de importaciones en Colombia

Fuente. (DANE, 2018)

El aumento se debió a que se hicieron más compras externas de gasolina para motores y otros aceites ligeros, lo que llevó a este rubro a crecer un 23,7%, mientras que, en enero del año pasado, las importaciones de este grupo fueron de US\$288,3 millones CIF, cayendo un 20,8%.

El segundo grupo que empujó las compras externas en enero fue el de manufacturas que registró un alza de 10,3%. Sobre todo, por las mayores compras de maquinaria, aparatos y artefactos eléctricos; productos químicos orgánicos; hierro y acero; y aparatos y equipo para telecomunicaciones.

Por otro lado, en el primer mes del año, las compras externas realizadas por Colombia, originarias de Estados Unidos, tuvieron una participación del 25,5% del total de las importaciones. Le siguen en su orden las compras externas desde China, México, Brasil, Alemania, Japón e India.

En el periodo febrero 2017-enero 2018 las compras externas del país llegaron a US\$46.441,5 millones CIF, lo que representó un incremento de 3,4%. Mientras que en el mismo periodo del año anterior el indicador llegó a US\$44.899,9 millones CIF bajando 14,8%. (Revista Dinero, 2018)

Las importaciones del grupo de manufacturas aumentaron 8,5% en junio de 2018, al pasar de US\$2.987,1 millones CIF en junio de 2017 a US\$3.241,0 millones CIF en el mismo mes de 2018; las principales contribuciones a este resultado las realizaron las mayores compras de hierro y acero (30,3%), vehículos de carretera (15,0%) y aparatos y equipo para telecomunicaciones y para grabación y reproducción de sonido (15,6%), que en conjunto contribuyeron 4,5 puntos porcentuales a la variación de la agrupación. El aumento en las compras externas de hierro y acero se explicó principalmente por China y Turquía que

contribuyeron 29,3 puntos porcentuales. El crecimiento en las compras externas de vehículos de carretera se explicó principalmente por Estados Unidos y Eslovaquia que contribuyeron conjuntamente con 6,3 puntos porcentuales. El incremento en las importaciones de aparatos y equipo para telecomunicaciones y para grabación y reproducción de sonido se explicó principalmente por el aumento de las importaciones desde China que contribuyó con 13,9 puntos porcentuales. (DANE, 2018)

2.2.2. EVENTOS DE IMPORTANCIA EN LA PUBLICIDAD

2.2.2.1. FERIA ANDIGRAFIA

Este gran certamen líder a nivel latinoamericano, será el punto de encuentro y centro de negocios de la industria gráfica, presentando las últimas tendencias en maquinaria y equipos, insumos, flexografía, soluciones integrales de investigación y comunicación, animación digital, diseño, publicidad e impresión.

Andigráfica 2019 abre sus puertas con esquemas y procesos que cambian la manera tradicional de ver la industria gráfica, con integración de cada uno de los miembros que hacen parte de este gran negocio; permitirá también acercar los nuevos desarrollos tecnológicos que fortalecen los servicios de impresión por demanda, impresión 3D, impresión electrónica, realidad aumentada, entre otras, llevando a los asistentes a explorar nuevos modelos de negocios empleando las herramientas tecnológicas vigentes.

Oferta de valor

Con más de 150 expositores y 15.000 visitantes profesionales de la cadena productiva y demás industrias, en Andigráfica el visitante y expositor podrá celebrar negocios, intercambiar

conocimiento, establecer contactos, presentar tendencias y fortalecer aquellos aspectos que la innovación trae para diferenciar los procesos, los productos y los servicios en la industria. (Andrigrafia, 2018).

2.2.2.2. COLOMBIATEX

Colombiatex de las Américas es la muestra comercial de textiles, soluciones especializadas, insumos, químicos y maquinaria, líder en América Latina. Posicionada como el centro de negocios textiles más importante de la región, la Feria cuenta con una amplia oferta que la hace imperdible para abastecer la cadena de producción para el primer semestre del año. Colombiatex está compuesta por tres grandes ejes:

2.2.2.2.1. Negocios

Unimos la oferta y la demanda de la industria textil a partir de una calificada muestra comercial.

2.2.2.2.2. Moda

Visibilizamos a los productores a partir de diversos formatos de moda que resaltan los beneficios de los insumos en el producto terminado.

2.2.2.2.3. Conocimiento

Actualizamos a todos los apasionados en la industria textil a partir de conferencias y talleres gratuitos.

Colombiatex une a miles de compradores de alrededor de 60 países del mundo con una muestra comercial calificada, lo que la ha convertido en la Feria más importante del sector textil-confección de la región, contando además con el sello UFI, que la certifica como una feria internacional de altísima calidad; año tras año actualizando a los empresarios sobre las

novedades y visiones prospectivas del sector, posicionándose no solamente como un centro de negocios, sino también de actualización y relacionamiento. (Inexmoda, 2018)

2.2.3. LA IMPORTANCIA DE EPSON EN LA PUBLICIDAD

A partir de la investigación en la técnica de sublimación encontramos que EPSON es la empresa con mayor participación en el desarrollo del proceso de sublimación esto debido a que se han adaptado a través del tiempo a la modificación de su tinta tradicional a una tinta especial para que este proceso sea más duradero y fácil de ejecutar, de acuerdo a esto mostraremos algunos avances:

- Epson lanza la serie de impresoras de sublimación de tinta y gran formato SureColor SC-F

Epson entra por primera vez en el mercado de la impresión por sublimación de tinta con el anuncio de dos impresoras de sublimación de tinta y alimentación por rollos: la SureColor SC-F6000 de 44 pulgadas y la SureColor SC-F7000 de 64 pulgadas. Ofreciendo unos resultados de alta calidad hasta a 720 x 1440 ppp en los principales papeles de transferencia, las nuevas impresoras no son sólo los primeros modelos de impresoras de sublimación de tinta de Epson, sino también los primeros de este sector en los que cada componente, desde la tinta y el cabezal de impresión, hasta el chasis de la impresora y los accesorios opcionales, están todos diseñados y fabricados por una única empresa. Esto garantiza que se optimizan la calidad, el rendimiento y la fiabilidad para obtener los máximos beneficios y tiempo de actividad productiva, y un coste total de propiedad bajo. (Epson, 2012)

- Epson anuncia su primer papel de transferencia por sublimación de tinta

Epson anuncia el lanzamiento del papel de transferencia DS Transfer Production, su primer material para sublimación de tinta. Este papel de transferencia, optimizado para su uso con la gama de impresoras de inyección de tinta Epson SureColor SC-F y las tintas UltraChrome DS, es exclusivo de Epson y se ha desarrollado específicamente para la producción en grandes volúmenes de tejidos para aplicaciones de moda y cartelería flexible.

El papel de transferencia DS Transfer Production es ligero (75 g/m²), se ha diseñado para un secado rápido y no se deforma mientras está húmedo. Su elevada capacidad de transferencia a sustratos textiles, incluso cuando la carga de tinta es elevada, optimiza los consumos y produce imágenes nítidas, colores intensos y resultados de alta calidad de forma uniforme. La excelente estabilidad dimensional del papel de transferencia DS Transfer Production durante los procesos de impresión y transferencia, facilita su manejo y reduce las mermas de papel, tinta y tejido, al tiempo que optimiza la producción. (Epson, 2014)

- Epson aumenta su capacidad de imprimir sobre cualquier superficie con nuevos modelos de sublimación.

Epson presenta dos nuevas impresoras de sublimación de tinta que permiten la producción fiable y rentable de artículos promocionales y materiales textiles con una calidad superior. Los modelos SureColor SC-F7200 y SC-F6200, que forman parte de un pack completo de impresión, cuentan con una garantía y un servicio de asistencia que permite a los productores textiles, los estudios fotográficos y las empresas de productos promocionales beneficiarse con total

tranquilidad de los productos de alta calidad que genera Epson. (Interempresas, 2015).

- Epson crea una impresora textil de sublimación para gran volumen de producción

Epson anuncia la nueva impresora textil de sublimación con tinta pigmentada SureColor SC-F9300, diseñada para una impresión rápida de grandes volúmenes de producción de prendas, materiales textiles y cartelería ligera, así como otros productos impresos. Este nuevo buque insignia sustituye al modelo SC-F9200 gracias a una evolución en la reconocida tecnología de impresión de Epson que ahora proporciona una calidad y fiabilidad aún mayores.

La nueva tecnología para sublimación Precision Dot de Epson, con módulo de halftone, tablas de consulta y tecnología micro-weave, pone de manifiesto la diferencia en calidad de impresión y proporciona excelentes resultados desde que se empieza a trabajar con ella. Además, el amplio perfil de entrada CMYK de Epson junto con las tintas UltraChrome DS garantizan la máxima gama cromática posible para conseguir una reproducción precisa incluso en los diseños más complejos. (Revista byte, 2017)

- Epson lanzó su impresora SureColor F9370 de gran formato para el sector textil
- Epson, marca líder en impresión e imagen digital, presentó a nivel mundial su última impresora para la industria textil de gran formato, la SureColor® F9370 de 64 pulgadas (1.62 m). Diseñada para una impresión de transferencia por sublimación de tinta de alta velocidad, económica y de mediano a gran

volumen, brinda la posibilidad de producir a nivel industrial con velocidades de hasta 93 m² por hora¹, en modo Moda.

Esta solución integral brinda nuevas oportunidades y posibilidades de innovación al creciente mercado latinoamericano. En este sentido, Monika Dees, Sr. Product Manager, Commercial & Industrial Printers de Epson, señaló: “La industria de sublimación está creciendo a pasos agigantados y Epson se mantiene a la vanguardia de las necesidades de producción de sus clientes. (Comunidad textil, 2018)

2.2.4. EMPRESAS LIDERES EN SUBLIMACION EN COLOMBIA

Dentro del mundo de la publicidad en Colombia se resaltan algunas empresas de sublimación dedicadas a la producción comercialización y distribución en pequeña y grande escala. Dentro de estas empresas encontramos:

2.2.4.1. Digitransfer

Somos una empresa integral que proporciona soluciones Industriales, técnicas y tecnológicas a nuestros clientes. Comercializamos todo en maquinaria para estampación, diseñamos páginas web y soluciones de marketing online, estampamos en sublimación artículos publicitarios.

- **ASESORIA Y VENTA:** Sublimadoras, Termofijadoras, Estampadoras de gorras, Sublimadoras de pocillos, Estampadoras 8en1, Tintas de Sublimación, todo en insumos

- **SERVICIO TECNICO Y REPUESTOS:** Reparación técnica de Sublimadoras, Termofijadoras, Maquinas Estampadoras, repuestos para todas las marcas y referencias, adaptaciones.
- **DISEÑO WEB Y POSICIONAMIENTO:** Diseñamos páginas web desarrolladas en HTML 5 y CS3, utilizamos herramientas de posicionamiento Sem y Seo desarrollamos sitios autoadministrables con administradores de contenidos como Joomla y Wordpress.
- **HOSTING Y DOMINIOS:** Almacenamiento de páginas web o aplicaciones, servicio personalizado, hosting profesional; Dominios según su propia necesidad y/o terminación.com.co, etc. Bases de Datos y Seguridad.
(DigiTransfer, 2015)

2.2.4.2. Politransfer industria serigráfica

Somos una empresa con un amplio conocimiento y trayectoria en el sector de las artes gráficas textiles.

Conscientes de la dinámica del mercado en los últimos años y de las necesidades futuras, nos hemos especializado en el segmento de sublimación e impresión digital textil.

Desarrollamos y realizamos estampados sobre tela por sublimación digital.

- **Sublimado digital por metro:** Brindamos un servicio de impresión y calandrado de alta calidad.
- **Estampado por prenda:** Realizamos estampado por prenda mediante sublimación en plancha.

- Corte láser: Prestamos el servicio de corte láser solo en telas por unidad y al por mayor.
- Marquillas y etiquetas personalizadas: Desarrollamos tus ideas en marquillas personalizadas en nailon y cartón
- Servicio de diseño: Disponemos de profesionales dedicados a solucionar todo lo relacionado con el estampado. (Politransfer, 2018)

2.2.4.3. T-shirt lab duracolor

En 1992, con la aparición de la primera copiadora digital Canon 100, se inició la industria del estampado digital. Esta permitió la posibilidad de imprimir en minutos, todo tipo de productos, con colores brillantes y en pequeñas cantidades. Reconociendo el gran potencial que tenía esta industria T-Shirt Lab abre su primera tienda. Sin embargo, cuando la prenda se lavaba, el estampado perdía gradualmente los colores. Esto limitaba las posibles aplicaciones de este tipo de estampado. Consciente de esto, T-Shirt Lab se dio a la tarea de desarrollar un estampado digital que resistiese el lavado. El resultado es "Duracolor" una marca que abre las posibilidades de la estampación digital, al garantizar el lavado del producto. Todas las líneas de producto: Duracolor Pro, DuraMax, DuraPlot y DuraJet, recogen esta misma filosofía: estampados con colores vibrantes, en tan solo minutos y con duración de por vida.

Servicios: Estampadoras, impresoras y plotters de corte, botoneras, accesorios de estampación, repuestos y productos de publicidad. (T-Shirt Lab, 2018)

2.2.4.4. Sublimex international

Somos una empresa líder en importación y distribución de maquinaria e insumos para la sublimación, impresión y estampación.

Servicios: Maquinas para sublimación, insumos y suministros y repuestos. (Sublimex Comercializadora Internacional, 2018)

2.2.4.5. Tendencias GYG

Nació en el año 2007, obedeciendo al deseo de satisfacer las necesidades de los clientes que buscaban una alternativa diferente en impresión de material publicitario, de manera ágil, con buena calidad y a un bajo costo. Nuestra filosofía empresarial es la esmerada atención y la satisfacción de nuestros clientes externos e internos y proveedores, mediante la prestación de un servicio respetuoso, dinámico, oportuno, con atención en la preventa, venta y postventa.

Servicios: importación de maquinaria para sublimación, insumos de suministros y repuesto de máquinas, productos para el proceso de sublimación. (TENDENCIAS GYG SAS, 2007)

TENDENCIAS GYG SAS se ha destacado como empresa líder en este mercado debido a sus altos volúmenes de importación y que le ha permitido ser distribuidora de algunas de las empresas anteriormente mencionadas.

A pesar de que dichas empresas se destacan por ser importadoras, sus niveles de mercancía importada no son suficientes para suplir el mercado de sus clientes y para ello se hace necesario la compra de insumos y productos a TENDENCIAS GYG SAS, es por esto que TENDENCIAS GYG SAS presenta su mayor número de mercado por su alta variedad de productos a su servicio en cualquier temporada del año.

TENDENCIAS GYG SAS se caracteriza por manejar precios asequibles a todo tipo de clientes logrando así posesionarse con una de las mejores del mercado de importación de productos publicitarios para la sublimación en Colombia.

Después de revisar las diferentes empresas líderes en publicidad podemos concluir que a pesar de que se dedican a una misma actividad su funcionamiento es totalmente diferente, logrando así identificar que TENDENCIAS GYG S.A.S encabeza este selecto grupo por su constancia y dedicación en las tareas realizadas.

El haber consultado las diferentes empresas dedicadas a la sublimación en Colombia nos permitió enfocar los aspectos más relevantes en los que debíamos encaminar nuestra investigación, ya que no solo aspectos negativos encontramos en las diferentes empresas si no aspectos positivos que las hacen exitosas y que TENDENCIAS GYG S.A.S no aplica en su actualidad, generando así por parte nuestra un valor agregado que le permitirá a TENDENCIAS GYG S.A.S ser mucho más exitosa que en la actualidad.

3. CAPITULO III. PLANEACION FINANCIERA

A partir de la información suministrada por parte de la alta gerencia de la empresa TENDENCIAS GYG SAS y con base en los diferentes encuentros y conversaciones sostenidas damos a conocer el desarrollo y resultado de la investigación.

3.1 INFORMACION REAL RECOPIADA

De acuerdo a lo conversado con la empresa TENDENCIAS GYG S.A.S. se decidió para el desarrollo de esta investigación tomar los Estados Financieros de los años 2014, 2015, 2016 y 2017 ya que se cataloga como la información más actualizada del desarrollo y evolución de la empresa.

TENDENCIAS GYG S.A.S desde su constitución hace 9 años aproximadamente ha venido presentando sus estados financieros y toda aquella información relevante y necesaria a los diferentes entes legales.

Dentro de la información suministrada por la empresa recopilamos la siguiente:

- Balances Generales
- Estados de Resultados
- Notas a los Estados Financieros

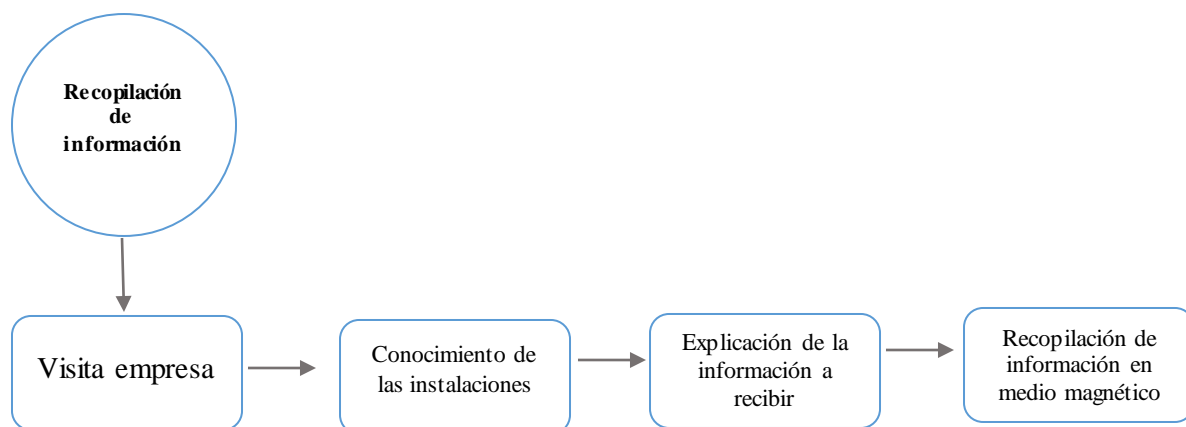


Figure 2 Flujograma recopilación de información

Fuente. Elaboración propia basada en la información suministrada por la empresa.

3.2 ESTADOS FINANCIEROS INICIALES

Los cálculos para esta proyección financiera se han basado en los valores suministrados por la compañía de los años 2014, 2015, 2016 y 2017 así:

BALANCE GENERAL				
Cifras en pesos colombianos				
ACTIVO	2.014	2.015	2.016	2.017
Disponible	28.319.796	79.600.927	202.740.900	350.466.405
Clientes	26.014.251	9.127.679	20.376.650	4.535.267
Anticipos y contribuciones	128.119.489	466.144.089	193.027.282	148.633.725
Inventarios	1.306.823.113	843.348.115	1.042.776.245	1.665.517.322
ACTIVO CORRIENTE	1.489.276.649	1.398.220.810	1.458.921.077	2.169.152.719
Propiedades, planta y equipo	146.707.553	107.251.258	411.399.987	459.323.987
Depreciación	-12.819.557	-64.249.302	-64.079.392	-94.600.768
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	133.887.996	43.001.956	347.320.595	364.723.219
TOTAL ACTIVO	1.623.164.645	1.441.222.766	1.806.241.672	2.533.875.938
PASIVO				
Obligaciones Financieras	202.409.040	153.310.512		300.000.000
Proveedores	671.783.620	2.300.116	482.930.628	1.291.004.206
Cuentas por pagar	6.486.240	605.949.067	704.420.699	342.650.005
Dividendos por pagar	225.045.121	253.477.084		
Impuestos, tasas	34.034.536	51.635.716	123.431.740	175.884.005
Obligaciones laborales	18.955.455	23.461.187	18.362.384	24.201.416
Anticipos	426.245	649.145	1.032.546	3.133.068
PASIVO CORRIENTE	1.159.140.257	1.090.782.827	1.330.177.997	2.136.872.700
Provisión obligaciones fiscales	2.855.000	14.692.625	0	
PASIVO NO CORRIENTE	2.855.000	14.692.625	0	0
TOTAL PASIVO	1.161.995.257	1.105.475.452	1.330.177.997	2.136.872.700
PATRIMONIO				
Capital suscrito y pagado	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000
Reserva legal		7.692.303	7.692.303	7.692.303
Resultados ejercicios anteriores	184.246.352		128.055.011	28.371.369
Resultados del ejercicio	76.923.036	128.055.011	140.316.361	160.939.566
Valorizaciones				
TOTAL PATRIMONIO	461.169.388	335.747.314	476.063.675	397.003.238
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.623.164.645	1.441.222.766	1.806.241.672	2.533.875.938

Table 1 Balance general 2014-2017

En la imagen anterior se puede ver que la empresa TENDENCIAS GYG SAS tiene unos activos de \$1.623 millones para el año 2014, los cuales se han venido incrementando durante los cuatro años siguientes hasta llegar a \$2.533 millones para el 2017. La mayor concentración

de los activos se presenta en los activos corrientes, específicamente en el rubro de inventarios. De otro lado los pasivos lo representan en su mayoría los proveedores y cuentas por pagar, siendo un negocio altamente comercial que no demanda la adquisición de planta y equipo de producción a gran escala.

Tiene unos aportes de capital de \$200 millones y durante todos los años han reflejado utilidades del ejercicio como se puede evidenciar en la siguiente imagen.

ESTADO DE RESULTADOS				
	2.014	2.015	2.016	2.017
INGRESOS				
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	3.936.275.213	4.782.879.870	5.644.173.423	6.887.401.952
Devoluciones en ventas	25.555.599	36.713.702	38.418.648	33.035.203
VENTAS NETAS	3.910.719.614	4.746.166.168	5.605.754.775	6.854.366.749
COSTO DE VENTAS	2.831.167.780	3.948.576.974	4.570.186.115	5.844.681.750
TOTAL COSTO DE VENTAS	2.831.167.780	3.948.576.974	4.570.186.115	5.844.681.750
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	1.079.551.834	797.589.194	1.035.568.660	1.009.684.999
GASTOS				
Gastos de administracion	883.946.806	273.242.000	428.232.841	385.839.219
Gastos de ventas	11.976.016	319.592.857	321.703.536	280.465.057
TOTAL GASTOS	895.922.822	592.834.857	749.936.377	666.304.276
UTILIDAD OPERACIONAL	183.629.012	204.754.337	285.632.283	343.380.723
NO OPERACIONALES (Ingresos)	4.035.551	39.193.155	4.918.025	23.039.229
EGRESOS (Intereses)	61.569.055	75.892.481	105.004.145	102.845.345
TOTAL NO OPERACIONALES	-57.533.504	-36.699.326	-100.086.120	-79.806.116
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	126.095.508	168.055.011	185.546.163	263.574.607
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	14.020.477	40.000.000	45.229.802	102.635.041
GANANCIAS O PERDIDAS	112.075.031	128.055.011	140.316.361	160.939.566
RESERVA LEGAL		0		
UTILIDAD NETA	112.075.031	128.055.011	140.316.361	160.939.566

Table 2 Estado de resultados 2014-2017

El estado de resultados presenta utilidades de forma constante, iniciando con \$112 millones para el 2014 y \$160 millones para el 2017

3.3 ANALISIS FINANCIERO DE INFORMACION RECOPIADA

3.3.1. ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		ANALISIS VERTICAL						
	2.014	2.014	2.015	2.015	2.016	2.016	2.017	2.017
ACTIVO								
Disponible	28.319.796	1,7%	79.600.927	5,5%	202.740.900	11,2%	350.466.405	13,8%
Clientes	26.014.251	1,6%	9.127.679	0,6%	20.376.650	1,1%	4.535.267	0,2%
Anticipos y contribuciones	128.119.489	7,9%	466.144.089	32,3%	193.027.282	10,7%	148.633.725	5,9%
Inventarios	1.306.823.113	80,5%	843.348.115	58,5%	1.042.776.245	57,7%	1.665.517.322	65,7%
		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%
ACTIVO CORRIENTE	1.489.276.649	91,8%	1.398.220.810	97,0%	1.458.921.077	80,8%	2.169.152.719	85,6%
Propiedades, planta y equipo	146.707.553	9,0%	107.251.258	7,4%	411.399.987	22,8%	459.323.987	18,1%
Depreciación	-12.819.557	-0,8%	-64.249.302	-4,5%	-64.079.392	-3,5%	-94.600.768	-3,7%
Valorizaciones								
ACTIVO NO CORRIENTE	133.887.996	8,2%	43.001.956	3,0%	347.320.595	19,2%	364.723.219	14,4%
TOTAL ACTIVO	1.623.164.645	100,0%	1.441.222.766	100,0%	1.806.241.672	100,0%	2.533.875.938	100,0%
PASIVO								
Obligaciones Financieras	202.409.040	12,5%	153.310.512	10,6%		0,0%	300.000.000	11,8%
Proveedores	671.783.620	41,4%	2.300.116	0,2%	482.930.628	26,7%	1.291.004.206	50,9%
Cuentas por pagar	6.486.240	0,4%	605.949.067	42,0%	704.420.699	39,0%	342.650.005	13,5%
Dividendos por pagar	225.045.121	13,9%	253.477.084	17,6%		0,0%		0,0%
Impuestos, tasas	34.034.536	2,1%	51.635.716	3,6%	123.431.740	6,8%	175.884.005	6,9%
Obligaciones laborales	18.955.455	1,2%	23.461.187	1,6%	18.362.384	1,0%	24.201.416	1,0%
Anticipos	426.245	0,0%	649.145	0,0%	1.032.546	0,1%	3.133.068	0,1%
PASIVO CORRIENTE	1.159.140.257	71,4%	1.090.782.827	75,7%	1.330.177.997	73,6%	2.136.872.700	84,3%
Provisión obligaciones fiscales	2.855.000	0,2%	14.692.625	1,0%	0	0,0%		0,0%
PASIVO NO CORRIENTE	2.855.000	0,2%	14.692.625	1,0%	0	0,0%	0	0,0%
TOTAL PASIVO	1.161.995.257	71,6%	1.105.475.452	76,7%	1.330.177.997	73,6%	2.136.872.700	84,3%
PATRIMONIO								
Capital suscrito y pagado	200.000.000	12,3%	200.000.000	13,9%	200.000.000	11,1%	200.000.000	7,9%
Reserva legal			7.692.303		7.692.303		7.692.303	
Resultados ejercicios anteriores	184.246.352	11,4%		0,0%	128.055.011	7,1%	28.371.369	1,1%
Resultados del ejercicio	76.923.036	4,7%	128.055.011	8,9%	140.316.361	7,8%	160.939.566	6,4%
Valorizaciones								
TOTAL PATRIMONIO	461.169.388	28,4%	335.747.314	23,3%	476.063.675	26,4%	397.003.238	15,7%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.623.164.645	100,0%	1.441.222.766	100,0%	1.806.241.672	100,0%	2.533.875.938	100,0%

Table 3 Estado de situación financiera análisis vertical 2014-2017

3.3.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2014

Consiste en determinar el peso proporcional (en porcentaje) que tiene cada cuenta dentro del estado financiero analizado de arriba hacia abajo tomando para el estado de situación financiera el activo total como el 100%. Esto permite determinar la composición y estructura de los estados financieros.

En primer lugar, analizaremos las cifras del estado de situación financiera presentado por la compañía con corte a diciembre 31 de 2014.

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 de 2014 con un total de activos de \$1.623,1 millones (100%), de los cuales el 91,8% lo representan activos corrientes por \$1.489,2 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$1.306,8 millones participando en un 80,5% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de larga duración por \$133,8 millones plazo participan en el 8,2% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 71,6% de los activos con un valor de \$1.161,9 millones lo que refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 71,4% con \$1.159,1 millones de las obligaciones, mientras que las obligaciones a largo plazo con \$ 2,8 millones representan el 0,2% del activo total.

Dentro de los pasivos corrientes, los proveedores constituyen el mayor rubro que con un valor de \$671,7 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos, su participación es de 41,4% sobre el total de los activos.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$461,1 millones representa el 28,4% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200

millones (12,3%); no tiene Reserva legal; resultados de ejercicios anteriores \$184,2 millones (11,4%) y resultados del ejercicio \$76,9 millones (4,7%)

3.3.1.2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2015

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 de 2015 con un total de activos de \$1.441,2 millones (100%), de los cuales el 97,0% lo representan activos corrientes por \$1.398,2 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$843,3 millones participando en un 58,5% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de larga duración por \$43,0 millones plazo participan en el 3,0% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 76,7% de los activos con un valor de \$1.105,4 millones lo que refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 75,7% con \$1.090,7 millones de las obligaciones, mientras que las obligaciones a largo plazo con \$ 14,6 millones representan el 1,0% del activo total.

Dentro de los pasivos corrientes, Las cuentas por pagar constituyen el mayor rubro que con un valor de \$605,9 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos, su participación es de 42,0% sobre el total de los activos.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$335,7 millones representa el 23,3% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200 millones (13,9%); y resultados del ejercicio por \$128,5 millones (8,9%).

3.3.1.3 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2016

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 de 2016 con un total de activos de \$1.806,2 millones (100%), de los cuales el 80,8% lo representan activos corrientes por \$1.458,9 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$1.042,7 millones participando en un 57,7% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de larga duración por \$347,3 millones plazo participan en el 19,2% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 73,6% de los activos con un valor de \$1.330,1 millones lo que refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 75,7% con \$1.090,7 millones de las obligaciones,

Dentro de los pasivos corrientes, Las cuentas por pagar constituyen el mayor rubro que con un valor de \$704,4 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos, su participación es de 39,0% sobre el total de los activos.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$476,0 millones representa el 26,4% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200 millones (11,1%); resultados de ejercicios anteriores \$128,0 millones (7,1%) y resultados del ejercicio por \$140,3 millones (7,8%)

3.3.1.4 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA 2017

En primer lugar, analizaremos las cifras del estado de situación financiera presentado por la compañía con corte a diciembre 31 de 2017.

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 de 2017 con un total de activos de \$2.533,8 millones (100%), de los cuales el 85,6% lo representan activos corrientes por \$2.169 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$1.665,5 millones participando en un 65,7% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de largo por \$364,7 millones plazo participan en el 14,4% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 84,3% de los activos con un valor de \$2.163 millones lo refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 54,3% con \$1.376,5 millones de las obligaciones mientras que las obligaciones a largo plazo con \$ 759,8 millones representan el 30% del activo total.

Dentro de los pasivos corrientes, los proveedores constituyen el mayor rubro que con un valor de \$1.291,0 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos.

El la porción de deuda a largo plazo se tienen obligaciones financieras por \$300 millones y cuentas por pagar por \$342,5 millones.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$397,3 millones representa el 15,7% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200 millones (7,9%); Reserva legal \$7,6 millones (0,3%); resultados de ejercicios anteriores \$28,3 millones (1,1%) y resultados del ejercicio \$160 millones (6,4%)

3.3.2. ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS AÑOS 2014,2015,2016 Y 2017

ESTADO DE RESULTADOS		ANALISIS VERTICAL							
	2.014	2.014	2.015	2.015	2.016	2.016	2.017	2.017	
INGRESOS OPERACIONALES									
Ventas	3.936.275.213	100,7%	4.782.879.870	100,8%	5.644.173.423	100,7%	6.887.401.952	100,5%	
Devoluciones en ventas	25.555.599	0,7%	36.713.702	0,8%	38.418.648	0,7%	33.035.203	0,5%	
VENTAS NETAS	3.910.719.614	100,0%	4.746.166.168	100,0%	5.605.754.775	100,0%	6.854.366.749	100,0%	
COSTO DE VENTAS	2.831.167.780	72,4%	3.948.576.974	83,2%	4.570.186.115	81,5%	5.844.681.750	85,3%	
TOTAL COSTO DE VENTAS	2.831.167.780	72,4%	3.948.576.974	83,2%	4.570.186.115	81,5%	5.844.681.750	85,3%	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	1.079.551.834	27,6%	797.589.194	16,8%	1.035.568.660	18,5%	1.009.684.999	14,7%	
GASTOS									
Gastos de administracion	883.946.806	22,6%	273.242.000	5,8%	428.232.841	7,6%	385.839.219	5,6%	
Gastos de ventas	11.976.016	0,3%	319.592.857	6,7%	321.703.536	5,7%	280.465.057	4,1%	
TOTAL GASTOS	895.922.822	22,9%	592.834.857	12,5%	749.936.377	13,4%	666.304.276	9,7%	
UTILIDAD OPERACIONAL	183.629.012	4,7%	204.754.337	4,3%	285.632.283	5,1%	343.380.723	5,0%	
NO OPERACIONALES (Ingresos)	4.035.551	0,1%	39.193.155	0,8%	4.918.025	0,1%	23.039.229	0,3%	
EGRESOS (Intereses)	61.569.055	1,6%	75.892.481	1,6%	105.004.145	1,9%	102.845.345	1,5%	
TOTAL NO OPERACIONALES	-57.533.504	-1,5%	-36.699.326	-0,8%	-100.086.120	-1,8%	-79.806.116	-1,2%	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	126.095.508	3,2%	168.055.011	3,5%	185.546.163	3,3%	263.574.607	3,8%	
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	14.020.477	0,4%	40.000.000	0,8%	45.229.802	0,8%	102.635.041	1,5%	
GANANCIAS O PERDIDAS	112.075.031	2,9%	128.055.011	2,7%	140.316.361	2,5%	160.939.566	2,3%	
RESERVA LEGAL			0						
UTILIDAD NETA	112.075.031	2,9%	128.055.011	2,7%	140.316.361	2,5%	160.939.566	2,3%	

Table 4 Estado de resultados análisis vertical 2014-2017

3.3.2.1 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2014

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$3.910,7 millones.

El costo de ventas por \$2.831,1 millones representan el 72,4% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 27,6% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$895,9 millones representan el 22,9% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$883,9 millones que representan el 22,6% del total de las ventas y gastos de ventas por \$11,9 millones generan el 0,3% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$183,6 millones representa el 4,7% del total de ventas.

La utilidad antes de impuestos de \$126,0 millones representa el 3,2% del total de las ventas, los impuestos de \$14,0 millones equivalen al 0,4% del total de las ventas.

Finalmente, la utilidad neta de \$112,0 millones representa el 2,9% del total de las ventas.

3.3.2.2 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2015

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$4.746,1 millones.

El costo de ventas por \$3.948,5 millones representan el 83,2% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 16,8% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$592,8 millones representan el 12,5% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$273,2 millones que representan el 5,8% del total de las ventas y gastos de ventas por \$319,5 millones generan el 6,7% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$204,7 millones representa el 4,3% del total de ventas.

La utilidad antes de impuestos de \$168,5 millones representa el 3,5% del total de las ventas, los impuestos de \$40,0 millones equivalen al 0,8% del total de las ventas.

Finalmente, la utilidad neta de \$128,0 millones representa el 2,7% del total de las ventas.

3.3.2.3 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2016

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$5.605,7 millones.

El costo de ventas por \$4.570,1 millones representan el 81,5% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 18,5% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$749,9 millones representan el 13,4% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$428,2 millones que representan el 7,6% del total de las ventas y gastos de ventas por \$321,7 millones generan el 5,7% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$285,6 millones representa el 5,1% del total de ventas.

La utilidad antes de impuestos de \$185,5 millones representa el 3,3% del total de las ventas, los impuestos de \$45,2 millones equivalen al 0,8% del total de las ventas.

Finalmente, la utilidad neta de \$140,3 millones representa el 2,5% del total de las ventas.

3.3.2.4 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2017

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$6.854,3 millones.

El costo de ventas por \$5.844,6 millones representan el 85,3% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 14,7% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$666,3 millones representan el 9,7% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$385,3 millones que representan el 5,6% del total de las ventas y gastos de ventas generan el 4,1% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$343,3 millones representa el 5,5% del total de ventas.

3.3.3 ANÁLISIS HORIZONTAL

3.3.3.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA 2014 – 2015

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		ANALISIS HORIZONTAL		
ACTIVO	2.014	2.015	v absoluta	relativa
Disponible	28.319.796	79.600.927	51.281.131	181,1%
Cientes	26.014.251	9.127.679	-16.886.572	-64,9%
Anticipos y contribuciones	128.119.489	466.144.089	338.024.600	263,8%
Inventarios	1.306.823.113	843.348.115	-463.474.998	-35,5%
ACTIVO CORRIENTE	1.489.276.649	1.398.220.810	-91.055.839	-6,1%
Propiedades, planta y equipo	146.707.553	107.251.258	-39.456.295	-26,9%
Depreciación	-12.819.557	-64.249.302	-51.429.745	401,2%
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	133.887.996	43.001.956	-90.886.040	-67,9%
TOTAL ACTIVO	1.623.164.645	1.441.222.766	-181.941.879	-11,2%
PASIVO				
Obligaciones Financieras	202.409.040	153.310.512	-49.098.528	-24,3%
Proveedores	671.783.620	2.300.116	-669.483.504	-99,7%
Cuentas por pagar	6.486.240	605.949.067	599.462.827	9242,1%
Dividendos por pagar	225.045.121	253.477.084	28.431.963	12,6%
Impuestos, tasas	34.034.536	51.635.716	17.601.180	51,7%
Obligaciones laborales	18.955.455	23.461.187	4.505.732	23,8%
Anticipos	426.245	649.145	222.900	52,3%
PASIVO CORRIENTE	1.159.140.257	1.090.782.827	-68.357.430	-5,9%
Provisión obligaciones fiscales	2.855.000	14.692.625	11.837.625	414,6%
PASIVO NO CORRIENTE	2.855.000	14.692.625	11.837.625	414,6%
TOTAL PASIVO	1.161.995.257	1.105.475.452	-56.519.805	-4,9%
PATRIMONIO				
Capital suscrito y pagado	200.000.000	200.000.000	0	0,0%
Reserva legal		7.692.303	7.692.303	
Resultados ejercicios anteriores	184.246.352		-184.246.352	-100,0%
Resultados del ejercicio	76.923.036	128.055.011	51.131.975	66,5%
Valorizaciones				
TOTAL PATRIMONIO	461.169.388	335.747.314	-125.422.074	-27,2%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.623.164.645	1.441.222.766	-181.941.879	-11,2%

Table 5 Situación financiera análisis horizontal 2014-2015

El Análisis horizontal es la explicación de los movimientos que surgieron de un periodo a otro, se denominan variaciones. Tenemos las variaciones absolutas que son las diferencias numéricas entre un periodo y otro y las variaciones relativas que representan el impacto porcentual entre dos periodos.

Para nuestro trabajo realizaremos variaciones entre los años 2014 y el año 2015 proyectados por nosotros.

ACTIVOS

El total del activo sufrió una disminución de \$181,9 millones (-11,2%) pasando de \$1623,1 millones a \$1.441,2 millones. La afectación mayor se dio en los rubros de corto plazo, en donde los activos corrientes pasaron de \$1.489,2 millones a \$1.398,2 millones, esto representa una variación absoluta de \$-91,0 millones y una variación relativa de -6,1% representado en la disminución del rubro de inventarios. Por su parte los clientes y los inventarios conservaron su valor.

En relación con los activos de larga duración con una variación relativa total del -67,9%, la afectación se da en el reconocimiento de la depreciación por uso, desgaste o deterioro, que pasó de \$12,8 millones a \$64,2 millones, con una variación relativa del 401% y una absoluta de \$51,4 millones.

PASIVO

El pasivo total durante los periodos evaluados presentó una disminución porcentual del 4,9% por valor de \$56,5 millones, de los cuales se vio afectada en la Proción corriente por \$68,5 millones (-5,9%) como consecuencia del pago de proveedores, y en la Proción de largo plazo aumentó \$11,8 millones (416,6%) como consecuencia de la provisión para obligaciones fiscales.

PATRIMONIO

El patrimonio presentó una disminución de \$125,4 millones, esto representa una variación del -11,2% en relación con el año inicial. Los aportes sociales no tuvieron variación, mientras que

la cuenta de resultados de ejercicios anteriores se vio disminuida como consecuencia de la distribución de utilidades a los socios. Por su parte las utilidades del ejercicio actual fueron de \$128,0 millones.

3.3.3.2 ESTADO DE RESULTADOS 2014-2015

ESTADO DE RESULTADOS		ANALISIS HORIZONTAL		
	2.014	2.015	v absoluta	relativa
INGRESOS				
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	3.936.275.213	4.782.879.870	846.604.657	21,5%
Devoluciones en ventas	25.555.599	36.713.702	11.158.103	43,7%
VENTAS NETAS	3.910.719.614	4.746.166.168	835.446.554	21,4%
COSTO DE VENTAS	2.831.167.780	3.948.576.974	1.117.409.194	39,5%
TOTAL COSTO DE VENTAS	2.831.167.780	3.948.576.974	1.117.409.194	39,5%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	1.079.551.834	797.589.194	-281.962.640	-26,1%
GASTOS				
Gastos de administracion	883.946.806	273.242.000	-610.704.806	-69,1%
Gastos de ventas	11.976.016	319.592.857	307.616.841	2568,6%
TOTAL GASTOS	895.922.822	592.834.857	-303.087.965	-33,8%
UTILIDAD OPERACIONAL	183.629.012	204.754.337	21.125.325	11,5%
NO OPERACIONALES (Ingresos)	4.035.551	39.193.155	35.157.604	871,2%
EGRESOS (Intereses)	61.569.055	75.892.481	14.323.426	23,3%
TOTAL NO OPERACIONALES	-57.533.504	-36.699.326	20.834.178	-36,2%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	126.095.508	168.055.011	41.959.503	33,3%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	14.020.477	40.000.000	25.979.523	185,3%
GANANCIAS O PERDIDAS	112.075.031	128.055.011	15.979.980	14,3%
RESERVA LEGAL		0	0	
UTILIDAD NETA	112.075.031	128.055.011	15.979.980	14,3%

Table 6 Estado de resultados análisis horizontal 2014-2015

Las ventas de la compañía tuvieron una variación absoluta de \$846,6 millones pasando de \$3.936,2 millones a \$4.782,8 millones, con una variación del 21,5%.

En el costo de ventas se tuvo una variación del 39,5% pasando de \$2.831,5 millones a \$3.948,5 millones.

Los gastos de operación sufrieron disminuyeron un 33,8% pasando de \$895,9 millones a \$592,8 millones.

Los gastos financieros se incrementaron en 23,3 pasando de \$61,5 millones a \$75,8 millones.

La utilidad neta se incrementó en 14,3% pasando de \$112,0 millones \$128,0 millones como consecuencia del adecuado manejo de los gastos que se vieron reducidos de un periodo a otro.

3.3.3.3 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA 2015-2016

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		ANALISIS HORIZONTAL		
ACTIVO	2.015	2.016	v absoluta	relativa
Disponible	79.600.927	202.740.900	123.139.973	154,7%
Cientes	9.127.679	20.376.650	11.248.971	123,2%
Anticipos y contribuciones	466.144.089	193.027.282	-273.116.807	-58,6%
Inventarios	843.348.115	1.042.776.245	199.428.130	23,6%
			0	
ACTIVO CORRIENTE	1.398.220.810	1.458.921.077	60.700.267	4,3%
Propiedades, planta y equipo	107.251.258	411.399.987	304.148.729	283,6%
Depreciación	-64.249.302	-64.079.392	169.910	-0,3%
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	43.001.956	347.320.595	304.318.639	707,7%
TOTAL ACTIVO	1.441.222.766	1.806.241.672	365.018.906	25,3%
PASIVO				
Obligaciones Financieras	153.310.512		-153.310.512	-100,0%
Proveedores	2.300.116	482.930.628	480.630.512	20895,9%
Cuentas por pagar	605.949.067	704.420.699	98.471.632	16,3%
Dividendos por pagar	253.477.084		-253.477.084	-100,0%
Impuestos, tasas	51.635.716	123.431.740	71.796.024	139,0%
Obligaciones laborales	23.461.187	18.362.384	-5.098.803	-21,7%
Anticipos	649.145	1.032.546	383.401	59,1%
PASIVO CORRIENTE	1.090.782.827	1.330.177.997	239.395.170	21,9%
Provisión obligaciones fiscales	14.692.625	0	-14.692.625	-100,0%
PASIVO NO CORRIENTE	14.692.625	0	-14.692.625	-100,0%
TOTAL PASIVO	1.105.475.452	1.330.177.997	224.702.545	20,3%
PATRIMONIO				
Capital suscrito y pagado	200.000.000	200.000.000	0	0,0%
Reserva legal	7.692.303	7.692.303	0	
Resultados ejercicios anteriores		128.055.011	128.055.011	
Resultados del ejercicio	128.055.011	140.316.361	12.261.350	9,6%
Valorizaciones				
TOTAL PATRIMONIO	335.747.314	476.063.675	140.316.361	41,8%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.441.222.766	1.806.241.672	365.018.906	25,3%

Table 7 Situación financiera análisis horizontal 2015-2016

ACTIVOS

El total del activo sufrió un aumento de \$365,0 millones (25,3%) pasando de \$1.441,2 millones a \$1.806,2 millones. La afectación mayor se dio en el rubro de propiedades, planta y equipo que aumentaron un 283,6% en relación con el año anterior, pasando de \$107,2 millones a \$411,3 millones. En el rubro de corto plazo se presentó un incremento de 4,3% (\$60,7 millones), en donde los activos corrientes pasaron de \$1.398,2 millones a \$1.458,9 millones.

PASIVO

El pasivo total durante los periodos evaluados presentó un incremento del 20,3% pasando de \$1.105,4 millones a \$1.300,7 millones y un aumento de \$ 224,7 millones. Se observa un incremento considerable en el corto plazo en la cuenta de proveedores que pasó de \$2,3 millones a \$482,9 millones por la adquisición de inventarios al cierre del año.

PATRIMONIO

El patrimonio se incrementó en 25,3% pasando de \$335,7 millones a \$476,0 millones, reflejando un incremento total por \$140,3 millones como consecuencia de los resultados del ejercicio (utilidades).

3.3.3.4 ESTADO DE RESULTADO 2015-2016

ESTADO DE RESULTADOS		ANALISIS HORIZONTAL		
	2.015	2.016	v absoluta	relativa
INGRESOS				
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	4.782.879.870	5.644.173.423	861.293.553	18,0%
Devoluciones en ventas	36.713.702	38.418.648	1.704.946	4,6%
VENTAS NETAS	4.746.166.168	5.605.754.775	859.588.607	18,1%
COSTO DE VENTAS	3.948.576.974	4.570.186.115	621.609.141	15,7%
TOTAL COSTO DE VENTAS	3.948.576.974	4.570.186.115	621.609.141	15,7%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	797.589.194	1.035.568.660	237.979.466	29,8%
GASTOS				
Gastos de administracion	273.242.000	428.232.841	154.990.841	56,7%
Gastos de ventas	319.592.857	321.703.536	2.110.679	0,7%
TOTAL GASTOS	592.834.857	749.936.377	157.101.520	26,5%
UTILIDAD OPERACIONAL	204.754.337	285.632.283	80.877.946	39,5%
NO OPERACIONALES (Ingresos)	39.193.155	4.918.025	-34.275.130	-87,5%
EGRESOS (Intereses)	75.892.481	105.004.145	29.111.664	38,4%
TOTAL NO OPERACIONALES	-36.699.326	-100.086.120	-63.386.794	172,7%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	168.055.011	185.546.163	17.491.152	10,4%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	40.000.000	45.229.802	5.229.802	13,1%
GANANCIAS O PERDIDAS	128.055.011	140.316.361	12.261.350	9,6%
RESERVA LEGAL	0		0	
UTILIDAD NETA	128.055.011	140.316.361	12.261.350	9,6%

Table 8 Estado de resultados análisis horizontal 2015-2016

Las ventas de la compañía tuvieron una variación absoluta de \$859,8 millones pasando de \$4.782,8 millones a \$5.644,1 millones, con una variación del 18,0%.

El costo de ventas tuvo una variación del 15,7% pasando de \$3.948,5 millones a \$4.570,1 millones,

Los gastos de operación se incrementaron un 26,5% pasando de \$592,8 millones a \$749,9 millones.

Los gastos financieros se incrementaron en 29,1 millones pasando de \$75,8 millones a \$105,0 millones.

Los gastos se incrementaron en \$157,1 millones pasando de \$592,8 millones a \$749,9 millones su mayor variación se da en los gastos de administración.

La utilidad neta se incrementó en 9,6% pasando de \$28,0 millones \$140,3 millones como consecuencia del adecuado manejo de los gastos que se vieron reducidos de un periodo a otro.

3.3.3.5 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA 2016-2017

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		ANALISIS HORIZONTAL		
ACTIVO	2.016	2.017	v absoluta	relativa
Disponible	202.740.900	350.466.405	147.725.505	72,9%
Clientes	20.376.650	4.535.267	-15.841.383	-77,7%
Anticipos y contribuciones	193.027.282	148.633.725	-44.393.557	-23,0%
Inventarios	1.042.776.245	1.665.517.322	622.741.077	59,7%
ACTIVO CORRIENTE	1.458.921.077	2.169.152.719	710.231.642	48,7%
Propiedades, planta y equipo	411.399.987	459.323.987	47.924.000	11,6%
Depreciación	-64.079.392	-94.600.768	-30.521.376	47,6%
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	347.320.595	364.723.219	17.402.624	5,0%
TOTAL ACTIVO	1.806.241.672	2.533.875.938	727.634.266	40,3%
PASIVO				
Obligaciones Financieras		300.000.000	300.000.000	#DIV/0!
Proveedores	482.930.628	1.291.004.206	808.073.578	167,3%
Cuentas por pagar	704.420.699	342.650.005	-361.770.694	-51,4%
Dividendos por pagar			0	#DIV/0!
Impuestos, tasas	123.431.740	175.884.005	52.452.265	42,5%
Obligaciones laborales	18.362.384	24.201.416	5.839.032	31,8%
Anticipos	1.032.546	3.133.068	2.100.522	203,4%
PASIVO CORRIENTE	1.330.177.997	2.136.872.700	806.694.703	60,6%
Provisión obligaciones fiscales	0		0	#DIV/0!
PASIVO NO CORRIENTE	0	0	0	#DIV/0!
TOTAL PASIVO	1.330.177.997	2.136.872.700	806.694.703	60,6%
PATRIMONIO				
Capital suscrito y pagado	200.000.000	200.000.000	0	0,0%
Reserva legal	7.692.303	7.692.303	0	
Resultados ejercicios anteriores	128.055.011	28.371.369	-99.683.642	
Resultados del ejercicio	140.316.361	160.939.566	20.623.205	14,7%
Valorizaciones				
TOTAL PATRIMONIO	476.063.675	397.003.238	-79.060.437	-16,6%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	1.806.241.672	2.533.875.938	727.634.266	40,3%

Table 9 Situación financiera análisis horizontal 2016-2017

ACTIVOS

El total del activo sufrió un aumento de \$727,6 millones (40,3%) pasando de \$1.806,2 millones a \$2.533,8 millones. La afectación mayor se dio en el rubro de inventarios que aumentaron un 59,7% en relación con el año anterior, pasando de \$1.042,7 millones a \$1.665 millones. En el rubro de corto plazo se presentó un incremento de 48,7% (\$710,2 millones).

PASIVO

El pasivo total durante los periodos evaluados presentó un incremento del 60,6% pasando de \$1.330,1 millones a \$2.136,8 millones y un aumento de \$806,6 millones. Se observa un incremento considerable en el corto plazo en la cuenta de obligaciones financieras por \$300 millones y de proveedores por \$800 millones por adquisición de inventarios al momento del cierre contable.

PATRIMONIO

El patrimonio se disminuyó 16,6 % pasando de \$476,0 millones a \$397,0 millones, ocasionado por la distribución de utilidades de ejercicios anteriores. La utilidad del ejercicio actual fue de \$160,9 millones.

3.3.3.6 ESTADO DE RESULTADO 2016-2017

ESTADO DE RESULTADOS		ANALISIS HORIZONTAL		
	2.016	2.017	v absoluta	relativa
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	5.644.173.423	6.887.401.952	1.243.228.529	22,0%
Devoluciones en ventas	38.418.648	33.035.203	-5.383.445	-14,0%
VENTAS NETAS	5.605.754.775	6.854.366.749	1.248.611.974	22,3%
COSTO DE VENTAS	4.570.186.115	5.844.681.750	1.274.495.635	27,9%
TOTAL COSTO DE VENTAS	4.570.186.115	5.844.681.750	1.274.495.635	27,9%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	1.035.568.660	1.009.684.999	-25.883.661	-2,5%
GASTOS				
Gastos de administracion	428.232.841	385.839.219	-42.393.622	-9,9%
Gastos de ventas	321.703.536	280.465.057	-41.238.479	-12,8%
TOTAL GASTOS	749.936.377	666.304.276	-83.632.101	-11,2%
UTILIDAD OPERACIONAL	285.632.283	343.380.723	57.748.440	20,2%
NO OPERACIONALES (Ingresos)	4.918.025	23.039.229	18.121.204	368,5%
EGRESOS (Intereses)	105.004.145	102.845.345	-2.158.800	-2,1%
TOTAL NO OPERACIONALES	-100.086.120	-79.806.116	20.280.004	-20,3%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	185.546.163	263.574.607	78.028.444	42,1%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	45.229.802	102.635.041	57.405.239	126,9%
GANANCIAS O PERDIDAS	140.316.361	160.939.566	20.623.205	14,7%
RESERVA LEGAL			0	
UTILIDAD NETA	140.316.361	160.939.566	20.623.205	14,7%

Table 10 Estado de resultados análisis horizontal 2016-2017

Las ventas netas de la compañía tuvieron una variación absoluta de \$1.248,6 millones pasando de \$5.605,7 millones a \$6.854,3 millones, con una variación del 22,3%.

El costo de ventas tuvo una variación del 27,9% pasando de \$4.570,0 millones a \$5.844,6 millones,

Los gastos de operación disminuyeron en 11,2% pasando de \$749,9 millones a \$666,3 millones.

Los gastos financieros disminuyeron en 2,1% pasando de \$105,0 millones a \$102,8 millones.

La utilidad neta se incrementó en 14,7% pasando de \$140,3 millones a \$160,9 millones.

3.3.4. INDICADORES FINANCIEROS 2014, 2015, 2016 y 2017

3.3.4.1 Capital de trabajo

Indica el valor que le quedaría a la empresa, representado en efectivo u otros pasivos corrientes, después de pagar todos sus pasivos de corto plazo en el caso en que tuvieran que ser cancelados de inmediato.

Indices de Liquidez	2.014	2.015	2.016	2.017
Capital de trabajo	330.136.392	307.437.983	128.743.080	32.280.019

Table 11 Indicador de liquidez 2014-2017

En el año 2014 sería \$1.489,2 millones – 1.159,1 millones = \$330,1 millones y representa que para el año 2014 la compañía tiene la capacidad de pagar sus obligaciones en el corto plazo (pasivo corriente) con sus activos de corto plazo (activos corrientes) y le quedan recursos adicionales para trabajar (capital de trabajo) por \$330,1 millones.

Para los años 2015, 2016 y 2017 continúan teniendo recursos necesarios para solventar obligaciones de corto plazo.

3.3.4.2 Razón corriente (liquidez)

Tiene como objeto verificar las posibilidades de la empresa afrontar compromiso en el corto plazo.

razón corriente	2.014	2.015	2.016	2.017
Liquidez	1,28	1,28	1,10	1,02

Table 12 Indicador Razón corriente 2014-2017

En el año 2014 sería $\$1.489,2 / \$ 1.159,1 \text{ millones} = 1,28$ y representa que la empresa por cada peso que debe tiene con qué responder y cuenta con 0,28 pesos adicionales para financiar sus proyectos con recursos propios. Para los años 2015, 2016 y 2017 continúan teniendo recursos necesarios para solventar obligaciones de corto plazo.

3.3.4.3 Apalancamiento financiero

Tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.

	2.014	2.015	2.016	2.017
Apalancamiento financiero	2,52	3,29	2,79	5,38

Table 13 Indicador apalancamiento financiero 2014-2017

En el año 2014 sería $\$1.161,9 \text{ millones} / \$461,1 \text{ millones} = 2,52$ y representa que la empresa por cada peso que debe tiene la empresa de recursos propios (capital) debe a terceros (pasivo total) 2,52 pesos. El periodo de mayor endeudamiento externo es 2017 con 5,38.

3.3.4.4 Rentabilidad sobre ventas

Indica la capacidad de la empresa para generar valor. Se evalúa el nivel de las utilidades de la empresa en relación con las ventas. Se calcula como la utilidad neta / Ventas.

rentabilidad sobre ventas	2.014	2.015	2.016	2.017
Margen de utilidad neta	2,9%	2,7%	2,5%	2,3%

Table 14 Indicador Margen de utilidad 2014-2017

En el año 2014 fue de 2,9% y permanece en niveles favorables de 2,7% en 2015; 2,5% en 2016 y 2,3% para 2017

Para el año 2014 es del 2,9% así, tomando la utilidad neta de \$112,0millones / Ventas \$3.910,7millones y representa que la utilidad es el 2,9% del valor de las ventas.

3.3.4.5 Rentabilidad sobre el patrimonio

Indica la capacidad de la empresa para generar valor. Se evalúa el nivel de las utilidades de la empresa en relación con el patrimonio. Se calcula como la utilidad antes de impuestos / Patrimonio total.

rentabilidad sobre el patrimonio	2.014	2.015	2.016	2.017
Rentabilidad sobre el patrimonio	27,3%	50,1%	39,0%	66,4%

Table 15 Indicador Rentabilidad sobre el patrimonio 2014-2017

En el año 2014 fue de 27,3%. Para el año 2015 es del 50,1% así, tomando la utilidad antes de impuestos de \$168,0millones / patrimonio \$335,7 millones = 32,2% y representa que la utilidad antes de impuestos es el 50% del valor del patrimonio.

3.3.4.6 Rentabilidad sobre los activos ROA

La Rentabilidad sobre los activos (**ROA**), Es la relación porcentual de la utilidad neta del ejercicio sobre la suma de los activos totales.

ROA	2.014	2.015	2.016	2.017
ROA	6,9%	8,9%	7,8%	6,4%

Table 16 Indicador ROA 2014-2017

Se obtendría una rentabilidad sobre los activos de 6,9% para el 2014; 8,9% el 2015; 7,8% en el 2016 y 6,4% en 2017.

3.4 PROYECCIONES

Para realizar el ejercicio se calcularán las cifras de los estados financieros de 4 años, esto es 2018, 2019, 2020 y 2021, tomando como base los valores finales de los estados financieros del 2017.

Se estiman las siguientes proyecciones:

Incremento en el precio de venta de 8,5%. Este valor lo componen el IPC así como el aumento en las cantidades vendidas. Se estima un incremento en las cantidades del 3,5% anual (cercano al crecimiento de la economía) y un aumento en el nivel de precios del 5% (cercano al nivel de inflación).

Incremento en los costos de ventas: De la misma forma del incremento de las ventas, el costo de ventas se incrementará en el 8.5%.

Gasto por depreciación: El reconocimiento de depreciación por uso, desgaste o deterioro de los activos fijos se mantiene constante de acuerdo con el cálculo realizado por la compañía para el 2017 y no se contempla adquisición de maquinarias adicionales por su objeto social de distribución.

Gastos Operacionales: El incremento en los gastos operacionales se estima en el 5,0% anual.

Gastos de Ventas: Los gastos de ventas serán incrementados en el 6,0%.

Activo	Valor	Vida util años	Depreciación
Equipo de cómputo	47.884.468,00	5	9.576.893,60
Vehiculos	344.075.639,00	15	22.938.375,93
Muebles y Enseres	67.363.880,00	15	4.490.925,33
TOTALES	459.323.987,00		37.006.194,87

Table 17 Gastos depreciación

Para un mejor entendimiento de los registros, resumimos a continuación los movimientos que afectan las proyecciones utilizadas para el proyecto.

Con unos aportes de capital de \$200 millones, un préstamo bancario de \$300 millones a una tasa de interés del 34% efectivo anual con un plazo de 5 años; propiedades planta y equipo por \$459,3 millones y una depreciación anual de \$37 millones.

Se estimó que para el año base (2017) las compras de inventarios promedio fueron de 19.482 unidades a un costo unitario de \$300.000 a su vez las ventas de existencias fueron estimadas en 21.420 unidades a un precio de venta de \$320.000

Los gastos operacionales (descontando la depreciación sumaron \$348,8 millones, la depreciación \$37 millones; los gastos operacionales de ventas \$280,4 millones y el valor pagado por intereses bancarios \$102 millones.

DATOS 2017

1	Aportes Sociales	200.000.000,00	
2	Obligaciones financieras	300.000.000,00	
	Plazo	5,00	años
	Tasa Efectiva Anual	34,00	% Efectivo anual
3	Propiedades, planta y equipo	459.323.987,00	

Activo	Valor	Vida util años	Depreciación
Equipo de cómputo	47.884.468,00	5	9.576.893,60
Vehiculos	344.075.639,00	15	22.938.375,93
Muebles y Enseres	67.363.880,00	15	4.490.925,33
TOTALES	459.323.987,00		37.006.194,87

	Costo total	Unidades	Costo unitario
4 Compra De Inventarios	5.844.681.000,00	19.482,27	300.000,00

	Unidades	Vr Unitario	Vr Total
Compra Materia Prima	19.482	300.000	5.844.681.000,00

	Unidades	Vr Unitario	Vr Total
5 Venta de Inventarios	21.420	320.000	6.854.368.000,00

6	Gastos operacionales de administración sin depreciación	348.833.024
7	Gasto por depreciación	37.006.195
8	Gastos Operacionales de Ventas	280.465.057
9	Obligaciones financieras pago de intereses	102.000.000
10	Obligaciones financieras abono a capital	60.000.000

FECHA	SALDO PRESTAMO	CAPITAL	INTERESES 34,00%	CUOTA
2017	300.000.000,00		102.000.000,00	
2018	300.000.000,00	60.000.000,00	102.000.000,00	162.000.000,00
2019	240.000.000,00	60.000.000,00	81.600.000,00	141.600.000,00
2020	180.000.000,00	60.000.000,00	61.200.000,00	121.200.000,00
2021	120.000.000,00	60.000.000,00	40.800.000,00	100.800.000,00
2022	60.000.000,00	60.000.000,00	20.400.000,00	80.400.000,00

11	Ingresos no operacionales	22.193.884
----	---------------------------	------------

Table 18 Datos 2017

3.4.1 PROYECCION AÑO 2018

PROYECCION AÑO 2018

Variable	2018
IPC	8,5%
Gastos de Ventas	6,0%
Gastos operacionales	5,0%

1	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	COMPRA INVENTARIOS	32.000	325.500	10.416.000.000,00
2				
	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	Venta de Inventarios	36.210	347.200	12.572.112.000,00
	Costo de ventas	36.210	325.500	11.786.355.000,00
3	Gastos de administración sin depreciación			366.274.675
4	Gasto por depreciación			37.006.195
5	Gastos Operacionales de Ventas			280.465.057
6	Obligaciones financieras abono a capital			60.000.000
7	Obligaciones financieras pago de intereses			81.600.000
	Pago impuestos por pagar			58.656.712
	Pago obligaciones laborales			24.201.416
	Cancelacion del anticipo de renta parcial			117.227.293
	Pago dividendos			100.000.000

Table 19 Proyección año 2018

3.4.2 PROYECCION AÑO 2019

Para los años siguientes se tomaron los mismos criterios, con variaciones en compras de inventarios para mantener un stock adecuado. A continuación, presentamos los cálculos realizados para cada periodo.

PROYECCION AÑO 2019

Variable	2019
IPC	5,0%
Gastos de Ventas	6,0%
Gastos operacionales	5,0%
Gastos Financieros y Administrativos	5,0%
Incremento en las compras	5,0%

1	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	COMPRA INVENTARIOS	38.021	341.775	12.994.456.387,50

2 VENTA DE MERCANCÍAS

	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	Venta de Inventarios	38.021	364.560	13.860.753.480,00
	costo de ventas	38.021	341.775	12.994.456.387,50

3	Gastos de administración sin depreciación			384.588.409
4	Gasto por depreciación			37.006.195
5	Gastos Operacionales de Ventas			294.488.310
6	Obligaciones financieras abono a capital			60.000.000
7	Obligaciones financieras pago de intereses			61.200.000

	Pago de cuentas por pagar antiguas			50.000.000
	Pago de proveedores antiguos			200.000.000
	Pago dividendos			80.000.000

Table 20 Proyeccion año 2019

3.4.3 PROYECCION AÑO 2020

PROYECCION AÑO 2020

Variable	2020
IPC	5,0%
Gastos de Ventas	6,0%
Gastos operacionales	5,0%
Gastos Financieros y Administrativos	5,0%
Incremento en las compras	5,0%
incremento en la compra de inventarios	4,5%
Incremento en el nivel de ventas	5,0%

1	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	COMPRA INVENTARIOS	39.731	358.864	14.258.167.271,18

VENTA DE MERCANCIAS

2	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	Venta de Inventarios	39.922	382.788	15.281.480.711,70
	Costo de ventas	39.922	358.864	14.326.388.167,22

3	Gastos de administración sin depreciación			403.817.830
4	Gasto por depreciación			37.006.195
5	Gastos Operacionales de Ventas			309.212.725
6	Obligaciones financieras abono a capital			60.000.000
7	Obligaciones financieras pago de intereses			40.800.000

	Pago de cuentas por pagar antiguas			30.000.000
	Pago de proveedores antiguos			30.000.000

	Pago dividendos			60.000.000
--	-----------------	--	--	------------

Table 21 Proyeccion año 2020

3.4.4 PROYECCION AÑO 2021

PROYECCION AÑO 2021

Variable	2021
IPC	5,0%
Gastos de Ventas	6,0%
Gastos operacionales	5,0%
Gastos Financieros y Administrativos	5,0%
Incremento en las compras	5,0%
incremento en la compra de inventarios	5,0%
Incremento en el nivel de ventas	5,0%

1	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	COMPRA INVENTARIOS	41.718	376.807	15.719.629.416,48

VENTA DE MERCANCÍAS

2	CONCEPTO	UNIDADES	VR UNITARIO	VR TOTAL
	Venta de Inventarios	41.918	401.927	16.847.832.484,65
	Costo de ventas	41.918	376.807	15.794.842.954,36

3	Gastos de administración sin depreciación			424.008.721
4	Gasto por depreciación			37.006.195
5	Gastos Operacionales de Ventas			324.673.362
6	Obligaciones financieras abono a capital			60.000.000
7	Obligaciones financieras pago de intereses			20.400.000

	Pago de cuentas por pagar antiguas			30.000.000
	Pago de proveedores antiguos			50.000.000

	Pago dividendos			110.000.000
--	-----------------	--	--	-------------

	Impuesto de renta			52.176.313
--	-------------------	--	--	------------

Table 22 Proyección año 2021

3.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

3.5.1 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

El resultado de aplicar las estimaciones a los saldos iniciales de 2017 y plasmarlos en 2018,2019,2020 y 2021 son:

<u>ESTADO DE RESULTADOS</u>				
INGRESOS	2.018	2.019	2.020	2.021
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	12.572.112.000	13.860.753.480	15.281.480.712	16.847.832.485
VENTAS NETAS	12.572.112.000	13.860.753.480	15.281.480.712	16.847.832.485
COSTO DE VENTAS materiales	11.786.355.000	12.994.456.388	14.326.388.167	15.794.842.954
TOTAL COSTO DE VENTAS	11.786.355.000	12.994.456.388	14.326.388.167	15.794.842.954
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	785.757.000	866.297.093	955.092.544	1.052.989.530
GASTOS				
Gastos Operacionales de Administración	366.274.675	384.588.409	403.817.830	424.008.721
Gasto depreciación	37.006.195	37.006.195	37.006.195	37.006.195
Gastos Operacionales de Ventas	280.465.057	294.488.310	309.212.725	324.673.362
TOTAL GASTOS	683.745.927	716.082.914	750.036.750	785.688.278
UTILIDAD OPERACIONAL	102.011.073	150.214.179	205.055.795	267.301.253
NO OPERACIONALES (Ingresos)				
EGRESOS (Intereses)	102.000.000	61.200.000	40.800.000	20.400.000
TOTAL NO OPERACIONALES	-102.000.000	-61.200.000	-40.800.000	-20.400.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	11.073	89.014.179	164.255.795	246.901.253
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	3.654	29.374.679	54.204.412	81.477.413
GANANCIAS O PERDIDAS	7.419	59.639.500	110.051.382	165.423.839
RESERVA LEGAL				
UTILIDAD NETA	7.419	59.639.500	110.051.382	165.423.839

Table 23 Proyección estado de resultados 2018-2021

3.5.2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El resultado de aplicar las estimaciones a los saldos iniciales de 2017 y plasmarlos en 2018,2019,2020 y 2021 son:

<u>BALANCE GENERAL</u>				
ACTIVO	2.018	2.019	2.020	2.021
Disponible	264.980.545	1.000.918	90.483.804	177.428.476
Clientes	4.535.267	4.535.267	4.535.267	4.535.267
Anticipo de renta	31.406.432	31.406.432	31.406.432	0
Inventarios	295.162.322	295.162.322	226.941.426	151.727.888
ACTIVO CORRIENTE	596.084.566	332.104.939	353.366.929	333.691.631
Propiedades, planta y equipo	459.323.987	459.323.987	459.323.987	459.323.987
Depreciación	-131.606.963	-168.613.158	-205.619.353	-242.625.547
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	327.717.024	290.710.829	253.704.634	216.698.440
TOTAL ACTIVO	923.801.590	622.815.768	607.071.563	550.390.071
PASIVO				
Proveedores	291.004.206	91.004.206	61.004.206	11.004.206
Impuestos gravámenes y tasas	0	0		
obligaciones laborales	0	0		
anticipos	3.133.068	3.133.068	3.133.068	3.133.068
PASIVO CORRIENTE	294.137.274	94.137.274	64.137.274	14.137.274
Obligaciones Financieras	240.000.000	180.000.000	120.000.000	60.000.000
cuentas por pagar	92.650.005	42.650.005	12.650.005	12.650.005
provisión de renta	3.654	29.378.333	83.582.745	81.477.413
PASIVO NO CORRIENTE	332.653.659	252.028.338	216.232.750	154.127.418
TOTAL PASIVO	626.790.933	346.165.612	280.370.024	168.264.692
PATRIMONIO				
Aportes sociales	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000
Reserva legal	7.692.303	7.692.303	7.692.303	7.692.303
Resultados ejercicios anteriores	89.310.935	9.318.354	8.957.853	9.009.236
Resultados del ejercicio	7.419	59.639.500	110.051.382	165.423.839
TOTAL PATRIMONIO	297.010.657	276.650.156	326.701.539	382.125.378
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	923.801.590	622.815.768	607.071.563	550.390.071

Table 24 Proyección situación financiera 2018-2021

3.5.3 FLUJOS DE EFECTIVO

A continuación, presentamos los flujos de efectivo estimados para 2018,2019,2020 y 2021:

<u>ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO</u>				
FLUJO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	2.018	2.019	2.020	2.021
INGRESOS				
Ventas de Contado	12.572.112.000	13.860.753.480	15.281.480.712	16.847.832.485
Recaudos de cartera				
TOTAL INGRESOS DE OPERACIÓN	12.572.112.000	13.860.753.480	15.281.480.712	16.847.832.485
DESEMBOLSOS				
Proveedores (compras del año)	10.416.000.000	12.994.456.388	14.258.167.271	15.719.629.416
Proveedores (saldo en balance)	1.000.000.000	200.000.000	30.000.000	50.000.000
Gastos de ventas	280.465.057	294.488.310	309.212.725	324.673.362
Gastos de administración	366.274.675	384.588.409	403.817.830	424.008.721
Impuestos	58.656.712			
Obligaciones laborales	24.201.416			
cuentas por pagar a socios				
Cuentas por pagar	250.000.000	50.000.000	30.000.000	0
Impuesto de renta				52.176.313
TOTAL DESEMBOLSOS DE OPERACIÓN	12.395.597.860	13.923.533.106	15.031.197.826	16.570.487.812
TOTAL FLUJO DE OPERACIÓN	176.514.140	-62.779.626	250.282.886	277.344.672
FLUJO DE ACTIVIDADES DE INVERSION				
INGRESOS				
Intereses				
Venta de inversiones				
TOTAL INGRESOS DE INVERSION		0	0	0
DESEMBOLSOS				
TOTAL DESEMBOLSOS DE INVERSION	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE INVERSION	0	0	0	0
FLUJO DE ACTIVIDADES DE FINANCIACION				
INGRESOS				
Intereses sobre préstamos				
Adquisición préstamos bancarios				
Colocación de acciones o cuotas				
TOTAL INGRESOS DE FINANCIACION	0	0	0	0
DESEMBOLSOS				
Pago Intereses Préstamos	102.000.000	61.200.000	40.800.000	20.400.000
Abono a Capital	60.000.000	60.000.000	60.000.000	60.000.000
Dividendos	100.000.000	80.000.000	60.000.000	110.000.000
TOTAL DESEMBOLSOS DE FINANCIACION	262.000.000	201.200.000	160.800.000	190.400.000
TOTAL FLUJO DE FINANCIACION	-262.000.000	-201.200.000	-160.800.000	-190.400.000
AUMENTO O DISMINUCION EFECTIVO PERIODO	-85.485.860	-263.979.626	89.482.886	86.944.672
SALDO INICIAL	350.466.405	264.980.545	1.000.918	90.483.804
TOTAL FLUJO DE OPERACIÓN	176.514.140	-62.779.626	250.282.886	277.344.672
TOTAL FLUJO DE INVERSION	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE FINANCIACION	-262.000.000	-201.200.000	-160.800.000	-190.400.000
SALDO FINAL	264.980.545	1.000.918	90.483.804	177.428.476

Table 25 Proyección flujo de efectivo 2018-2019

3.6 ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL AÑOS 2018,2019,2020 Y 2021

3.6.1 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		ANALISIS VERTICAL									
ACTIVO	2.018	2.018	2.019	2.019	2.020	2.020	2.021	2.021	2.022	2.022	
Disponible	264.980.545	28,7%	1.000.918	0,2%	90.483.804	14,9%	177.428.476	32,2%	429.691.439	63,4%	
Clientes	4.535.267	0,5%	4.535.267	0,7%	4.535.267	0,7%	4.535.267	0,8%	0	0,0%	
Anticipo de renta	31.406.432	3,4%	31.406.432	5,0%	31.406.432	5,2%	0	0,0%	0	0,0%	
Inventarios	295.162.322	32,0%	295.162.322	47,4%	226.941.426	37,4%	151.727.888	27,6%	68.804.963	10,1%	
		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%	
ACTIVO CORRIENTE	596.084.566	64,5%	332.104.939	53,3%	353.366.929	58,2%	333.691.631	60,6%	498.496.402	73,5%	
Propiedades, planta y equipo	459.323.987	49,7%	459.323.987	73,7%	459.323.987	75,7%	459.323.987	83,5%	459.323.987	67,7%	
Depreciación	-131.606.963	-14,2%	-168.613.158	-27,1%	-205.619.353	-33,9%	-242.625.547	-44,1%	-279.631.742	-41,2%	
Valorizaciones											
ACTIVO NO CORRIENTE	327.717.024	35,5%	290.710.829	46,7%	253.704.634	41,8%	216.698.440	39,4%	179.692.245	26,5%	
TOTAL ACTIVO	923.801.590	100,0%	622.815.768	100,0%	607.071.563	100,0%	550.390.071	100,0%	678.188.646	100,0%	
PASIVO											
Proveedores	291.004.206	31,5%	91.004.206	14,6%	61.004.206	10,0%	11.004.206	2,0%	1.004.206	0,1%	
Impuestos gravámenes y tasas	0	0,0%	0	0,0%		0,0%		0,0%		0,0%	
obligaciones laborales	0	0,0%	0	0,0%		0,0%		0,0%		0,0%	
anticipos	3.133.068	0,3%	3.133.068	0,5%	3.133.068	0,5%	3.133.068	0,6%	3.133.068	0,5%	
PASIVO CORRIENTE	294.137.274	31,8%	94.137.274	15,1%	64.137.274	10,6%	14.137.274	2,6%	4.137.274	0,6%	
Obligaciones Financieras	240.000.000	26,0%	180.000.000	28,9%	120.000.000	19,8%	60.000.000	10,9%	0	0,0%	
cuentas por pagar	92.650.005	10,0%	42.650.005	6,8%	12.650.005	2,1%	12.650.005	2,3%	12.650.005	1,9%	
provisión de renta	3.654		29.378.333		83.582.745		81.477.413		192.950.943		
PASIVO NO CORRIENTE	332.653.659	36,0%	252.028.338	40,5%	216.232.750	35,6%	154.127.418	28,0%	205.600.948	30,3%	
TOTAL PASIVO	626.790.933	67,8%	346.165.612	55,6%	280.370.024	46,2%	168.264.692	30,6%	209.738.222	30,9%	
PATRIMONIO											
Aportes sociales	200.000.000	21,6%	200.000.000	32,1%	200.000.000	32,9%	200.000.000	36,3%	200.000.000	29,5%	
Reserva legal	7.692.303	0,8%	7.692.303	1,2%	7.692.303	1,3%	7.692.303	1,4%	7.692.303		
Resultados ejercicios anteriores	89.310.935	9,7%	9.318.354	1,5%	8.957.853	1,5%	9.009.236	1,6%	34.433.075	5,1%	
Resultados del ejercicio	7.419	0,0%	59.639.500	9,6%	110.051.382	18,1%	165.423.839	30,1%	226.325.046	33,4%	
TOTAL PATRIMONIO	297.010.657	32,2%	276.650.156	44,4%	326.701.539	53,8%	382.125.378	69,4%	468.450.424	69,1%	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	923.801.590	100,0%	622.815.768	100,0%	607.071.563	100,0%	550.390.071	100,0%	678.188.646	100,0%	

Table 26 Situación financiera Análisis vertical 2018-2021

3.6.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2018

Consiste en determinar el peso proporcional (en porcentaje) que tiene cada cuenta dentro del estado financiero analizado de arriba hacia abajo tomando para el estado de situación financiera el activo total como el 100%. Esto permite determinar la composición y estructura de los estados financieros.

En primer lugar, analizaremos las cifras del estado de situación financiera presentado por la compañía con corte a diciembre 31 de 2018.

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 con un total de activos de \$923,8 millones (100%), de los cuales el 64,5% lo representan activos corrientes por \$596,0 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$295,6 millones participando en un 32,0% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de larga duración por \$327,7 millones plazo participan en el 35,5% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 67,8% de los activos con un valor de \$626,7 millones lo que refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 31,8% con \$294,1 millones de las obligaciones, mientras que las obligaciones a largo plazo con \$ 332,6 millones representan el 36% del activo total.

Dentro de los pasivos corrientes, los proveedores constituyen el mayor rubro que con un valor de \$291,0 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos, su participación es de 31,5% sobre el total de los activos.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$297,0 millones representa el 32,2% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200 millones (21,6%); Tiene una Reserva legal de \$7,4 millones; resultados de ejercicios anteriores \$89,3 millones (9,7%) y resultados del ejercicio \$7,4 millones.

3.6.1.2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2019

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 de 2019 con un total de activos de \$622,8 millones (100%), de los cuales el 53,3% lo representan activos corrientes con \$332,1 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$295,1 millones participando en un 47,4% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de larga duración por \$290,7 millones plazo participan en el 46,7% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 55,6% de los activos con un valor de \$346,1 millones lo que refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 15,1% con \$94,1 millones de las obligaciones, mientras que las obligaciones a largo plazo con \$ 252,0 millones representan el 40,5% del activo total.

Dentro de los pasivos corrientes, Los proveedores constituyen el mayor rubro que con un valor de \$91,0 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos, su participación es de 14,6% sobre el total de los activos.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$276,6 millones representa el 44,4% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200 millones (32,1%); y resultados del ejercicio por \$59,6 millones (9,6%).

3.6.1.3 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 2020

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 de 2020 con un total de activos de \$607,7 millones (100%), de los cuales el 58,2% lo representan activos corrientes por \$353,6 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$226,9 millones participando en un 37,4% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de larga duración por \$253,7 millones plazo participan en el 41,8% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 46,2% de los activos con un valor de \$216,2 millones lo que refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 10,6% con \$64,7 millones de las obligaciones,

Dentro de los pasivos corrientes, los proveedores constituyen el mayor rubro que con un valor de \$61,4 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos, su participación es de 10,0% sobre el total de los activos.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$326,7 millones representa el 53,8% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200 millones (32,9%); resultados de ejercicios anteriores \$8,9 millones (1,5%) y resultados del ejercicio por \$110,1 millones (18,1%)

3.6.1.4 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA 2021

ACTIVOS

La compañía cierra sus operaciones diciembre 31 de 2021 con un total de activos de \$550,3 millones (100%), de los cuales el 60,6% lo representan activos corrientes por \$333,6 millones. El rubro más representativo lo constituyen los inventarios por \$151,7 millones participando en un 27,6% del total del activo.

A su vez los activos no corrientes o de largo por \$216,6 millones plazo participan en el 39,4% sobre el total de los activos, compuesto por propiedades planta y equipo y su respectiva depreciación.

PASIVO

Los Pasivos totales representan el 30,6% de los activos con un valor de \$168,2 millones lo refleja una gran porción de endeudamiento con terceros. El pasivo corriente representa el 2,6% con \$14,7 millones de las obligaciones mientras que las obligaciones a largo plazo con \$ 154,2 millones representan el 28% del activo total.

Dentro de los pasivos corrientes, los proveedores constituyen el mayor rubro que con un valor de \$110,4 millones, los cuales se pueden explicar por el alto volumen de inventarios adquiridos.

La porción de deuda a largo plazo se tienen obligaciones financieras por \$60 millones y provisión de renta por \$81,4 millones.

PATRIMONIO

El valor de propiedad de los socios y accionistas dentro de la compañía de \$382,1 millones representa el 69,4% del total de los activos. Su composición es de aportes sociales por \$200 millones (36,3%); Reserva legal \$7,6 millones (1,4%); resultados de ejercicios anteriores \$9,3 millones (1,6%) y resultados del ejercicio \$165,4 millones (30,1%).

3.6.2 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS AÑOS 2018,2019,2020 Y 2021

ESTADO DE RESULTADOS										
	2.018	2.018	2.019	2.019	2.020	2.020	2.021	2.021	2.022	2.022
INGRESOS										
INGRESOS OPERACIONALES										
Ventas	12.572.112.000	100,0%	13.860.753.480	100,0%	15.281.480.712	100,0%	16.847.832.485	100,0%	18.574.735.314	100,0%
VENTAS NETAS	12.572.112.000	100,0%	13.860.753.480	100,0%	15.281.480.712	100,0%	16.847.832.485	100,0%	18.574.735.314	100,0%
COSTO DE VENTAS materiales	11.786.355.000	93,8%	12.994.456.388	93,8%	14.326.388.167	93,8%	15.794.842.954	93,8%	17.413.814.357	93,8%
TOTAL COSTO DE VENTAS	11.786.355.000	93,8%	12.994.456.388	93,8%	14.326.388.167	93,8%	15.794.842.954	93,8%	17.413.814.357	93,8%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	785.757.000	6,3%	866.297.093	6,3%	955.092.544	6,3%	1.052.989.530	6,3%	1.160.920.957	6,3%
GASTOS										
Gastos Operacionales de Administración	366.274.675	2,9%	384.588.409	2,8%	403.817.830	2,6%	424.008.721	2,5%	445.209.157	2,4%
Gasto depreciación	37.006.195	0,3%	37.006.195	0,3%	37.006.195	0,2%	37.006.195	0,2%	37.006.195	0,2%
Gastos Operacionales de Ventas	280.465.057	2,2%	294.488.310	2,1%	309.212.725	2,0%	324.673.362	1,9%	340.907.030	1,8%
TOTAL GASTOS	683.745.927	5,4%	716.082.914	5,2%	750.036.750	4,9%	785.688.278	4,7%	823.122.382	4,4%
UTILIDAD OPERACIONAL	102.011.073	0,8%	150.214.179	1,1%	205.055.795	1,3%	267.301.253	1,6%	337.798.575	1,8%
NO OPERACIONALES (Ingresos)		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%
EGRESOS (Intereses)	102.000.000	0,8%	61.200.000	0,4%	40.800.000	0,3%	20.400.000	0,1%	0	0,0%
TOTAL NO OPERACIONALES	-102.000.000	-0,8%	-61.200.000	-0,4%	-40.800.000	-0,3%	-20.400.000	-0,1%	0	0,0%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	11.073	0,0%	89.014.179	0,6%	164.255.795	1,1%	246.901.253	1,5%	337.798.575	1,8%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	3.654	0,0%	29.374.679	0,2%	54.204.412	0,4%	81.477.413	0,5%	111.473.530	0,6%
GANANCIAS O PERDIDAS	7.419	0,0%	59.639.500	0,4%	110.051.382	0,7%	165.423.839	1,0%	226.325.046	1,2%
RESERVA LEGAL										
UTILIDAD NETA	7.419	0,0%	59.639.500	0,4%	110.051.382	0,7%	165.423.839	1,0%	226.325.046	1,2%

Table 27 Análisis vertical situación financiera 2018-2021

3.6.2.1 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2018

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$12.572,1 millones.

El costo de ventas por \$2.831,1 millones representan el 72,4% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 27,6% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$895,9 millones representan el 22,9% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$883,9 millones que representan el 22,6% del total de las ventas y gastos de ventas por \$11,9 millones generan el 0,3% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$183,6 millones representa el 4,7% del total de ventas.

La utilidad antes de impuestos de \$126,0 millones representa el 3,2% del total de las ventas, los impuestos de \$14,0 millones equivalen al 0,4% del total de las ventas.

Finalmente, la utilidad neta de \$112,0 millones representa el 2,9% del total de las ventas.

3.6.2.2 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2019

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$13.860,7 millones.

El costo de ventas por \$12.994,4 millones representan el 93,8% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 6,3% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$716,0 millones representan el 5,2% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$384,5 millones que representan el 2,8% del total de las ventas y gastos de ventas por \$294,8 millones generan el 2,1% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$150,2 millones representa el 1,1% del total de ventas.

La utilidad antes de impuestos de \$89,0 millones representa el 0,6% del total de las ventas, los impuestos de \$29,3 millones equivalen al 0,2% del total de las ventas.

Finalmente, la utilidad neta de \$59,6 millones representa el 0,4% del total de las ventas.

3.6.2.3 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2020

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$15.281,4 millones.

El costo de ventas por \$14.326,3 millones representan el 93,8% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 6,3% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$750,6 millones representan el 4,9% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$403,8 millones que representan el

2,6% del total de las ventas y gastos de ventas por \$309,2 millones generan el 2,0% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$205,5 millones representa el 1,3% del total de ventas.

La utilidad antes de impuestos de \$164,2 millones representa el 1,1% del total de las ventas, los impuestos de \$54,2 millones equivalen al 0,4% del total de las ventas.

Finalmente, la utilidad neta de \$110,5 millones representa el 0,7% del total de las ventas.

3.6.2.4 ESTADO DE RESULTADO AÑO 2021

El Estado de resultado se lee de arriba hacia abajo y tomando las ventas como el factor de comparación (100%). Las ventas netas del periodo fueron de \$16.847,3 millones.

El costo de ventas por \$15.794,8 millones representan el 93,8% del total de las ventas, esto quiere decir que generan un margen de contribución del 6,3% sobre los cuales la compañía deberá sufragar los gastos e impuestos y así mismo tener excedentes para ser distribuidos.

El total de gastos de \$785,6 millones representan el 4,7% del total de las ventas y se discriminan en gastos operacionales de administración por \$424,0 millones que representan el 2,5% del total de las ventas y gastos de ventas generan el 1,9% de participación de las ventas.

La utilidad operacional generada en el año de \$267,3 millones representa el 1,6% del total de ventas.

3.6.3 ANÁLISIS HORIZONTAL 2018 – 2019

El Análisis horizontal es la explicación de los movimientos que surgieron de un periodo a otro, se denominan variaciones. Tenemos las variaciones absolutas que son las diferencias numéricas entre un periodo y otro y las variaciones relativas que representan el impacto porcentual entre dos periodos.

3.6.3.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS

El total del activo en el último año de \$622,8 millones sufrió una disminución de \$300,9 millones (-32,6%) entre el 2018 y el 2019 pasando de \$923,8 millones a \$622.815. La afectación mayor se dio en los rubros de corto plazo, en donde los activos corrientes pasaron de \$596 millones a \$332 millones, esto representa una variación absoluta de \$-263,9 millones y una variación relativa de -44% representado en la disminución del rubro del disponible. Por su parte los clientes y los inventarios conservaron su valor.

En relación con los activos de larga duración con una variación relativa total del 11,3%, la afectación se da en el reconocimiento de la depreciación por uso, desgaste o deterioro, que pasó de \$131,6 millones a \$168,6 millones, con una variación relativa del 28,1% y una absoluta de \$37 millones.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA				
ACTIVO	2.018	2.019	Horizontal	
			variación absoluta	variación relativa
Disponible	264.980.545	1.000.918	-263.979.626	-100%
Cientes	4.535.267	4.535.267	0	0%
Anticipo de renta	31.406.432	31.406.432	0	0%
Inventarios	295.162.322	295.162.322	0	0%
ACTIVO CORRIENTE	596.084.566	332.104.939	-263.979.626	-44,3%
Propiedades, planta y equipo	459.323.987	459.323.987	0	0,0%
Depreciación	-131.606.963	-168.613.158	-37.006.195	28,1%
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	327.717.024	290.710.829	-37.006.195	-11,3%
TOTAL ACTIVO	923.801.590	622.815.768	-300.985.821	-32,6%
PASIVO				
Proveedores	291.004.206	91.004.206	-200.000.000	-68,7%
Impuestos gravámenes y tasas	0	0	0	0,0%
obligaciones laborales	0	0	0	0,0%
anticipos	3.133.068	3.133.068	0	0,0%
PASIVO CORRIENTE	294.137.274	94.137.274	-200.000.000	-68,0%
Obligaciones Financieras	240.000.000	180.000.000	-60.000.000	-25,0%
cuentas por pagar	92.650.005	42.650.005	-50.000.000	-54,0%
provisión de renta	3.654	29.378.333	29.374.679	803900%
PASIVO NO CORRIENTE	332.653.659	252.028.338	-80.625.321	-24,2%
TOTAL PASIVO	626.790.933	346.165.612	-280.625.321	-44,8%
PATRIMONIO				
Aportes sociales	200.000.000	200.000.000	0	0,0%
Reserva legal	7.692.303	7.692.303	0	0,0%
Resultados ejercicios anteriores	89.310.935	9.318.354	-79.992.581	-89,6%
Resultados del ejercicio	7.419	59.639.500	59.632.081	803800%
			0	
TOTAL PATRIMONIO	297.010.657	276.650.156	-20.360.500	-6,9%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	923.801.590	622.815.768	-300.985.821	-32,6%

Table 28 Análisis horizontal situación financiera 2018-2019

PASIVO

El pasivo total durante los periodos evaluados presentó una disminución porcentual del 44,8% por valor de \$280,6 millones, de los cuales se vio afectada en la Proción corriente por \$200 millones (68%) como consecuencia del pago de proveedores, y en la Proción de largo plazo fue disminuido en \$80,6 millones (24,2%) como consecuencia de la amortización a capital del préstamo bancario por 60 millones situación que hizo que los créditos bancarios se redujeran en un 25%, así como la disminución en la provisión de renta.

PATRIMONIO

El patrimonio entre el año 2018 y 2019 presentó una disminución de \$20,3 millones, esto representa una variación del -6,9% en relación con el año inicial. Los aportes sociales no tuvieron variación, mientras que la cuenta de resultados de ejercicios anteriores se vio disminuida en \$79,9 millones como consecuencia de la distribución de utilidades a los socios. Por su parte las utilidades del ejercicio actual fueron de \$69,6 millones.

3.6.3.2 ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS				
	2.019	2.020	v absoluta	relativa
INGRESOS				
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	13.860.753.480	15.281.480.712	1.420.727.232	10,3%
			0	
VENTAS NETAS	13.860.753.480	15.281.480.712	1.420.727.232	10,3%
COSTO DE VENTAS materiales	12.994.456.388	14.326.388.167	1.331.931.780	10,3%
TOTAL COSTO DE VENTAS	12.994.456.388	14.326.388.167	1.331.931.780	10,3%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	866.297.093	955.092.544	88.795.452	10,3%
GASTOS				
Gastos Operacionales de Administración	384.588.409	403.817.830	19.229.420	5,0%
Gasto depreciación	37.006.195	37.006.195		
Gastos Operacionales de Ventas	294.488.310	309.212.725	14.724.415	5,0%
TOTAL GASTOS	716.082.914	750.036.750	33.953.836	4,7%
UTILIDAD OPERACIONAL	150.214.179	205.055.795	54.841.616	36,5%
NO OPERACIONALES (Ingresos)			0	
EGRESOS (Intereses)	61.200.000	40.800.000	-20.400.000	-33,3%
TOTAL NO OPERACIONALES	-61.200.000	-40.800.000	20.400.000	-33,3%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	89.014.179	164.255.795	75.241.616	84,5%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	29.374.679	54.204.412	24.829.733	84,5%
GANANCIAS O PERDIDAS	59.639.500	110.051.382	50.411.883	84,5%
RESERVA LEGAL			0	
UTILIDAD NETA	59.639.500	110.051.382	50.411.883	84,5%

Table 29 Análisis horizontal estado de resultados 2019-2020

Las ventas de la compañía tuvieron una variación absoluta de \$1.288,6 millones pasando de \$12.572,1 millones en el 2018 a \$13.860,7 millones en el 2019, con una variación del 10%.

El costo de ventas se tuvo una variación del 10% entre el 2018 y el 2019 pasando de \$11.786,3 millones a \$12.994,4 millones en el 2019, con una variación del 10%.

Los gastos de operación sufrieron un incremento del 5% pasando de \$683,7 millones en el 2018 a \$716,0 millones en el 2019 como consecuencia del incremento en los gastos de administración del 5% pasando de \$366,2 millones a \$384,5 millones para el 2019, a su vez los gastos de ventas crecieron \$14,0 millones en relación con el 2018.

Los gastos financieros disminuyeron en 40% pasando de \$102,0 millones en el 2018 a \$61,0 millones en el 2019 como consecuencia de la disminución de capital de la deuda entre un año y otro.

La utilidad neta se incrementó en 803.800% pasando de \$0,1 millones en el 2018 a \$59,6 millones en el 2019 como consecuencia del logro del punto de equilibrio en el año anterior y la generación de utilidades para el año actual.

3.6.4 ANÁLISIS HORIZONTAL 2019 – 2020

3.6.4.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		ANALISIS HORIZONTAL		
ACTIVO	2.019	2.020	v absoluta	relativa
Disponible	1.000.918	90.483.804	89.482.886	8940,1%
Clientes	4.535.267	4.535.267	0	0,0%
Anticipo de renta	31.406.432	31.406.432	0	0,0%
Inventarios	295.162.322	226.941.426	-68.220.896	-23,1%
ACTIVO CORRIENTE	332.104.939	353.366.929	21.261.990	6,4%
Propiedades, planta y equipo	459.323.987	459.323.987	0	0,0%
Depreciación	-168.613.158	-205.619.353	-37.006.195	21,9%
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	290.710.829	253.704.634	-37.006.195	-12,7%
TOTAL ACTIVO	622.815.768	607.071.563	-15.744.205	-2,5%
PASIVO				
Proveedores	91.004.206	61.004.206	-30.000.000	-33,0%
Impuestos gravámenes y tasas	0		0	
obligaciones laborales	0		0	
anticipos	3.133.068	3.133.068	0	0,0%
PASIVO CORRIENTE	94.137.274	64.137.274	-30.000.000	-31,9%
Obligaciones Financieras	180.000.000	120.000.000	-60.000.000	-33,3%
cuentas por pagar	42.650.005	12.650.005	-30.000.000	-70,3%
provisión de renta	29.378.333	83.582.745	54.204.412	184,5%
PASIVO NO CORRIENTE	252.028.338	216.232.750	-35.795.588	-14,2%
TOTAL PASIVO	346.165.612	280.370.024	-65.795.588	-19,0%
PATRIMONIO				
Aportes sociales	200.000.000	200.000.000	0	0,0%
Reserva legal	7.692.303	7.692.303	0	0,0%
Resultados ejercicios anteriores	9.318.354	8.957.853	-360.500	-3,8%
Resultados del ejercicio	59.639.500	110.051.382	50.411.883	84,5%
TOTAL PATRIMONIO	276.650.156	326.701.539	50.051.382	18,1%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	622.815.768	607.071.563	-15.744.205	-2,5%

Table 30 Análisis horizontal situación financiera 2019-2020

ACTIVOS

El total del activo de \$ 607,7 millones sufrió una disminución de \$15,7 millones (-2,5%) pasando de \$622,8 millones a \$607,7 millones. La afectación mayor se dio en los rubros de corto plazo, en donde se disminuyó el nivel de inventarios pasando de \$295,1 millones a \$226,9 millones, esto representa una variación relativa de -\$23,1 millones

En relación con los activos de larga duración con una variación relativa total del -12,7

9%, la afectación se da en el reconocimiento de la depreciación por uso, desgaste o deterioro, que pasó de \$168,6 millones a \$205,6 millones.

PASIVO

El pasivo total durante los periodos evaluados presentó una disminución porcentual del 19,0% por valor de \$65,7 millones, de los cuales se vio afectada en la Proción corriente por \$30 millones (-33,0%) como consecuencia del pago de proveedores, y en la Proción de largo plazo disminuyó \$35,7 millones (14,2%) como consecuencia de la amortización de obligaciones financieras y cancelación de cuentas por pagar.

PATRIMONIO

El patrimonio presentó un aumento del 18,5% pasando de \$276, millones a \$326,7 millones por concepto de la generación de utilidades del ejercicio por \$110,5 millones.

3.6.4.2 ESTADO DE RESULTADOS 2019-2020

ESTADO DE RESULTADOS				
	2.019	2.020	v absoluta	relativa
INGRESOS				
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	13.860.753.480	15.281.480.712	1.420.727.232	10,3%
VENTAS NETAS	13.860.753.480	15.281.480.712	1.420.727.232	10,3%
COSTO DE VENTAS materiales	12.994.456.388	14.326.388.167	1.331.931.780	10,3%
TOTAL COSTO DE VENTAS	12.994.456.388	14.326.388.167	1.331.931.780	10,3%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	866.297.093	955.092.544	88.795.452	10,3%
GASTOS				
Gastos Operacionales de Administración	384.588.409	403.817.830	19.229.420	5,0%
Gasto depreciación	37.006.195	37.006.195		
Gastos Operacionales de Ventas	294.488.310	309.212.725	14.724.415	5,0%
TOTAL GASTOS	716.082.914	750.036.750	33.953.836	4,7%
UTILIDAD OPERACIONAL	150.214.179	205.055.795	54.841.616	36,5%
NO OPERACIONALES (Ingresos)			0	
EGRESOS (Intereses)	61.200.000	40.800.000	-20.400.000	-33,3%
TOTAL NO OPERACIONALES	-61.200.000	-40.800.000	20.400.000	-33,3%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	89.014.179	164.255.795	75.241.616	84,5%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	29.374.679	54.204.412	24.829.733	84,5%
GANANCIAS O PERDIDAS	59.639.500	110.051.382	50.411.883	84,5%
RESERVA LEGAL			0	
UTILIDAD NETA	59.639.500	110.051.382	50.411.883	84,5%

Table 31 Análisis horizontal estado de resultados 2019-2020

Las ventas de la compañía tuvieron una variación absoluta de \$1.420,7 millones pasando de \$13.860,7 millones a \$15.281,4 millones, con una variación del 10,3%.

El costo de ventas se tuvo una variación del 10,3% pasando de \$12.994,4 millones a \$14.326,3 millones.

Los gastos de operación se incrementaron en un 4,7% pasando de \$716,8 millones a \$750,3 millones.

Los gastos financieros se redujeron en \$20,4 millones (33,3%) pasando de \$61,2 millones a \$40,8 millones.

La utilidad neta se incrementó en 84,5% pasando de \$59,6 millones a \$110,0 millones como consecuencia del adecuado manejo de los gastos que se vieron reducidos de un periodo a otro.

3.6.4.3 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA 2020-2021

ACTIVOS

El total del activo sufrió una disminución de \$19,6 millones (-5,6%) pasando de \$607,0 millones a \$550,3 millones. La afectación mayor se dio en el rubro de propiedades, planta y equipo como consecuencia de la disminución en inventarios, el cruce de anticipo de renta y la afectación de la cuenta de depreciación acumulada.

PASIVO

El pasivo total durante los periodos evaluados presentó una disminución del 28,7% pasando de \$280,3 millones a \$168,2 millones. Por el pago de proveedores por \$50 así como la disminución de las obligaciones financieras que pasaron de \$120 millones a \$60 millones.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA		ANALISIS HORIZONTAL		
ACTIVO	2.020	2.021	v absoluta	relativa
Disponible	90.483.804	177.428.476	86.944.672	96,1%
Cientes	4.535.267	4.535.267	0	0,0%
Anticipo de renta	31.406.432	0	-31.406.432	-100,0%
Inventarios	226.941.426	151.727.888	-75.213.538	-33,1%
ACTIVO CORRIENTE	353.366.929	333.691.631	-19.675.298	-5,6%
Propiedades, planta y equipo	459.323.987	459.323.987	0	0,0%
Depreciación	-205.619.353	-242.625.547	-37.006.195	18,0%
Valorizaciones				
ACTIVO NO CORRIENTE	253.704.634	216.698.440	-37.006.195	-14,6%
TOTAL ACTIVO	607.071.563	550.390.071	-56.681.492	-9,3%
PASIVO				
Proveedores	61.004.206	11.004.206	-50.000.000	-82,0%
Impuestos gravámenes y tasas			0	
obligaciones laborales			0	
anticipos	3.133.068	3.133.068	0	0,0%
PASIVO CORRIENTE	64.137.274	14.137.274	-50.000.000	-78,0%
Obligaciones Financieras	120.000.000	60.000.000	-60.000.000	-50,0%
cuentas por pagar	12.650.005	12.650.005	0	0,0%
provisión de renta	83.582.745	81.477.413	-2.105.332	-2,5%
PASIVO NO CORRIENTE	216.232.750	154.127.418	-62.105.332	-28,7%
TOTAL PASIVO	280.370.024	168.264.692	-112.105.332	-40,0%
PATRIMONIO				
Aportes sociales	200.000.000	200.000.000	0	0,0%
Reserva legal	7.692.303	7.692.303	0	
Resultados ejercicios anteriores	8.957.853	9.009.236	51.382	0,6%
Resultados del ejercicio	110.051.382	165.423.839	55.372.457	50,3%
TOTAL PATRIMONIO	326.701.539	382.125.378	55.423.839	17,0%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	607.071.563	550.390.071	-56.681.492	-9,3%

Table 32 Análisis horizontal situación financiera 2020-2021

PATRIMONIO

El patrimonio se incrementó en 17,0% pasando de \$326,7 millones a \$382,0 millones, reflejando un incremento total por \$55,4 millones como consecuencia de los resultados del ejercicio (utilidades).

3.6.4.4. ESTADO DE RESULTADO 2020-2021

ESTADO DE RESULTADOS				
INGRESOS	2.020	2.021	v absoluta	relativa
INGRESOS OPERACIONALES				
Ventas	15.281.480.712	16.847.832.485	1.566.351.773	10,3%
			0	
VENTAS NETAS	15.281.480.712	16.847.832.485	1.566.351.773	10,3%
COSTO DE VENTAS materiales	14.326.388.167	15.794.842.954	1.468.454.787	10,3%
TOTAL COSTO DE VENTAS	14.326.388.167	15.794.842.954	1.468.454.787	10,3%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	955.092.544	1.052.989.530	97.896.986	10,3%
GASTOS				
Gastos Operacionales de Administración	403.817.830	424.008.721	20.190.891	5,0%
Gasto depreciación	37.006.195	37.006.195		
Gastos Operacionales de Ventas	309.212.725	324.673.362	15.460.636	5,0%
TOTAL GASTOS	750.036.750	785.688.278	35.651.528	4,8%
UTILIDAD OPERACIONAL	205.055.795	267.301.253	62.245.458	30,4%
NO OPERACIONALES (Ingresos)			0	
EGRESOS (Intereses)	40.800.000	20.400.000	-20.400.000	-50,0%
TOTAL NO OPERACIONALES	-40.800.000	-20.400.000	20.400.000	-50,0%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	164.255.795	246.901.253	82.645.458	50,3%
IMPUESTO DE RENTA Y COMPLEM.	54.204.412	81.477.413	27.273.001	50,3%
GANANCIAS O PERDIDAS	110.051.382	165.423.839	55.372.457	50,3%
RESERVA LEGAL			0	
UTILIDAD NETA	110.051.382	165.423.839	55.372.457	50,3%

Table 33 Análisis horizontal estado de resultados 2020-2021

Las ventas de la compañía tuvieron una variación absoluta de \$1.566,3 millones pasando de \$15.281,4 millones a \$16.847,8 millones, con una variación del 10,3%.

El costo de ventas tuvo una variación del 10,3% pasando de \$14.326,3 millones a \$15.794,8 millones.

Los gastos de operación se incrementaron un 4,8% pasando de \$750,0 millones a \$785,6 millones.

La utilidad operacional se incrementó en \$62,2 millones (30,4%) pasando de \$205,0 millones a \$267,3 millones.

Los gastos financieros se redujeron en 50% (\$20,4 millones) pasando de \$40,8 millones a \$20,4 millones.

La utilidad neta se incrementó en 50,3% pasando de \$110,0 millones a \$165,4 millones como consecuencia del adecuado manejo de los gastos que se vieron reducidos de un periodo a otro.

3.6.5 INDICADORES FINANCIEROS

3.6.5.1 Capital de trabajo

Indica el valor que le quedaría a la empresa, representado en efectivo u otros pasivos corrientes después de pagar todos sus pasivos de corto plazo en el caso en que tuvieran que ser cancelados de inmediato.

	2.018	2.019	2.020	2.021
Capital de trabajo	301.947.292	237.967.665	289.229.655	319.554.357

Table 34 Capital de trabajo

En el año 2018 sería $\$594.084.566 - 294.137.274 = \$301.947.292$ y representa que para el año 2018 la compañía tiene la capacidad de pagar sus obligaciones en el corto plazo (pasivo corriente) con sus activos de corto plazo (activos corrientes) y le quedan recursos adicionales para trabajar (capital de trabajo) por \$301,9 millones.

3.6.5.2 Razón corriente (liquidez)

Tiene como objeto verificar las posibilidades de la empresa afrontar compromiso en el corto plazo.

	2.018	2.019	2.020	2.021
Razón corriente (liquidez)	2,03	3,53	5,51	23,60

Table 35 Razón Corriente

En el año 2018 sería $\$594.084.566 / 294.137.274 = 2,03$ y representa que la empresa por cada peso que debe tiene con qué responder y cuenta con 2,03 pesos adicionales para financiar sus proyectos con recursos propios.

3.6.5.3 Apalancamiento financiero

Tiene por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa.

	2.018	2.019	2.020	2.021
Apalancamiento financiero	2,1	1,3	0,9	0,4

Table 36 Apalancamiento financiero

En el año 2018 sería $\$626.790.733 / 297.010657 = 2,11$ y representa que la empresa por cada peso que debe tiene la empresa de recursos propios (capital) debe a terceros (pasivo total) 2,11 pesos.

3.6.5.4 Rentabilidad sobre ventas

Indica la capacidad de la empresa para generar valor. Se evalúa el nivel de las utilidades de la empresa en relación con las ventas. Se calcula como la utilidad neta / Ventas.

	2.018	2.019	2.020	2.021
Margen de utilidad neta	0,0%	0,4%	0,7%	1,0%

Table 37 Margen de utilidad

En el año 2018 fue de 0% porque se calculó el punto de equilibrio para el primer año y fue de a \$7.416 pesos de utilidad sobre \$12.572 millones de ventas.

Para el año 2019 es del 43% así, tomando la utilidad neta de $\$59.639.500 / \text{Ventas } \$13.860.753.480 = 43\%$ y representa que la utilidad es el 43% del valor de las ventas.

3.6.5.5 Rentabilidad sobre el patrimonio

Indica la capacidad de la empresa para generar valor. Se evalúa el nivel de las utilidades de la empresa en relación con el patrimonio. Se calcula como la utilidad antes de impuestos / Patrimonio total.

En el año 2018 fue de 0% porque se calculó el punto de equilibrio para el primer año y fue de a \$11.073 de utilidad sobre \$297.010.657 de patrimonio.

Para el año 2019 es del 32% así, tomando la utilidad antes de impuestos de \$89.014.179 / patrimonio \$276.650.156 = 32,2% y representa que la utilidad antes de impuestos es el 32,2% del valor del patrimonio.

3.6.5.6 Rentabilidad sobre los activos ROA

La Rentabilidad sobre los activos (**ROA**), Es la relación porcentual de la utilidad neta del ejercicio sobre la suma de los activos totales.

ROA	2018	2019	2020	2021
Utilidad neta	7.419	59.639.500	110.051.382	165.423.839
Activo total	923.801.590	622.815.768	607.071.563	550.390.071

Resultado	11%	10%	9%	8%
-----------	-----	-----	----	----

Table 38 ROA

Se obtendría una rentabilidad sobre los activos de 11% para el primer año; 10% para el 2019; 9% en el 2020 y 8% en 2021.

3.6.5.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio representa el monto de ventas, en un período de tiempo, en el cual la empresa no obtiene utilidades, pero tampoco pérdidas, y por lo tanto es el punto que se debe

determinar y alcanzar pues a partir de esa cifra en ventas, la empresa puede empezar a obtener utilidades. Los ingresos son iguales a los costos y gastos. A continuación, se presenta el cálculo del punto de equilibrio.

$$\text{INGRESO TOTAL} = \text{COSTO TOTAL}$$

$$\text{INGRESO TOTAL} = \text{PRECIO (P) UNIDADES VENDIDAS (Q)}$$

$$\text{COSTO TOTAL} = \text{COSTO FLUJO (CF)} + \text{COSTO VARIABLE (CV) * UNIDADES VENDIDAS (Q)}$$

$$P * Q = CF + (CV * Q)$$

Donde PE representa el Punto de equilibrio calculado.

CF : Costos fijos

CV: Costo variables

PV: Precio de Venta

Los costos fijos totales para nuestro proyecto los constituyen los gastos de personal totales por \$785.745.927 estimados así:

COSTOS FIJOS		
Gastos de administración	=	366.274.675
Gastos de ventas	=	280.465.057
Depreciación	=	37.006.195
Intereses préstamo	=	102.000.000
TOTAL		785.745.927

Table 39 Costos fijos

CV: El Costo de Variables \$325.500 estimados así:

COSTO VARIABLE		
Materia prima	=	200.000
Mano de Obra directa	=	75.500
Carga fabril	=	50.000
TOTAL CV		325.500,00

Table 40 Costos variables

PV: El precio de venta unitario será de \$347.200 de acuerdo con lo estimado en la proyección realizada para el año 2018.

Determinación Punto de equilibrio:

$$\begin{aligned}
 P * Q &= CF + (CV*Q) \\
 347.200 * Q &= 785.745.927 + (325.500 * Q) \\
 347.200Q - 325.500Q &= 785.745.927 \\
 21.700Q &= 785.745.927
 \end{aligned}$$

Despejando

$$Q = 36.209$$

Se deben producir y vender	36.209,5	Unidades para lograr el punto de equilibrio
-----------------------------------	-----------------	--

Table 41 Punto de equilibrio

Pe= 36.209 – (mejor 36.210 unidades).

Se deben producir y vender 36.209 unidades para que los ingresos sean iguales a los gastos.

Si las ventas son menores de 36.209 unidades, entonces los ingresos no lograrían cubrir a los gastos mientras que si las ventas superan en unidades al punto de equilibrio se obtienen utilidades. Para nuestro ejercicio en el año 2018 se proyectan vender las unidades calculadas anteriormente y así observar la situación de equilibrio.

De acuerdo a la información anterior los ingresos totales del ejercicio en el año 2018 serían de \$12.571.934.835, el costo total es \$12.571.934.835

$$\$12.571.934.835 = \$12.571.934.835$$

INGRESOS TOTALES = COSTOS Y GASTOS TOTALES

3.7 PROPUESTA

3.7.1 ANÁLISIS ECONÓMICO

La industria manufacturera atraviesa una delicada situación debido a una serie de elementos que configuran un panorama desfavorable para el desarrollo de esta actividad. Entre ellos se encuentran la retracción del dinamismo del mercado interno principal destino de los bienes finales industriales, explicado por la caída del poder adquisitivo de los salarios en años consecutivos, aunado con el incremento en tipo de cambio.

En nuestro caso el tipo de cambio es desfavorable en razón a que se importan insumos para ser trabajados al interior del país. El mercado cambiario se mueve por un mundo de expectativas acerca del valor futuro de las divisas. Esta situación genera cambios en el tipo de cambio de diversas monedas. Debido a que la economía pronostica que el precio del dólar se mantendrá en los periodos siguientes se recomienda hacer las compras buscando la menor financiación posible en moneda extranjera procurando sostener el nivel de ventas.

Por esta razón se realizó la estrategia financiera proyectada en la disminución de los altos niveles de inventarios con su correspondiente reducción de pasivos por proveedores y créditos bancarios, esta situación se refleja en la disminución de costos por bodegaje, así como la menor carga financiera por pago de intereses.

3.7.2 RECOMENDACIÓN A LA EMPRESA

A continuación, se presentan los resultados de la evaluación realizada a la compañía TENDENCIAS GYG S.A.S, que se dedica a importar, comercializar y distribuir artículos promocionales y de sublimación.

En primer lugar, se puede establecer que la compañía ha logrado generar utilidades contables desde el año 2014 hasta el año 2017, lo cual representa confiabilidad en el manejo gerencial que se le ha dado durante los periodos analizados.

rentabilidad sobre ventas	2.014	2.015	2.016	2.017
Margen de utilidad neta	2,9%	2,7%	2,5%	2,3%

A pesar de que la compañía no presenta un apalancamiento operacional elevado, ya que no requiere de grandes inversiones en activos de larga duración industrial para realizar procesos productivos, han logrado incrementar los activos fijos para prestar un servicio eficiente.

El capital suscrito y pagado ha permanecido invariable, sin embargo, a pesar de la generación de utilidades en forma permanente ha dejado de realizar las reservas establecidas de forma legal.

Han manejado un margen de contribución (porcentaje de utilidad bruta sobre las ventas) entre el 15% y el 30% que ha sido suficiente para sufragar los costos y los gastos y generar utilidades por distribuir para los socios y accionistas.

Basados en el análisis expuesto se recomienda:

Seguir manteniendo el margen bruto de utilidad en niveles superiores al 15%, manteniendo un control específico en el costo de ventas sin descuidar el volumen de ventas generado históricamente. Para ello debe tener en cuenta que el punto de equilibrio establecido se calcula en una producción y venta por encima de las 36.000 unidades, lo cual deriva en unos costos de \$785,5 millones, los cuales son recuperados si se logra cumplir la meta de venta del mismo número de unidades.

Se recomienda observar la normatividad legal en relación con la constitución de reservas legales así: En Colombia las sociedades anónimas, limitadas, extranjeras y las sociedades en

comandita por acciones, están obligadas por ley a crear una reserva para proteger el patrimonio de la sociedad en caso de pérdidas. Según el código de comercio, en el caso de las sociedades anónimas la reserva debe ser igual al 50% del capital suscrito, y se conformará por el 10% de las utilidades de cada periodo.

Se recomienda disminuir los niveles de inventario al final del año para que los disminuyan los proveedores y de esta forma no tener que recurrir a préstamos bancarios.

De la misma forma es preciso buscar alternativas de financiamiento que los lleve a disminuir el alto costo que se está pagando por el dinero obtenido en calidad de préstamo.

	2.018	2.019	2.020	2.021
Apalancamiento financiero	2,1	1,3	0,9	0,4

Para mejorar la competitividad y ampliar la confianza de los clientes se recomienda realizar o renovar la certificación de calidad de los procesos. Esta medida fortalece a la empresa competitivamente.

4. CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- De la investigación realizada podemos ver que la sublimación es un tema que a través de los años ha mejorado su técnica, su publicidad y por ende la demanda de sus productos ya que es un producto fácil de manejar al gusto de los clientes. Son muchas de las empresas que se dedican a este oficio, pero no todas tienen éxito ya que es el conocimiento de la técnica, la constancia y la buena administración la que lleva a una empresa a la superación de sus mismas expectativas; siempre estar a la vanguardia y la innovación para ofrecer el mejor servicio es el punto clave del trabajo.
- A través de la información suministrada por la empresa TENDENCIAS GYG SAS para el desarrollo del trabajo logramos ver que es una empresa líder en el mercado de la sublimación, pero como todas las empresas presenta algunos aspectos que están por mejorar para que financieramente genere una mejor rentabilidad y un mejor sostenimiento financiero, es por ello que destacamos los aspectos relevantes de la investigación en los siguientes apartados.
- De acuerdo con los resultados obtenidos en la evaluación de los indicadores financieros, la empresa es una organización que puede responder con sus obligaciones financieras.
- La empresa tiene un capital de trabajo suficiente que le permite soportar sus deudas y pensar en ampliar su tamaño.

- De la misma forma si mantiene su nivel de ventas acorde con lo programado, logrará tener un flujo de caja que le permita pagar obligaciones con terceros y con entidades financieras además de poder distribuir mensualmente los rendimientos obtenidos en desarrollo de su objeto social.
- Se recomienda disminuir los niveles de inventario al final del año para que los disminuyan los proveedores y de esta forma no tener que recurrir a préstamos bancarios.
- De la misma forma es preciso buscar alternativas de financiamiento que los lleve a disminuir el alto costo que se está pagando por el dinero obtenido en calidad de préstamo.
- Debe tener en cuenta que para lograr su punto de equilibrio para el año 2018, dada su estructura de costos y gastos, debe vender 36.210 unidades, que a partir de ese monto tendrá utilidades garantizadas.
- Se recomienda actualizar la reserva legal, que es un valor que se presenta en el patrimonio y que se conserva como medida preventiva para pago de obligaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Andigrafia. (15 de 1 de 2018). *Andigrafia*. Obtenido de Andigrafia:

<https://andigrafica.com/?d=sub&s=2081&p=13213&i=1>

Avila Forero, R. (9 de Julio de 2018). *Así se mueve la publicidad en Colombia*. Obtenido de

Así se mueve la publicidad en Colombia:

<https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/asi-se-mueve-la-publicidad-en-colombia-por-raul-avila/259956>

Comunidad textil. (23 de febrero de 2018). *Epson lanzó su impresora SureColor F9370 de*

gran formato para el sector textil. Obtenido de Epson lanzó su impresora SureColor

F9370 de gran formato para el sector textil:

<http://comunidadtextil.com/wpnews/2017/10/epson-lanzo-su-impresora-surecolor-f9370-de-gran-formato-para-el-sector-textil/>

DANE. (18 de agosto de 2018). *Boletín técnico-Importaciones*. Obtenido de Boletín técnico-

Importaciones:

http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/importaciones/bol_impo_jun18.pdf

DigiTransfer. (4 de abril de 2015). *DigiTransfer*. Obtenido de DigiTransfer:

<http://digitransfer.net/index.html>

Epson. (12 de diciembre de 2012). *Epson lanza la serie de impresoras de sublimación de tinta*

y gran formato SureColor SC-F. Obtenido de Epson lanza la serie de impresoras de

sublimación de tinta y gran formato SureColor SC-F:

<https://www.epson.es/insights/article/epson-lanza-la-serie-de-impresoras-de-sUBLIMACION-de-tinta-y-gran-formato-surecolor-sc-f>

Epson. (26 de mayo de 2014). *Epson anuncia su primer papel de transferencia por sublimación de tinta*. Obtenido de Epson anuncia su primer papel de transferencia por sublimación de tinta: <https://www.epson.es/insights/article/epson-anuncia-su-primero-papel-de-transferencia-por-sUBLIMACION-de-tinta>

Grafica, G. (7 de 2 de 2017). *¿Que es la sublimacion?* Obtenido de ¿Que es la sublimacion?: <http://gamagrafica.com/que-es-la-sUBLIMACION-tecnica-y-aplicaciones/>

Guía de impresion. (4 de Abril de 2016). *¿Que es el proceso Transfer y para que sirve?* Obtenido de ¿Que es el proceso Transfer y para que sirve?: <http://guiaimpresion.com.ar/lib/noticias/199.php>

Inexmoda. (15 de 1 de 2018). *Colombiatex de la Americas*. Obtenido de Colombiatex de la Americas: <https://colombiatex.inexmoda.org.co/inicio/colombiatex/que-es-colombiatex/>

Interempresas. (27 de julio de 2015). *Epson aumenta su capacidad de imprimir sobre cualquier superficie con nuevos modelos de sublimación*. Obtenido de Epson aumenta su capacidad de imprimir sobre cualquier superficie con nuevos modelos de sublimación: <http://www.interempresas.net/Graficas/Articulos/143178-Epson-aumenta-capacidad-imprimir-sobre-cualquier-superficie-modelos-sUBLIMACION.html>

Kako, M. (14 de 11 de 2017). *Arte de la sublimacion*. Obtenido de La Historia de la Sublimación desde lo Analógico a lo Digital : <https://onenoticia.blogspot.com/2017/11/la-historia-de-la-sUBLIMACION-desde-lo.html>

Margom. (20 de Junio de 2016). *Margom*. Obtenido de Margom:
<http://www.margom.es/tecnicas-estampacion-textil/>

Mejia Llano, J. C. (14 de Marzo de 2018). *Consultor y Speaker en Marketing Digital y Social Media*. Obtenido de Consultor y Speaker en Marketing Digital y Social Media:
<https://www.juancmejia.com/publicidad-en-internet-sem-ppc/historia-de-la-publicidad-evolucion-desde-los-egipcios-hasta-la-publicidad-online/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo;. (31 de agosto de 2018). *¿Como importar a Colombia?* Obtenido de *¿Como importar a Colombia?*:
http://www.mincit.gov.co/mincomercioexterior/publicaciones/16268/como_importar_a_colombia

Politransfer. (3 de julio de 2018). *Politransfer Industria Serigrafia*. Obtenido de Politransfer Industria Serigrafia: <http://www.politransfer.com/>

Revista byte. (27 de septiembre de 2017). *Epson crea una impresora textil de sublimación para gran volumen de producción*. Obtenido de Epson crea una impresora textil de sublimación para gran volumen de producción: <https://www.revistabyte.es/actualidad-byte/epson-impresora-textil-volumen/>

Revista Dinero. (18 de diciembre de 2017). *Importaciones se treparon a 9,1% gracias al impulso de las manufacturas* . Obtenido de Importaciones se treparon a 9,1% gracias al impulso de las manufacturas :
<https://www.dinero.com/economia/articulo/importaciones-colombia-en-octubre-de-2017-dane/253539>

Revista Dinero. (20 de 3 de 2018). *Suben importaciones en enero de 2018 por compra de combustibles* . Obtenido de Suben importaciones en enero de 2018 por compra de combustibles : <https://www.dinero.com/economia/articulo/importaciones-de-colombia-en-enero-de-2018/256547>

Revista Portafolio. (17 de octubre de 2016). *¿Qué les compra Colombia a otros países en el mundo?* Obtenido de ¿Qué les compra Colombia a otros países en el mundo?: <http://www.portafolio.co/economia/los-paises-y-productos-que-colombia-mas-importa-501040>

Sublimex Comercializadora Internacional. (15 de 1 de 2018). *Sublimex Comercializadora Internacional*. Obtenido de Sublimex Comercializadora Internacional: <https://www.sublimexinternacional.com/>

Superintendencia de Industria y Comercio . (21 de julio de 2008). *Superintendencia de Industria y Comercio*. Obtenido de Superintendencia de Industria y Comercio: http://www.sic.gov.co/recursos_user/documentos/proteccion_consumidor/ReglamentosTecnicos/Vajillas/1900_2008.pdf

TENDENCIAS GYG SAS. (17 de SEPTIEMBRE de 2007). *TENDENCIA GYG SAS*. Obtenido de TENDENCIA GYG SAS: <https://www.tendenciasgyg.com/nuestra-empresa/>

Tinta, A. e. (14 de Diciembre de 2017). *Ahorra en Tinta*. Obtenido de Ahorra en Tinta: <http://www.ahorraentinta.com/blog/por-que-seleccionar-vinilo-de-corte-como-tecnica-de-impression/>

T-Shirt Lab. (15 de ENERO de 2018). *T-Shirt Lab*. Obtenido de T-Shirt Lab: <http://www.t-shirtlab.com/>

