

METODOLOGIA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL PARA LA MICROEMPRESA  
EN PEREIRA

DALIS LICET GONZALEZ LOPEZ  
MIGUEL ANTONIO JIMENEZ PALACIO

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION ECONOMICA Y FINANCIERA  
PEREIRA, COLOMBIA  
2016

METODOLOGIA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL PARA LA MICROEMPRESA  
EN PEREIRA

Dalis Licet Gonzalez Lopez  
Miguel Antonio Jiménez Palacio

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de Magister en  
Administración Económica y Financiera

Directora:  
Mag, Luz Stella Restrepo de Ocampo

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION ECONOMICA Y FINANCIERA  
PEREIRA, COLOMBIA  
2016

## **DEDICATORIAS**

### **DALIS**

A mis amados padres,  
Qué desde niña me han apoyado para que cumpla mis  
sueños y me han inspirado hacer cada día mejor ser  
humano inculcando en mis grandes valores. Infinitas  
gracias por su amor incondicional y por enseñarme que  
la educación es importante para a portar a la sociedad.

A mis hermanos,  
Por su amor y motivación para cumplir mis sueños y  
apoyarme en los momentos más difíciles.

A mi directora de trabajo Luz Stella Restrepo, por su  
paciencia y compromiso para desarrollar este proyecto.

A mi compañero Miguel Antonio Jiménez, por su  
Apoyo, responsabilidad y compromiso para realizar este  
proyecto.

**MIGUEL**

A mis padres,

Que fueron los que me impulsaron a cumplir este sueño, por su amor y apoyo en toda mi vida, muchas gracias porque sin ustedes esto no sería posible

A mi Hermana

Por su amor incondicional, por su apoyo y motivación para que siempre salga a delante.

A mi directora de trabajo Luz Stella Restrepo, por su paciencia y compromiso para desarrollar este proyecto.

A mi compañera Dalis Licet González, por su Apoyo, responsabilidad y compromiso para realizar este proyecto

## **AGRADECIMIENTOS**

Le damos gracias a nuestra Directora de tesis Luz Stella Restrepo de Ocampo por su acompañamiento, disposición, gran actitud y entrega para encaminar este proyecto.

A los comerciantes de la ciudad de Pereira por su buena disposición al atendernos y brindar información de sus microempresas haciendo posible esta investigación.

A la Universidad Tecnológica de Pereira, especialmente al programa de la Maestría en Administración Económica y Financiera por el conocimiento impartido y la motivación que comparten por una formación de calidad y significativa con los estudiantes.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pag.
RESUMEN.....	15
ABSTRACT.....	16
INTRODUCCIÓN.....	17
1.EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	19
1.1 ANTECEDENTES DE LA IDEA.....	19
1.2 SITUACIÓN PROBLEMA.....	21
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	¡Error! Marcador no definido.3
1.4 HIPÓTESIS O SUPUESTOS.....	¡Error! Marcador no definido.3
1.5 OBJETIVO GENERAL.....	¡Error! Marcador no definido.4
1.6 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	¡Error! Marcador no definido.4
1.7 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	¡Error! Marcador no definido.4
1.8 BENEFICIOS QUE CONLLEVA.....	¡Error! Marcador no definido.6
1.9 LIMITACIONES PREVISIBLES.....	¡Error! Marcador no definido.7
2.MARCO REFERENCIAL.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1 MARCO TEÓRICO.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.1 Estructura financiera de la empresa.....	28
2.1.2 Modelos financieros para crecimiento empresarial.....	31
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	¡Error! Marcador no definido.8
2.3 MARCO NORMATIVO.....	39
2.4 MARCO FILOSÓFICO.....	52
2.5 MARCO SITUACIONAL.....	53

2.6 GLOSARIO.....	56
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	64
3.1 UNIVERSO.....	64
3.2 MUESTRA.....	65
3.3 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO.....	66
3.4 VARIABLES E INDICADORES.....	68
3.5 INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN. ¡Error! Marcador no definido.	
3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION. ¡Error! Marcador no definido.	
3.6.1. Análisis del sector comercial.....	75
3.6.2. Análisis de la encuesta.....	84
4. DIAGNÓSTICO OBTENIDO.....	¡Error! Marcador no definido.00
4.1 ANÁLISIS MICROEMPRESAS EN PEREIRA.....	100
4.2 ANÁLISIS Y RESUMEN DE LAS ENCUESTAS.....	102
4.3 PRINCIPALES VARIABLES CIIU 4771.....	105
4.3.1 principales riesgos.....	108
5. PROPUESTA.....	¡Error! Marcador no definido.
5.1 MODELO.....	¡Error! Marcador no definido.
5.1.1 Cuentas.....	112
5.1.2. Indicadores de diagnóstico financiero.....	¡Error! Marcador no definido.113
5.1.3. Indicadores de Eficiencia.....	¡Error! Marcador no definido.113
5.1.4. Indicadores de Liquidez.....	¡Error! Marcador no definido.114
5.1.5. Indicadores de Endeudamiento.....	115
5.1.6. Ingreso por producto.....	115
5.1.7. Proyección en ventas.....	¡Error! Marcador no definido.115

5.1.8. Control de inventario. ....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	116
5.1.9. Tabla de amortización. ....		116
5.2 VALIDACION DEL MODELO .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	120
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		138
6.1 CONCLUSIONES .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	138
6.2 RECOMENDACIONES.....		139
7. BIBLIOGRAFÍA.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	141
ANEXO .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>	143



## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Supervivencia de los micros establecimientos por Ciudad . . . . .	22
Tabla 2. Participación de los micros establecimientos por tiempo de Funcionamiento según sector económico . . . . .	64
Tabla 3. Solicitud y aprobación de crédito en los micros establecimientos Por sector económico . . . . .	82
Tabla 4. Partición de los micro establecimientos según solicitud y Aprobación de crédito en la Ciudad de Pereira. . . . .	83
Tabla 5. Participación de los micros establecimientos por principales razones por las cuales no ha solicitado un crédito %. . . . .	84

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Incentivos tributarios en el impuesto de industria y comercio . . . . .	50
Cuadro 2. Porcentaje de exoneración . . . . .	50
Cuadro 3. Porcentaje de empresas que duran más de 3 años . . . . .	67
Cuadro 4. Variable e indicadores del estudio.. . . . .	68
Cuadro 5. Estructura del tejido empresarial por sectores . . . . .	75
Cuadro 6. Contribución al crecimiento del PIB . . . . .	76
Cuadro 7. Capital inicial de las microempresas . . . . .	78
Cuadro 8. Estado de Resultados de empresas con código CIIU 4771 . . . . .	80
Cuadro 9. Sociedades liquidadas: N° y valor del capital liquidado . . . . .	81
Cuadro 10. Microempresas en Pereira con más de tres de creación . . . . .	100
Cuadro 11. Resumen de las principales variables, según CIIU 4771 Rev. 4 A.C – empresas de mayor tamaño . . . . .	106

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Crecimiento del PIB por sectores económico .....	76
Figura 2. Estructura empresarial por tamaño de empresa .....	77
Figura 3. Tipo de asociaciones que se están realizando en Pereira .....	77
Figura 4. Cantidad de trabajadores en las empresas en Pereira.....	78
Figura 5. Estructura del capital liquidado.....	82
Figura 6. Sexo del encuestado .....	85
Figura 7. Edad del encuestado.....	85
Figura 8. Creación de la microempresa .....	86
Figura 9. Porcentaje forma de ventas .....	87
Figura 10. Comportamiento en las ventas .....	87
Figura 11. Sistema de compra de las microempresas .....	88
Figura 12. Disminución en las ventas por temporadas .....	88
Figura 13. Aumento en las ventas por temporada .....	89
Figura 14. Sistema de Control .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 90
Figura 15. Acuerdos y alianzas vigentes de las microempresas .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 16. Toma de decisiones con los flujos de caja.....	91
Figura 17. Realización de presupuestos escritos .....	92
Figura 18. Periodicidad en la que se realizan los presupuestos .....	92
Figura 19. Posee pasivo de la microempresa.....	93
Figura 20. Entidades financieras con la que se ha tenido crédito .....	93
Figura 21. Costo de los pasivos .....	94
Figura 22. Conocimiento de entidades que otorgan créditos y recursos Económicos .....	94

Figura 23. Realización de análisis para determinar la rentabilidad de la Microempresa .....	95
Figura 24. Herramientas que utilizan para el análisis financiero .....	96
Figura 25. Aspectos que le impidan cumplir puntualmente con sus Obligaciones .....	96
Figura 26. Porcentaje de las utilidades reinvertidas .....	97
Figura 27. Empleados en las microempresas .....	98
Figura 28. Rango salarial de los empleados operativos .....	98
Figura 29. Rango salarial de los empleados administrativos .....	99
Figura 30. Principales Riesgos .....	109
Figura 31. Modelo .....	112
Figura 32. Datos periodo .....	117
Figura. 33 Datos venta .....	119
Figura 34. Sucesos .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 122
Figura. 35 Datos ejercicio DG WORKSHOP .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b> 125
Figura 36. Datos producto DG WORKSHOP .....	126
Figura 37. Estado de resultado DG WORKSHOP .....	127
Figura 38. Balance General DG WORKSHOP.....	129
Figura 39. Indicadores Financieros DG WORKSHOP .....	130
Figura 40. Flujo de Caja DG WORKSHOP .....	131
Figura 41. Ingreso por producto DG WORKSHOP .....	132
Figura 42. Inventario – Ventas realizada DG WORKSHOP.....	133
Figura 43. Demanda potencial de productos DG WORKSHOP .....	134
Figura 44. Tabla de amortización de DG WORKSHOP .....	135

## LISTA DE MAPAS

	Pág.
Mapa 1. Conglomeración de locales comerciales en Pereira por sector . . . . .	101

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Análisis financiero con información contable .....	143
Anexo 2. Propuesta de modelo financiero para crecimiento sostenible.....	145
Anexo 3. Planeación financiera y crecimiento. ....	147
Anexo 4. Modelo financiero para evaluar pequeñas y medianas empresas.....	150
Anexo 5. Valoración de empresas por el método de flujo de caja libre aplicado a NETBEAM S.A .....	154
Anexo 6. Valoración de empresas (métodos contables para la valoración) .....	156
Anexo 7 Modelos económico-financieros de solvencia y rentabilidad .....	158
Anexo 8. Métodos de valoración de una empresa .....	160
Anexo 9. Estrategia basada en el modelo de crecimiento sostenible: El caso del grupo telefonía móviles .....	162
Anexo 10. Sobre el análisis financiero y su nueva orientación. ....	163
Anexo 11. Encuesta para la recolección de información para el diseño de la Metodología de crecimiento.....	165

## RESUMEN

Esta investigación realizada con el propósito de diseñar una metodología de crecimiento empresarial para las microempresas en la ciudad de Pereira, toma como objeto de estudio las empresas clasificadas en el código CIIU en la sección F y división 47, denominadas “COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS”. En esta división (47) se seleccionaron las del grupo 4771, “Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios”, incluye artículos de piel en establecimientos especializados, comercializadoras al por menor de prendas de vestir y artículos de cuero.

La investigación se inició en el año 2015 y fue hasta septiembre del año 2016. Durante este periodo se realizó una investigación de campo, a través de encuesta, con el fin de conocer de manera mucho más el sector e identificar las variables a tener en cuenta para el diseño del modelo. Se tomaron las microempresas con más de 3 años en el mercado, con el objetivo de identificar en estas empresas por qué han permanecido en el mercado.

En el análisis realizado a las microempresas que participaron en el estudio, se identificó que tienen una tendencia positiva en el crecimiento de sus ventas, mostrando que el sector comercio contribuye de manera significativa a la economía de la ciudad de Pereira. En estos sectores se incluye el de hotelería, restaurantes y turismo.

Como resultado de la investigación, se entrega un modelo que toma como punto de partida las variables encontradas en el análisis de los factores claves que impactan las empresas, además con este modelo se podrá trabajar con información sobre los estados financieros de las empresas para obtener un análisis de su estructura, se relacionan indicadores que permiten conocer la

información sobre el estado en que se encuentra la microempresa, y así tomar decisiones acertadas y darle un buen manejo a los recursos.

### **ABSTRAC**

This research was conducted with the aim of contributing to the growth and improvement of micro-enterprises in the city of Pereira, falling within ISIC code in Section F and Division 47 RETAIL TRADE (INCLUDING RETAIL TRADE FUELS) EXCEPT OF MOTOR VEHICLES AND MOTORCYCLES. In this group 4771 Retail of clothing and accessories are selected (includes skin) in specialized stores) trading retail clothing and leather goods, this investigation began in November 2015 to September 2016, a field research survey dare to know the sector, identifying the variables to be considered for the design of the model, we worked with microenterprises that carry more than 3 years in the market place.

The micro enterprises participating in the study have a positive trend in sales growth, showing that the trade sector contributes significantly to the economy of the city of Pereira is one of the most outstanding including hotels, restaurants and tourism.

As a result a model that takes as its starting point the variables found in the investigation was delivered, in this model can work with information on the financial statements of the company for analysis, its structure is work with indicators that provide insight into the information on the state is so small businesses and make the best decision to give good management to resources



## INTRODUCCIÓN

En Colombia todos los días se están creando micro empresas muchas de estas no duran más de 2 años y de las que se sostienen en el mercado no crecen. En este proyecto se propone una metodología que ayude a las empresas a sostenerse y a crecer en el mercado en el que se encuentran en especial las del sector comercial. Uno de los principales sectores que mueve la economía pereirana aportando el 88% del empleo de la ciudad es el comercio, este sector contribuye en gran medida al desarrollo del departamento, generando empleo y dinamizando la economía.

Las microempresas no cuentan con recursos económicos suficientes lo que dificulta a ceder a una asesoría especializada, con este proyecto se busca que las microempresas tengan una herramienta guía, metodología que se trabaja a partir de modelos ya sustentados teniendo en cuenta la realidad de las microempresas del sector comercial, sus particularidades, realidades sociales, financieras y estructurales.

La mayoría de microempresas y PYMES, fueron creadas por personas que en su mayoría tienen un conocimiento empírico, realizando una gran gestión al inicio de su proyecto, pero evidenciando falencias al pasar el tiempo, no generan el crecimiento esperado, debido a diferentes aspectos identificados como falencias en el capital requerido, desorganización, desconocimiento de los diferentes medios gubernamentales, y lo más relevante no contar con herramientas financieras con las que puedan proyectarse y generar así un desarrollo sostenible.

Es así, como se crea una herramienta financiera que les brinde a los microempresarios del sector comercial una ayuda para que puedan permanecer y

crecer en el mercado, cumpliendo con los objetivos de la empresa, entre los que se consideran como más importantes, mejorar la calidad de vida de sus trabajadores y sus familias, contribuyendo también con la región y el país en la generación de empleo y el desarrollo de la economía.

Este modelo financiero se utilizará como herramienta para el fortalecimiento de las microempresas teniendo en cuentas variables importantes que impactan de manera directa la proyección y el crecimiento empresarial, igualmente permitirá conocer parámetros y direccionamiento de inversiones que debe tomar la empresa, pero conociendo y asumiendo el riesgo de las decisiones financieras que se toman.

Para este estudio del sector se tomó la decisión de limitarlo a un sector del comercio en específico, teniendo en cuenta el tipo de sociedades se trabajó en sector comercial como lo define la CIIU en la sección F y división 47 “COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS”, en esta división se seleccionó el grupo 4771 “Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados”.

## **1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **1.1 ANTECEDENTES DE LA IDEA**

El crecimiento sostenible es la meta esperada por cada organización como resultado de su actividad económica, para esto se han realizado diferentes estudios desde diferente perspectiva dada la gran diversidad de negocios existente.

Giovanni Reyes y Andrea Viseño, abordan el tema de crecimiento empresarial bajo cuatro políticas principales inversión, endeudamiento, dividendos y fijación de precios, como base para el crecimiento operativo, convirtiendo los recursos disponibles en recursos productivos. La planeación financiera de vital importancia para la toma de decisiones gerenciales, permite prever como se puede afectar el negocio dado un tipo de inversión, conociendo el manejo de flujo de caja adecuado y otros aspectos contables que permiten una valoración positiva del ejercicio.

En la contextualización de conocimiento de medios financieros para el crecimiento financiero de las microempresas, Valentino Azofra aborda el tema de valor agregado mediante el análisis contable de los flujos de caja de caja libre y el valor de mercado a través de un modelo basado en la creación de valor

Los métodos de inversión financiera para microempresas abordan modelos a través de indicadores que permite conocer la capacidad de pago, endeudamiento,

eficiencia administrativa y rendimiento de la microempresa para atacar las limitaciones financieras que se estén presentando en la microempresa para obtener resultados positivo en proyectos futuros, con la aplicación y desarrollo de modelos financiero se podrá conocer cómo se encuentran los estados financieros a autores como Teresanna Sabatino Soldano y Dulcefe Mercedes Smith que plantean que un <sup>1</sup>“modelo financiero es capaz de evaluar y medir de qué manera son afectados los estados financieros de la pequeña y mediana empresa como consecuencia de emprender un nuevo proyecto o inversión que implique una disminución importante en su flujo de caja”, esto es importancia dado el manejo contable que se debe tener en las empresa, también permite conocer con información que muestre la realidad en la se encuentra la empresa para realizar posibles inversiones y tomar medidas para mejorar los procesos.

El Modelo Higgins plantea el cálculo de la tasa de crecimiento sostenible de ventas que puede financiar el endeudamiento de la empresa, <sup>2</sup>“utilizando las herramientas del análisis financiero, respondiendo a algunas preguntas que suscitan las mediciones del desempeño porque el rendimiento y el flujo de fondos de la empresa son las medidas que muestran las facetas económica y financiera del desempeño. Los componentes del flujo de fondos y los componentes del rendimiento son mediciones complementarias: el flujo de fondos ayuda a comprender el impacto que tienen los impulsores del rendimiento”. Con el costo porcentual del pasivo financiero y el coeficiente de dividendos, otro modelo para tener en cuenta y que permitirá enriquecer la metodología es el desagregado de crecimiento Corporativo sostenible, en este se observa variables e información importante que permite conocer y analizar una empresa a partir de sus estados financieros para mejorar y conocer el direccionamiento esta.

---

<sup>1</sup> SABATINO, Teresanna y SMITH, Mercedes. Modelo financiero para evaluar pequeñas y medianas empresas (PYMES). Caracas: 2014.p. 54

<sup>2</sup> FORNERO, Ricardo A. Análisis financiero con información contable. Argentina: 2004.p.151

Con este proyecto se quiere ofrecer una herramienta metodológica de información de cómo deben ser invertir los recursos que contribuya a que muchas de las microempresas creadas continúen el mercado y lo más importante que crezcan y se conviertan en empresas grandes y contribuyan a mejorar el municipio, el departamento y el país ofreciendo una mejor calidad de vida a sus habitantes a través de inversión.

La micro empresa en Colombia la ley 590 de 2000 “reglamentada por el decreto nacional 2471 de 2010 en la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa, considera como una microempresa aquellas que tienen una planta personal no superior a los diez (10) trabajadores y activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigente”.

## **1.2 SITUACIÓN PROBLEMA**

La Causa por la que se trabaja para el fortalecimiento y crecimiento de las microempresas es la necesidad de generar un valor agregado a la inversión de los accionistas o dueños.

El problema que presentan las micro empresas es el desconocimiento de mecanismo y métodos a utilizar para el crecimiento empresarial con inversión sostenible o una financiación a través de terceros, esto trae efecto en el desarrollo de la visión de la microempresa, donde se deben analizar posibles métodos y medios de inversión, teniendo en cuenta el contexto económico que presenta para alcanzar un crecimiento y financiación sostenible. Para esto la micro empresa debe implementar una metodología que a través del análisis de variables de impacto se puedan realizar inversiones que proyecten el crecimiento empresarial.

Es muy notable la duración de las microempresas en el mercado, estudios han demostrado que un gran porcentaje de las microempresas creadas, sobreviven el primer año porque sus dueños realizan presupuestos para sostenerlas por un año y después de eso las microempresas debe generar sus propios recursos para su sostenimiento y dar utilidades a sus propietarios, y cuando esto no sucede de la forma que se planeó y la microempresa no da las utilidades esperadas no sobreviven y deben cerrar después del primer año. La tabla 1 muestra el % de establecimientos que cierran al año de inicio de labores.

Tabla 1. Supervivencia de los micros establecimientos por ciudad.

Ciudad	, de micro establecimientos e sobreviven al primer año de operación	
	2013	2014
Total	84,8	86,6
Medellín A.M	85,4	83,6
Barranquilla	93,0	94,8
Bogotá-Soacha	83,1	86,5
Cartagena	76,9	78,3
Tunja	70,6	87,5
Manizales-Villa maría	85,4	89,8
Florencia	90,9	95,2
Popayán	85,5	88,9
Valledupar	82,1	85,4
Montería	89,3	79,6
Quibdó	75,0	75,4
Neiva	89,5	90,3
Riohacha	81,3	95,0

Santa Marta	88,2	83,9	
Villavicencio	84,2	82,1	
Pasto	87,1	93,4	
Cúcuta A.M	84,3	86,4	
Armenia	89,3	86,5	
Pereira	80,4	94,7	
Bucaramanga A.M.	82,6	86,1	
Sincelejo	91,7	90,0	
Ibagué	91,5	84,5	Est
Cali- Yumbo	87,0	85,6	a
San Andrés	75,0	100,0	tabl

Fuente: DANE

a  
a  
mu  
estr

a 24 ciudades y su área metropolitana para conocer cuánto están durando los micro establecimientos de las principales ciudades en el mercado del 2013 al 2014, se observa que en la ciudad de Pereira se incrementó 14.3 puntos los micros establecimientos que se están manteniendo en el mercado durante este año, pero también se puede observar a partir de la información recogida en esta investigación que después de ese año de prueba se observa que muchas de las micro empresas creadas tienden a desaparecer y otras se quedan estancada en su crecimiento, estudio nos demuestran que casi el 51% de las microempresas creadas no permanecen en el mercado más de 3 años.

### 1.2.1 DEFINICION DEL PROBLEMA

¿Cómo debe ser la metodología de crecimiento empresarial para la microempresa en Pereira?

### 1.2.2 HIPOTESIS O SUPUESTO

La metodología diseñada para el crecimiento de las empresas disminuye el riesgo financiero, porque permite hacer seguimiento desde el análisis de variables que muestran posibles rutas de inversión y manejar los posibles eventos que dificultan alcanzar el crecimiento propuesto.

### **1.3 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una propuesta metodológica para el crecimiento de las microempresas del sector comercial en Pereira.

#### **1.3.1 OBJETIVO ESPECIFICOS**

- Definir las variables importantes que permiten realizar un análisis adecuado.
- Organizar la estructura metodológica teniendo en cuenta las particularidades de la microempresa.
- Determinar la propuesta que permite disminuir el riesgo y generar crecimiento en la empresa.
- Validar la propuesta metodológica de crecimiento para las microempresas de Pereira.

### **1.4 JUSTIFICACION DEL ESTUDIO**

En Pereira anualmente se están creando 832 sociedades de las cuales el 96% corresponde a microempresas y muchas de estas no logran permanecer en el



mercado porque no son sostenibles financieramente tendiendo a desaparecer, en Colombia el estado crea programas de apoyo económico y educativo para los microempresarios dirigido al mejoramiento de la productividad y competitividad para fomentar el emprendimiento y el crecimiento de microempresas que ayude a dinamizar la economía.

Uno de los principales sectores de la economía en Pereira es el comercio, este municipio cuenta con una ubicación estratégica en Colombia porque se encuentra ubicado en el triángulo de oro, esto la convierte en una ciudad atractiva para la inversión y la creación de empresas y microempresas para el desarrollo nacional y regional, pero se observa que este crecimiento es significativo en la creación de micro empresas, pero cuando se habla de permanencia en el mercado muchas tienden a desaparecer porque no tienen las herramientas necesarias para mejorar y crecer.

Se observa que cuando se crean micro empresas sus propietarios y administradores los primeros 2 años en el mercado están solamente interesados en posesionar y consolidar las microempresas más que en realizar o trabajar en un crecimiento, este fortalecimiento se puede ver después del tercer año cuando ya se conoce el mercado, el sector y cuando la microempresa se ha ganado un reconocimiento en el mercado, cuando se observa un posicionamiento de los productos que se ofrecen.

Con este proyecto se propone una metodología para el crecimiento de la micro empresas, a partir de una herramienta que permita conocer cómo se encuentra la microempresa que brinde pautas de direccionamiento e inversión de los recursos que se tienen y que se pueden obtener, para que estas no se queden rezagadas en un mismo nivel económico o terminen desapareciendo, porque desconocen la forma invertir para mejorar financieramente, teniendo en cuenta que muchas de

estas micro empresas son creadas para sostener diariamente a una familia y no se visualiza su crecimiento porque se conforman con solo permanecer en el mercado y desconocen la importancia de aplicar modelos financieros para conocer riesgos y proyección en las microempresas.

Es importante el éxito de las microempresas porque se mejorará el sector económico a nivel nacional y regional contribuyendo a la creación de empleo y esto mejora la calidad de vida de los habitantes, toda esta dinámica crea una circulación de dinero que potencializa la economía en los diferentes sectores, contribuyendo al crecimiento del municipio y del departamento impactando de forma directa a las familias.

### **1.5 BENEFICIOS QUE CONLLEVA**

El presente proyecto busca presentara una propuesta metodológica que contribuya a solucionar las inquietudes y dificultades que presentan las microempresas para su crecimiento, a partir de un análisis tomando como referencias variables financieras que permita conocer cómo se encuentra la microempresa y así poder realizar inversiones sostenibles o con financiación de tercero que contribuya al mejoramiento y crecimiento.

Con el fortalecimiento y crecimiento de las microempresas permite la generación de empleo en Pereira y el fortalecimiento del sector, contribuyendo con el plan desarrollo del municipio de Pereira que generan proyecto para el acompañamiento y mejoramiento de las micro empresarios orientados a la maximización de la utilidad y formación de conocimiento, teniendo en cuenta los componentes fundamentales para el desarrollo de una actividad productiva, todos estos aspectos contribuyen en gran medida al impacto de crecimiento y mejoramiento en los sectores en Pereira.

Es importante y significativo el crecimiento de las microempresas porque se mejora la calidad de vida de los habitantes y esto dinamiza la economía en la ciudad atrayendo más inversión que potencialicen la economía en los diferentes sectores, contribuyendo al crecimiento del municipio y del departamento.

### **1.6 LIMITACIONES PREVISIBLES**

Los emprendedores o microempresarios en Pereira cuentan con poca formación o estudios sobre temas financieros o inversión sostenible que permitan el crecimiento esperado de la microempresa, por este motivo la metodología a presentar debe ser adecuada para su comprensión y aplicación en este sector.

Las microempresas no cuentan con recursos económicos suficientes lo que dificulta a ceder a una asesoría especializada, con este proyecto se busca las microempresas tengan una herramienta guía para desarrollar su proyecto para el fortalecimiento de sus negocios.

La realidad de muchas de microempresas es que no saben manejar el flujo de caja porque sus propietarios utilizan estos recursos para suplir necesidades personales y estos recursos no son utilizados en la reinversión para el crecimiento de la empresa, y esto hace que muchas de las empresas no cuenten con suficiente liquidez para la reinversión necesaria para la continuidad de la microempresa.

No es fácil encontrar documento de estudio sobre microempresas del sector comercio de ventas de prenda de vestir en Pereira que permita orientar y reunir

información específica de este sector en particular y permita conocer el crecimiento de las microempresas.

## **2. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1 MARCO TEORICO**

Para el desarrollo del modelo financiero se trabajó a partir de teorías y propuestas de modelos ya desarrollados por otros autores, lo que permitió apoyar la hipótesis propuesta y plantear una metodología para el crecimiento de las microempresas.

#### **2.1.1 Estructura financiera de la empresa**

En las empresas la estructura financiera es muy importante porque permite conocer el capital o recursos que tiene la empresa, determinando así la distribución de los recursos que se hayan obtenido, este concepto se trabajó bajo la propuesta conceptual de Modigliani y Miller<sup>3</sup> “Esta proposición de irrelevancia de la estructura de capital prueba que la elección de la política financiera de la empresa no afecta al valor de la misma ya que no afecta a la distribución de probabilidad de los flujos de caja totales de la empresa y supone una completa separación entre las decisiones de inversión y financiación.

---

<sup>3</sup> Dirección Financiera ADE, Estructura de capital y política de dividendos, capítulo 5, P.6

Así, el valor de la empresa viene determinado por la capacidad de sus activos para generar renta y, no por los títulos que emite para financiar sus inversiones”.

Para el desarrollo de esta propuesta se involucran costos variables, depreciaciones, variables de ingresos, intereses financieros, costos de deuda, costos fijos, costos de capital, impuestos. Con esta información financiera se puede conocer el estado financiero de la empresa.

La propuesta de Modigliani y Miller de trabaja bajo tres proposiciones:

<sup>4</sup>“Proposición I – En mercados perfectos, el valor de mercado de una empresa es independiente de su estructura de capital y dicho valor se obtiene descontando los flujos de caja esperados de los activos a una tasa  $K_0$ , igual para todas las empresas que pertenecen a la misma clase de riesgo económico.

Proposición II – La tasa esperada de rentabilidad de las acciones de una empresa es una función lineal del nivel de endeudamiento. A medida que la empresa utiliza mayor nivel de endeudamiento, el coste de los fondos propios aumentará de forma lineal. Así, la rentabilidad que los accionistas pueden esperar recibir de sus acciones aumenta a medida que el ratio de endeudamiento de la empresa crece.

Proposición III – Dadas las decisiones de inversión, a los compradores de títulos, ya sean accionistas o acreedores, les es indiferente la forma en que la empresa se financie puesto que no afecta a su riqueza”.

El objetivo de una empresa es generar la mayor utilidad posible para los inversionistas, para lograr este objetivo la empresa debe trabajar proyectándose a crecer, <sup>5</sup>Autores como Brealy & Myers,(1991); Gutiérrez,(1992); Weston & Copeland, (1992);Weston & Brigham, (1994); García (1999);Vera (2000a), Vera (2000b); Jaramillo, (2001);Gallagher & Andrew, (2001); Álvarez (2002)y Bodie & Merton (2003); Ortiz (2003); Vera (2006): Cano (2007): Milla (2009), concuerdan

---

<sup>4</sup> Ibid., p.7

<sup>5</sup> Ramírez Molinares Carlos Vicente; Carbal Herrera Adolfo y Zambrano Meza Ariel la creación de valor en las empresas: el valor económico agregado - eva y el valor de mercado agregado - mva en una empresa metalmecánica de la ciudad de Cartagena, Cartagena, 2012, pag. 159

en señalar que el objetivo primordial de la gerencia financiera en una empresa con ánimo de lucro es el de maximizar el valor invertido por los accionistas, y recomiendan que todo gerente debe concentrar sus esfuerzos en el logro del objetivo anteriormente señalado, para garantizar la permanencia continua de la empresa en el mundo competitivo de los negocios y facilitar la gestión de los recursos necesarios para su desarrollo y crecimiento”.

Para maximizar y sacar la mayor utilidad que se pueda se debe utilizar los recursos con los que se cuenta con eficiencia agregándole valor a la empresa, manteniéndola en el tiempo con buena calidad en sus productos, proporcionando el mejor espacio laborar a sus trabajadores, teniendo en cuenta que para lograr que la empresa mejore y crezca intervienen tres actores muy importantes clientes, empleados y dueños, convirtiéndose en una empresa más productiva que genera más utilidades y rentabilidad a los inversionistas,.

Para lograr crear valor se debe genera mayores ingresos consiguiendo ganar más dinero ahora y en el futuro, dándole a los inversionistas un valor económico agregado es decir la oportunidad que tienen de ganar más dinero por a ver dejado de invertir en otros proyectos, para esta generación de valor la empresa debe trabajar continuamente en la identificación y mejoramiento de las limitaciones que le impiden el desarrollo de su potencial.

para calcular este crecimiento financiero se utiliza indicadores de medición de valor en este caso el valor económico agregado (VEA) <sup>6</sup>desarrollado por Stern Stewart & Co ,1991 “Es el beneficio antes de interés y después de impuestos menos el valor contable de la empresa, multiplicado por el costo promedio del capital”, Saavedra (2004), expresa que, para determinar EVA, se parte de la utilidad operativa después de impuestos (UODI), que incluye los ingresos de operación, sin intereses ganados, ingresos extraordinarios y dividendos; los gastos

---

<sup>6</sup> Ibid., p. 160

en que la empresa incurrió en su operación, teniendo en cuenta depreciaciones e impuestos, sin incluir los intereses a cargo y los gastos extraordinarios. Es importante no considerar la depreciación en el cálculo de la UODI. Serrano (2001), considera que los intereses no se consideran para evitar su doble contabilización, ya que están en el costo de capital como costo de financiación con acreedores".

Conocer el estado de la situación financiera de la empresa es importante para la implementación de estrategias que permitan cumplir con el objetivo de agregar valor económico permitiendo un mayor retorno sobre la inversión satisfaciendo la rentabilidad que se espera obtener, conocer la información financiera es trascendental porque muchos de los gerentes o administradores que se encuentran al frente de las empresas terminan con una destrucción de valor al no conocer la estructura operacional y la estructura del capital financiero con el que se puede trabajar.

### **2.1.2 Modelos financieros para crecimiento empresarial**

#### **Propuesta de modelo financiero para crecimiento corporativo sostenible:**

Giovanni Reyes y Andrea Biceño en el 2010 en sus propuestas buscan como "objetivo fundamental de este trabajo definir un modelo que contenga los aspectos particulares que afectan una política de crecimiento corporativo sostenible a partir de la cuantificación de componentes financieros" para esto trabaja a partir del siguiente modelo:

Dónde: G = Crecimiento corporativo sostenible. Pr = Política de manejo de dividendos y Retenciones

$$\left(1 + \frac{D}{E}\right) = \text{Política de inversión o reinversión, política financiera}$$

$$P_u = \text{Política de precios}$$

$$\left(\frac{F}{Q_p} + V_u\right) = \text{Política de operaciones (ámbito interno)}$$

$$(1 + g_c) = \text{Política de costos (sentido dinámico, en prospectiva)}$$

$$\left(\frac{Q_v}{A}\right) = \text{Política de mercadeo.}$$

Ecuación:

$$G = (P_r) \left(1 + \frac{D}{E}\right) \left\{ P_u - \left[ \left(\frac{F}{Q_p} + V_u\right) (1 + g_c) \right] \left(\frac{Q_v}{A}\right) \right\}$$

El fin principal de las organizaciones es crecer y generar mayor valor, por este motivo las empresas deben buscar un método que les permita crecimiento y desarrollo, el modelo desagregado de crecimiento corporativo sostenible tiene como variables principales las políticas de inversión, endeudamiento, dividendos y de fijación de precios para convertir los recursos disponibles en recursos productivos, generando valor y que estén encaminados a las metas de la organización, generando más recursos con estrategias de crecimiento con el fin de dar a los inversionistas las utilidades esperadas con un crecimiento sostenible, este método permite que las empresas crezcan de acuerdo a sus capacidades sin tomar mucho riesgo que afecte de forma importante la liquidez.

**Valoración de empresas por el método de flujo de caja libre aplicado a netbeam s.a.:** El objetivo principal de este trabajo realizado en 2012 es “Realizar un diagnóstico del estado actual de la empresa, mediante la revisión de los estados financieros como punto de partida para obtener la valoración de la empresa”, Andrés Salazar, Julián Morales y Juliana Arenas describen el proceso



para conocer el valor actual en el mercado de la empresa NetBeam S.A trabajan con:

**Valoración por Flujo de Caja Libre:**

<i>Ingresos Operacionales</i>	\$ xxx
✓ Costos y Gastos Operacionales	\$ (xxx)
= Utilidad Operativa	\$ xxx
- Impuestos	\$ (xxx)
= UODI (Utilidad Operativa Después de Impuestos)	\$ XXX
<b>+/- Reversión :</b>	
+/- Movimiento del capital de trabajo neto operativo (KTNO)*	+/- \$ xxx
<b>+/- Flujo de inversión y/o reposición de activos fijos (CAPEX)*</b>	
- Depreciaciones, Amortizaciones e Impuestos	- \$ xxx
<b>= Flujo de Caja Libre</b>	<b>\$ XXX</b>

Fórmula de la Valoración por el método del **FCL**, corresponde a los Flujos de Caja Subsiguientes.

$$V = \sum_{t=1}^n \frac{FCL_t}{(1 + CPPC)^t} + \frac{\text{Valor Terminal}_n}{(1 + CPPC)_n}$$

Para conocer el estado financiero de las empresas es muy importante tomarlos flujos de caja como partida de la aplicación de modelos que tenga como fin presentar un análisis con indicadores financiero para un análisis, es importante conocer los cálculos de flujos de caja futuros para reinvertir el capital de tal forma que garantice la continuidad del negocio, como resultado se obtiene una herramienta para decisiones gerenciales.

Conocer el valor real de una empresa a partir de los flujos de caja libre es significativo para el desarrollo del modelo porque se puede conocer la capacidad

financiera de la empresa y se hay un valor económico agregado que pueda permitir el crecimiento de la empresa.

**Modelos económico-financieros de solvencia y rentabilidad empresarial:**

Roberto Gómez López nos presenta en el 2003 diferentes contenidos para el análisis contable y valoración de empresas, resaltando los beneficios que presenta una buena información contable para control del costo y crecimiento de la operación, trabaja con el modelo Patrimonial Vs Dinámico.

Ratio para medir estáticamente la solvencia a corto plazo:

$$\frac{\text{FONDO DE MANIOBRA}}{\text{NECESIDADES DE FINANCIACIÓN}} \geq 1$$

Fondo de Maniobra = Financiación Básica - Activo Fijo

Necesidades de Financiación = A. Comercial - P. Comercial.

Ratio que determina la probable situación de Solvencia estática a largo plazo.

$$\frac{\text{ACTIVOS FIJOS CÍCLICOS}}{\text{DEUDAS LARGO PLAZO}} \geq 1$$

A partir del Activo Comercial que por su tipología permite la realización de inversiones, donde se tiene en cuenta información interna de la empresa con su entorno para determinar inversiones, fechas de cobro y posibles eventos que afecten la operación, generando como resultado una herramienta fundamental para la toma de decisiones en la capacidad que tiene la empresa de generar recursos y pasar su punto de equilibrio.

**Estrategia basada en el modelo de crecimiento sostenible: el caso del grupo telefonía móviles:** Constantino García Ramos en el texto del 2006 plantea “el

crecimiento sostenible es útil para las empresas como indicador de la expansión que las mismas pueden financiar mediante la retención de los excedentes financieros que genera” trabaja con el modelo:

### **Modelo Sallenave**

Expresión matemática: Tasa de crecimiento sostenible=Tasa de crecimiento extrínseco + tasa de crecimiento intrínseco

$$G = \frac{D}{E} (r_a - i) \cdot P + r_a \cdot P$$

G: tasa de crecimiento sostenible

D: importe de los fondos ajenos

E: importe fondos propios

r<sub>a</sub>: es la rentabilidad económica,

i: coste de la financiación ajena

P: tasa de retención de beneficios

El crecimiento sostenible a partir de recursos propios debe buscar la valoración y resaltar las estrategias que están contribuyendo en mayor proporción al crecimiento de la empresa, se debe tener en cuenta las estrategias que afectan el margen de utilidad para minimizarla, reinvertiendo las utilidades obtenidas en las estrategias que están generando utilidad a la empresa y permita un financiamiento sostenible que permita el crecimiento y mejoramiento financiero de la empresa, teniendo más liquidez por que no se debe destinar gran parte de los recursos a cumplir con obligación a terceros.

**Sobre el análisis financiero y su nueva orientación:** Valentino Azofra Palenzuela en su documento del 2008 sobre el análisis financiero y su nueva

orientación “propone un modelo de análisis basado en la creación de valor en una empresa” trabaja con el modelo:

**Modelo valoración por Gordon y Shapiro:** El ratio del valor de la empresa puede descomponerse:

$$\frac{VM}{VC} = \frac{RRP - (RRP * RET)}{K - (RRP * RET)} = \frac{RRP}{K} + \frac{g[RRP - K]}{K[K - g]}$$

VM= valor de mercado

VC= valor contable

RRP= rentabilidad de los recursos propios

BN= beneficio neto

RP= recursos propios

K= coste de capital

g=tasa de crecimiento sostenible= RRP x RET

RET= tasa de retención de beneficios

Teniendo en cuenta los nuevos métodos y conociendo la razón de ser de la empresa se puede generar valor en la compañía lo que se verá reflejado en las ganancias que se distribuyen a los accionista con un valor agregado que se obtiene generando una mayor rotación de los flujos de caja libre y esto genera un más valor de mercado en comparación al valor contable de la empresa, este valor agregado de la empresa la posiciona en un mejor lugar haciendo la más competente frente a otras empresas del mercado.

**Planeación financiera y crecimiento:** Marcelo A Delfino en el 2007 presenta “La planeación financiera como una forma de pensar sistemáticamente en el futuro y prever posibles problemas antes de que se presentes” trabajando con:

❖ Que proporciona la **tasa de crecimiento sostenible** que mide el ritmo de aumento de las ventas ( $dV / V_0$ ) que la empresa puede mantener siempre que se cumplan las condiciones (1) a (4)

❖ Se puede avanzar un poco más reemplazando en (9)  $m$ ,  $(1-d)$  y  $(1+e)$  por (1), (2) y (3b):

$$(10) \quad \frac{dV}{V_0} = \frac{\frac{GF}{V} \frac{GR}{GF} \frac{AT}{PN}}{\frac{AT}{V} - \frac{GF}{V} \frac{GR}{GF} \frac{AT}{PN}} = \frac{\frac{GF}{PN} \frac{GR}{GF}}{1 - \frac{GF}{PN} \frac{GR}{GF}}$$

❖ dividiendo ambos miembros por  $AT / V$  y reemplazando:

$$(11) \quad \boxed{TCS = \frac{dV}{V_0} = \frac{R_{OE} \cdot r}{1 - (R_{OE} \cdot r)}}$$

### Tasa de crecimiento interno

❖ La tasa de crecimiento está dada por el punto en que se cruzan las dos líneas  $dAT$  y  $dGR$ . En ese punto el aumento requerido en activos es exactamente igual al aumento en utilidades reteridas.

$$(12) \quad \boxed{TIC = \frac{R_{OA} \cdot r}{(1 - R_{OA} \cdot r)}}$$

La planificación financiera se centra en la proyección financiera de los próximos años, lo que permite estimar la inversión requerida, la tasa de interés que espera pagar en el futuro, % de ventas y diferentes indicadores que nos brindan una imagen más completa de nuestra organización.

Se podrá conocer los estados contables proyectados, los requerimientos de activos y financiero porque reconoce los cambios en los activos totales y el capital de trabajo neto ocupándose de la política de dividendos y endeudamiento de la empresa con las variables financiera para conocer los ajustes que se deberán de realizar en la empresa para aumentar sus inversiones para conocer cómo se debe efectuar el proceso de endeudamiento.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

**Métodos de valoración empresas:** Pablo Fernández indica que “ los métodos conceptualmente correctos para las empresas con expectativas de continuidad son los basados en el descuento de flujos de fondos que consideran a la empresa como un ente generados de flujos de fondo” ya que las actividades comerciales son muy diversas debemos valorar las empresas según método que más se ajusta a las características particulares de cada empresa, la valoración por patrimonio solo tiene en cuenta los balances de activos sin tener en cuenta la evolución futura , el método por beneficio o indicador resalta una característica diferenciadora de la empresa y el método mixto nos muestra el valor que tiene la empresa por encima de su valor contable generado por un valor añadido como una alianza estratégica, como modelo a referencial el free cash flow para la valoración de una empresa a través del indicador WACC que tiene en cuenta variables importante para la proyección y cambios a implementar para el crecimiento de la empresa, “previendo flujos de fondos de mayor distancia en el tiempo que la que habitualmente se realiza en cualquier presupuesto de tesorería”.

**Métodos contables para la valoración:** Julio Sarmiento en su presentación nos muestra como calcular los resultados que tiene la empresa, nos define el proceso

de valoración de una empresa, este puede ser contable por medio del balance general y rentabilidad futura con el valor que tiene la empresa en el mercado o flujos de caja.

Price Earnings Ratio es el modelo más común que nos permite determinar la cantidad de dinero invertido por cada peso que genera la empresa, este indicador es de gran utilidad para la toma de decisiones generales y futuros inversionistas.

**Modelo financiero para evaluar pequeñas y medianas empresas (pymes):**

Teresanna Sabatino Soldano y Dulcefe Mercedes Smith en su trabajo buscaban “desarrollar un modelo financiero capaz de evaluar y medir de qué manera son afectados los estados financieros de la pequeña y mediana empresa como consecuencia de emprender un nuevo proyecto o inversión que implique una disminución importante del flujo de caja”, calculando diferentes indicadores para conocer la capacidad de pago, endeudamiento, eficiencia administrativa y rendimiento de la empresa podían atacar las limitaciones financieras y obtener un resultado positivo en proyectos futuros.

**Análisis financiero con información contable:** Ricardo Forero en su documento nos muestra como “La tasa de crecimiento sostenible de ventas es un indicador que se utiliza como un nexo fundamental entre el desempeño observado y el posible desempeño futuro de la empresa.”, este indicador nos permite financiar el crecimiento de ventas sin afectar el endeudamiento, por medio del modelo Higgins que relaciona el rendimiento del activo y endeudamiento de la empresa para definir cuanto capital se debe invertir de las ganancias que se están generando por ventas e impulsar su crecimiento futuro que permita un equilibrio financiero y se de una rotación de los activos para la financiación y la reinversión.

## **2.3 MARCO NORMATIVO**

En Colombia las microempresas al ser creadas deben estar regidas por leyes como el código de comercio, el código civil, código sustantivo de trabajo y NIIF, que establecen para estas instituciones su organización, funcionamiento, clasificación y tipo de sociedad, lo que le permite conocer los derechos, deberes que se tienen e identificar las entidades encargadas de vigilar y regular.

### **A). Normatividad vigente para la creación de microempresas**

**Ley 905 de 2004 (Agosto 2)** Reglamentada por el Decreto Nacional 734 de 2012. "Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones".

**El Congreso de Colombia Decreta:**

#### **Capítulo I Microempresa:**

- a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Parágrafo. Los estímulos beneficios, planes y programas consagrados en la presente ley, se aplicarán igualmente a los artesanos colombianos, y favorecerán el cumplimiento de los preceptos del plan nacional de igualdad de oportunidades para la mujer.

### **B). Normatividad vigente clasificación de tipo de sociedades**



**Decreto 410 de 1971(Código de Comercio) y Ley 222 del 20 de diciembre de 1995**, "Por la cual se modifica el libro II del Código de Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos concursales y se dictan otras disposiciones".

**Contrato de Sociedad:** "Por el contrato de sociedad dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social"

"La sociedad, una vez constituida legalmente, forma una persona jurídica distinta a los socios individualmente considerados" artículo 98 del Código de Comercio).

**Sociedad Comercial y Ámbito de Aplicación de La Ley 222:** "Se tendrán como comerciales, para todos los efectos legales, las sociedades que se formen para la ejecución de actos o empresas mercantiles. Si la empresa social comprende actos mercantiles y actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial. Las sociedades que no contemplen en su objeto social actos mercantiles, serán civiles".

"Sin embargo, cualquiera que sea su objeto, las sociedades comerciales y civiles estarán sujetas, para todos los efectos, a la legislación mercantil" (artículo 100 de la ley 222 de 1995).

La sociedad comercial en Colombia se constituye por escritura pública, la cual debe inscribirse en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, con jurisdicción en el lugar donde la sociedad tenga ubicado su domicilio principal. Hasta tanto no se lleve a cabo dicha inscripción el contrato social será inoponible a terceros. (Artículo 111 y 112 de la obra mercantil).

**Tipo de Sociedades Comerciales en Colombia:** Los grandes cuatro tipos de sociedades comerciales en Colombia, que se encuentran regulados en el Código de Comercio, son:

- **Sociedad Colectiva.**
- **Sociedad en Comandita: Simple por Acciones.**
- **Sociedad de Responsabilidad Limitada.**
- **Sociedad Anónima.**

Las principales características de cada tipo de sociedad son las siguientes:

**Sociedad Colectiva:**

- Los socios responden solidariamente e ilimitadamente por las operaciones sociales.
- Cualquier sociedad comercial podrá formar parte de una sociedad colectiva cuando lo decida la asamblea o junta de socios con el voto unánime de los socios.
- La cesión del interés social constituye una reforma de estatutos.
- La razón social se formará con el nombre completo o el solo apellido de alguno o algunos de los socios seguido de las expresiones "y compañía", "hermanos", "e hijos".
- Toda reforma del contrato social requiere el voto unánime de los asociados.
- La administración corresponde a todos y cada uno de los socios, quienes podrán delegarla en sus consocios o en un extraño.
- Si los socios han delegado la administración de la sociedad, pueden reasumirla en cualquier tiempo o cambiar a sus delgados.
- Los socios tienen el derecho de inspeccionar en cualquier tiempo los libros y papeles de la sociedad, aun cuando hayan delegado la administración de la compañía.

- Cada socio tiene derecho a un voto.
- Se disuelve por las causales generales contempladas en el Código de Comercio, y por las especiales, entre las cuales tenemos: por la muerte de alguno de los socios, sino se ha pactado previamente continuar con alguno de sus herederos; por retiro o renuncia justificada de alguno de sus socios, si los demás socios no adquieren su interés en la compañía o no aceptan la cesión a un tercero.

### **Sociedad en Comandita:**

- Está conformada siempre por dos clases de socios, los denominados Gestores o Colectivos, que comprometen solidariamente e ilimitadamente su responsabilidad y los denominados Comanditarios, que limitan su responsabilidad a sus aportes respectivos.
- La razón social se forma con el nombre completo o el solo apellido de uno o más socios colectivos y se le agrega la expresión "y compañía" o la abreviatura "& Cía." y siempre debe ir acompañada de la indicación abreviada S. en C. si es simple, o S. C. A. SI ES POR ACCIONES.
- El capital se integra con los aportes de los socios comanditarios o con los de estos y los de los socios denominados colectivos.
- El denominado socio comanditario no podrá ser nunca socios industriales.
- La administración de la sociedad les corresponde a los socios colectivos, quienes podrán delegarla.
- El socio comanditario tiene derecho para inspeccionar los libros y documentos de la sociedad en cualquier tiempo, salvo que tenga un establecimiento dedicado a las mismas actividades del establecimiento de la compañía o si forma parte de una sociedad dedicada a las mismas actividades. En este caso perderá el citado derecho.
- Cada socio gestor tendrá un voto y los votos de los socios comanditarios depende del número de cuotas o acciones que tenga cada uno.

- Se disuelve por las causales generales contenidas en el Código de Comercio, y por las especiales entre las cuales tenemos, cuando desaparezca una de las dos categorías de socios.

#### **Sociedad en Comandita Simple:**

- La escritura de constitución debe ser otorgada por todos los socios gestores o colectivos, con o sin intervención de los comanditarios.
- Las partes de interés y las cuotas de los socios se cederán por escritura pública, la cual debe inscribirse en el registro mercantil.
- Un socio colectivo puede ceder sus partes de interés, siempre y cuando cuente con la aprobación unánime de todos los socios.
- Un socio Comanditario puede realizar la cesión de sus cuotas, cuando cuente con la aprobación unánime de los otros comanditarios.
- Las reformas del contrato social requieren de la unanimidad de los socios colectivos y de la mayoría absoluta de los comanditarios, salvo estipulación en contrario.
- Fuera de las causales generales de disolución aplicables a esta sociedad, también se disuelve cuando ocurran pérdidas que reduzcan su capital a la tercera parte o menos.

#### **Sociedad en Comandita por Acciones:**

En el acto de constitución de la sociedad, no se requiere la presencia de los socios comanditarios

- No podrá constituirse con menos de cinco (5) accionistas.
- El capital de la sociedad está representado por títulos de igual valor.
- Los socios Gestores podrán realizar aportes de industria, pero este no forma parte del capital social.

- Al constituirse la sociedad, es preciso que se suscriba por lo menos el cincuenta por ciento de las acciones en que se divide el capital autorizado y pagarse por lo menos la tercera parte del valor de cada acción que se suscriba.
- El plazo para el pago total del capital no podrá exceder de un año contado a partir de la fecha de la suscripción. 7. Debe siempre enunciarse el capital autorizado, el suscrito y el pagado. Así mismo al indicarse el capital suscrito debe mencionarse el pagado.
- Las reformas estatutarias, salvo estipulación en contrario, se aprueban con el voto unánime de los socios colectivos o gestores y por la mayoría de votos de las acciones de los comanditarios.
- Debe tener una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, la cual se forma con el diez por ciento de las utilidades liquidadas de cada ejercicio.
- Además de las causales generales de disolución, también se disuelve cuando en la compañía ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto a menos del cincuenta por ciento del capital suscrito.

**Sociedad de Responsabilidad Limitada:**

- Todos los socios responden hasta el monto de sus aportes, no obstante, en los estatutos podrá estipularse una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias.
- El capital social debe pagarse íntegramente al momento de constituirse la sociedad. Igualmente, al solemnizarse un aumento del mismo.
- El capital social se divide en cuotas de igual valor.
- Los socios de la compañía no podrán exceder de veinticinco.
- La sociedad gira bajo una denominación o razón social, en ambos casos seguida de la palabra "Limitada" o de la abreviatura "Ltda".

- La representación de la sociedad le corresponde a todos y a cada uno de los socios, los cuales podrán delegar la administración y la representación en un gerente, fijándole de manera clara y precisa sus atribuciones.
- Cada socio tendrá tantos votos como cuotas posea en la compañía.
- Las reformas de los estatutos sociales, salvo estipulación en contrario, se aprueban con el voto favorable de un número plural de asociados que representen, cuando menos, el setenta por ciento de las cuotas en que se divide el capital social.
- La cesión de cuotas constituye una reforma de estatutos, la cual debe elevarse a escritura pública, so pena de ineficacia y otorgarse por el representante legal, el cedente y el cesionario.
- Los socios tienen el derecho de examinar en cualquier tiempo, por si o por medio de un representante, los libros y papeles de la sociedad.
- Debe constituir una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital, formada con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio.
- Se disuelve además de las causales generales de disolución, cuando ocurran pérdidas que reduzcan el capital social por debajo del cincuenta por ciento o cuando el número de socios exceda de veinticinco.

#### **Sociedad Anónima:**

- No podrá constituirse ni funcionar con menos de cinco accionistas.
- La denominación social debe ir seguida de las palabras "sociedad anónima" o de las letras "S. A."
- El capital se encuentra dividido en acciones de igual valor que se representan en títulos negociables.
- En el momento en que se constituya la sociedad, debe suscribirse no menos del cincuenta por ciento del capital autorizado y pagarse no menos de la tercera parte del valor de cada acción de capital que se suscriba. En el

momento de señalarse el capital autorizado, debe indicarse el monto del capital suscrito y pagado.

- Las acciones son indivisibles.
- Cada acción confiere a su propietario determinados derechos, entre los cuales están, el de participar en las deliberaciones de la asamblea general de accionistas y votar en ella; el de inspeccionar los libros y papeles del comerciante dentro de los quince hábiles anteriores a las reuniones de la asamblea y el de negociar libremente las acciones a menos que se encuentre estipulado el derecho de preferencia en favor de la sociedad o de los accionistas o de ambos.
- Las acciones de la compañía pueden ser ordinarias o privilegiadas.
- Las acciones no suscritas en el acto de constitución de la compañía y las que emita posteriormente la sociedad se colocan de acuerdo con un reglamento de suscripción de acciones elaborado previamente.
- La sociedad podrá adquirir sus propias acciones, si lo aprueba la asamblea general de accionistas, con el voto favorable de no menos del setenta por ciento de las acciones suscritas.
- El pago de las acciones puede realizarse con bienes distintos al dinero, para lo cual debe realizarse el correspondiente avalúo.
- A cada suscriptor de acciones se le expide un título o títulos que justifiquen su calidad de tal.
- Las acciones son libremente negociables, salvo excepciones.
- El máximo órgano social lo constituye la Asamblea General de Accionistas reunido con el quórum y en las condiciones previstas en los estatutos.
- Las reformas estatutarias se aprueban por la asamblea general con el voto favorable de un número plural de accionistas que representen por lo menos el setenta por ciento de las acciones representadas en la reunión respectiva.

- La sociedad deberá tener un Junta Directiva, constituida con no menos de tres miembros y cada uno de ellos tendrá un suplente, los cuales sean elegidos por medio del denominado cuociente electoral.
- La compañía tendrá por lo menos un representante legal con uno o más suplentes, nombrados por la Junta Directiva, salvo que se difiera ese nombramiento en el Máximo Organo Social.
- Por lo menos una vez al año, el treinta y uno de diciembre, la sociedad deberá cortar sus cuentas y producir el inventario y le balance general de sus negocios.
- Debe constituir una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formada con el diez por ciento de las utilidades liquidadas de cada ejercicio.
- La sociedad se disolverá por las causales generales de disolución y por las especiales establecidas para tipo de compañía, entre las cuales tenemos cuando ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito y cuando el noventa y cinco por ciento o más de las acciones suscritas llegue a pertenecer a un solo accionista.

En la Legislación comercial se hace referencia también a las denominadas Sociedades de Economía Mixta, las cuales son las que se constituyen con aportes estatales y de capital privado. Así mismo, se contempla la denominada Sociedad Mercantil de Hecho, que es la que no se constituye por escritura pública y su existencia podrá demostrarse por cualquiera de los medios probatorios reconocidos en la ley. No es persona jurídica.

### **Ley 1258 de 2008.**

**Sociedad de acciones simplificada (S.A.S):** Mínimo un socio, se constituyen mediante documento privado, pero si el aparte se hace mediante un bien inmueble



se requiere de escritura pública. Es una sociedad de capital y su finalidad es el ejercicio de una actividad mercantil y siempre debe tener finalidad de lucro.

- No es una sociedad para proteger un patrimonio.
- No es obligatorio tener junta directiva, pero los accionistas la pueden establecer.
- No requiere revisor fiscal, a menos que se cumplan las condiciones exigidas por las normas legales.
- La representación legal esta en cabeza de la persona designada en los estatutos, se deben estipular sus funciones y responsabilidades.

### **C). Normatividad para el estímulo a la creación de empresa**

**Ley 1429 de Diciembre de 2010:** Beneficios de pago de impuesto de renta: las pequeñas empresas pagaran el impuesto a la renta: las pequeñas empresas pagaran el impuesto a la renta y sus aportes para fiscales con la siguiente progresividad durante síes años.

1. Primer año (0%)
2. Segundo año (0%)
3. Tercer año (25%)
4. Cuarto año (50%)
5. Quinto año (75%)
6. Sexto año (100%)

La ley también creo incentivos, como en el impuesto sobre la renta y complementarios sobre los aportes para fiscales y otras contribuciones de nómina, para las empresas ya constituida que incluyan en su nómina nuevos trabajadores pertenecientes a los grupos denominados vulnerables, empresas que vinculen laboralmente nuevos empleados que al momento del inicio del contrato de trabajo

sean menores de 28 años; empleadores que vinculen mujeres que al momento del inicio del contrato de trabajo sean mayores de 40 y que durante los últimos 12 meses hayan estado sin contrato de trabajo, entre otros.

**Ley 590 del 10 de Julio de 2000:** Para la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Artículo 45. Líneas de crédito para creadores de empresas:** En Instituto de Fomento y el Fondo Nacional de Garantías establecerán, durante el primer trimestre de cada año el monto y las condiciones especiales para las líneas de crédito y para las garantías dirigidas a los creadores de micro, pequeñas y medianas empresas.

Cuadro 1. Incentivos tributarios en el impuesto de industria y comercio

Rango de Empleos	Años de Funcionamiento					
	1	2 y 3	4 y 5	6 y 7	8 y 9	10
De 1 a 10	100%	85%	55%	25%		
De 11 a 50	100%	88%	64%	40%	20%	
De 51 a 200	100%	90%	70%	50%	30%	
Mas De 200	100%	90%	70%	50%	30%	100%

**ARTÍCULO 102:** concédase a favor de las personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho que desarrollen actividades comerciales y de servicios que establezcan en la ciudad.

Cuadro 2. Porcentaje de exoneración.

Rango de Empleos	Porcentaje de Exoneración	Tiempo de Exoneración
1-10	30%	1 Año
11-50	50%	2 Año
Más de 50	60%	3 Años

NOTA: se excluyen de estos beneficios a las personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho que sean propietarias de grilles, discoteca, cantinas, compraventas, prenderías, moteles, casas de lenocinio, juegos y todos aquellos establecimientos que expendan bebidas embriagantes para el consumo dentro de ellos.

- Se excluyen las personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho cuyas actividades comerciales o de servicio sean consecuente de liquidación, transformación, expansión de otro establecimiento y/o sociedad ya existente, salvo los casos de traslado o zona industrial.
- Es excluyen las personas naturales, jurídicas o sociedades de hecho que realicen actividades comerciales y de servicios existentes que simplemente realicen cambios en su razón social o denominación comercial, sin que su objetivo social sufra alteración alguna, salvo los casos de traslado a la zona industrial.

**Como Obtener Beneficios de Industria y Comercio:** para tener derecho al beneficio, debe solicitar la exoneración por escrito a la secretaria de hacienda y finanzas públicas, allegando los requisitos exigidos en el artículo 101, 102, 103, 104 y 105 del estatuto tributario de Pereira (acuerdo 41 de 2012 según aplique conforme al incentivo tributario solicitado)

**Impuesto de Industria y Comercio:** Impuesto mínimo anual (8 UVT-V/R). Avisos y tableros (corresponde al 15% del impuesto de industria y comercio). Sobretasa bomberil (corresponde al 5.5% del impuesto de industria y comercio)

Los contribuyentes clasificados en el **redimen simplificado especial (RSE)** bajo el modelo de la secretaria de hacienda y finanzas públicas del municipio de Pereira, deberán pagar el impuesto de industria y comercio equivalente a 8 UVTS anuales, más el 15% del impuesto de avisos y tableros (en caso de tenerlo) y el 5.5% de la sobretasa bomberil, este valor se cancelará de forma trimestral teniendo en cuenta las fechas de vencimiento que se indiquen.

Los contribuyentes clasificados como **autorretenedores** bajo el modelo de la secretaria de hacienda y finanzas públicas del municipio de Pereira, deben presentar y pagar la declaración del impuesto de industria y comercio de acuerdo a la liquidación que efectuó, dicha liquidación deberá realizarse teniendo en cuenta lo siguiente:

- Los ingresos relacionados cada bimestre
- La clasificación y tarifa asignada según la actividad económica de la empresa
- El valor del 15% del impuesto de avisos y tableros (en caso de tenerlo)
- El valor de 5.5% de la sobretasa Bomberil.

Este valor se cancelará en las fechas que establezca la secretaria de hacienda y finanzas públicas para su presentación. Camara de comercio.

## **2.4 MARCO FILOSÓFICO**

El alto desempleo que se vive actualmente en Colombia hace que las persona busquen formas de generar ingresos, muchos de ellos toman la decisión de crear

micro empresas que les permita obtener recursos para su sostenimiento y la de sus familias, pero esta decisión conlleva un alto riesgo porque muchas de estas personas no cuentan con muchos recursos o con los conocimientos necesarios para iniciar con este tipo de proyectos.

Cuando se crean micro empresas muchas de estas no permanecen en el mercado por más de dos años perdiendo el capital invertido, y las que sobreviven la gran mayoría no crecen porque se sienten cómodos y les da miedo tomar riesgos que consideran innecesarios y piensan que es mejor en la situación de seguridad que tienen en el momento, esto se presenta porque no saben cómo crecer y como proyectarse para mejorar y generar mayores ingresos.

Con este proyecto se quiere crear una herramienta que les brinde a los microempresarios del sector comercial una ayuda para que puedan lograr permanecer y crecer en el mercado cumpliendo con el objetivo de la empresa de generar más utilidades y esto permita el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, contribuyendo igualmente con la región y el país generando más y mejores empleos, dinamizando la economía para redundar en la optimización de sectores como la salud, la educación entre otros que le apueste a formación de seres humanos felices y comprometidos con los problemas de la sociedad.

## **2.5 MARCO SITUACIONAL**

Risaralda es un departamento que por su ubicación geográfica lo hace atractivo para la inversión por encontrarse cerca, de fácil desplazamiento y acceso a las ciudades principales del país, la ciudad de Pereira se encuentra en un punto geográfico y económico estratégico ubicado en el corazón conocido como el triángulo de oro.

**Localización:** <sup>7</sup>“El departamento de Risaralda es una entidad territorial ubicada en el sector central de la región andina, centro occidente de Colombia. Su exposición geográfica está determinada por las coordenadas de sus límites extremos: entre los 5°32´ y 4°39´ de latitud norte y entre 75°23´y 76°18´ de longitud al oeste del meridiano 0° de Greenwich.

**Extensión:** El Departamento de Risaralda cuenta con extensión aproximada de 3.592 Km., lo que representa el 0.3% del área total del país, y hace parte del llamado Eje Cafetero.

**Límites:** El Departamento de Risaralda limita con seis (6) departamentos: Al norte con los departamentos de Antioquia y Caldas, por el Oriente con Caldas y Tolima, por el Sur con el Quindío y Valle del Cauca y por Occidente con Chocó.

**Economía:** Las actividades económicas del departamento son la agricultura, la ganadería, la industria y el comercio. En los productos agrícolas sobresale la producción de café, caña de azúcar, plátano, yuca, cacao, piña, papa, maíz, algodón y algunos frutales. La ganadería tiene propósitos lecheros y de carne. La producción industrial se concentra en los alimentos, las bebidas, los textiles, el papel y carbón. El comercio se localiza principalmente en la capital.”

### **Municipio de Pereira:**

**Localización:** <sup>8</sup>“El Municipio de Pereira está localizado a 4 grados 49 minutos de latitud norte, 75 grados 42 minutos de longitud y 1.411 metros sobre el nivel del mar; en el centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño

---

<sup>7</sup> [http://www.risaralda.gov.co/site/main/web/es/generalidades-del-departamento\\_10#generalidades](http://www.risaralda.gov.co/site/main/web/es/generalidades-del-departamento_10#generalidades), Gobernación de Risaralda

<sup>8</sup> [www.pereira.gov.co/es/ipaginas/ver/G432/102/asi\\_somos/](http://www.pereira.gov.co/es/ipaginas/ver/G432/102/asi_somos/), Alcaldía de Pereira

valle formado por la terminación de un contra fuerte que se desprende de la cordillera central. Su estratégica localización central dentro de la región cafetera, lo ubica en el panorama económico nacional e internacional, estando unido vialmente con los tres centros urbanos más importantes del territorio nacional y con los medios tanto marítimos como aéreos de comunicación internacionales.

**Límites:** Al Sur, con los municipios de Ulloa (Departamento del Valle), Filandia y Salento (Departamento del Quindío).

Al Oriente, con el Departamento del Tolima, con Anzoategui, Santa Isabel, Ibagué y zona de los nevados.

Al Occidente, con los municipios de Cartago, Anserma Nuevo (Departamento del Valle), Balboa, La Virginia (Departamento de Risaralda).

**Población:** Consta de 488.839 personas de las cuales 410.535 se encuentran en el área urbana localizadas en 19 comunas y 78.304 en el área rural en 12 corregimientos.

Gentilicio: Pereiranos y Pereiranas

**Geografía:** El Municipio de Pereira cuenta con pisos térmicos que van desde las nieves perpetuas (Nevado de Santa Isabel a 5.200 mts / snm) en límites con el Departamento del Tolima, hasta pisos cálidos a 900 mts / snm y a orillas del río Cauca. Por lo tanto, presenta distintas alternativas de uso agrícola.

De hecho, existen áreas de bosques para protección de cuencas, zonas de diversificación y medias conocidas como la zona cafetera y zonas cálidas con actividad ganadera y agrícola (piña, caña de azúcar, caña panelera y pasto).

La extensión geográfica municipal de Pereira es de 702 km<sup>2</sup> y se encuentra a una altura promedio de 1.411 mts /snm y cuenta con una temperatura promedio de 21°C”.

<sup>9</sup>Anualmente se están constituyendo 832 sociedades, con un crecimiento de 55,2% frente al año inmediatamente anterior, de estas 96% de las sociedades fueron microempresas, el 3,6% pequeñas y solo el 0,4% medianas, se puede observar las ganas y el impulso de los habitantes de Pereira en el proceso de emprendimiento de mejorar su calidad de vida y buscar alternativas frente a una alta situación de desempleo y deciden montar negocios generando aproximadamente 1425 empleos directos y 1500 indirecto.

## 2.6 GLOSARIO

**Activo:** <sup>10</sup>“Todo aquello que una persona o empresa posee o le deben; los activos, por lo tanto, forman parte del patrimonio. Los activos incluyen activos reales y tangibles, como terrenos, edificaciones, plantas, máquinas, mobiliario y otros bienes, y activos financieros: dinero, valores, créditos y cuentas por cobrar, etc. Otra clasificación usual distingue entre el activo circulante de una empresa, constituido por la porción líquida de sus activos totales, es decir, que puede ser convertida rápidamente en efectivo, como los saldos de caja, cuentas bancarias y deudas a corto plazo, y los activos fijos que son aquellos que se refieren a deudas a mediano y largo plazo y, especialmente, a los bienes de capital, muebles e inmuebles, que sufren depreciación a lo largo del tiempo. [assets]. (V. BALANCE; PASIVO; PATRIMONIO).

**Amortización:** La palabra tiene dos acepciones, próximas aunque no idénticas. Por una parte se refiere a la redención parcial que se va haciendo de una deuda, con pagos sucesivos mediante los cuales se va devolviendo el capital. Por otra parte, amortizar es el proceso a través del cual se van apartando fondos para

---

<sup>9</sup> [www.camarapereira.org.co](http://www.camarapereira.org.co)

<sup>10</sup> Sabino, Carlos. Diccionario de Economía y Finanzas. Ed. panapo. Caracas. 1991.



cancelar un activo ya adquirido en un número determinado de años, generalmente el tiempo de su vida activa esperada. En este caso se van separando cantidades regulares, generalmente anuales, para acumular la suma que resultará necesaria, al final del período de amortización, para adquirir el activo que se va depreciando. Para el cálculo de dicha suma es preciso tener en cuenta la tasa de interés, los efectos de la inflación y los aumentos de precios que pueden provenir del mejoramiento técnico de los bienes que se usarán para la reposición de los que se van amortizando. Existen diversos métodos contables para realizar este cálculo. [amortization]. (V. DEPRECIACION; DEUDA).

**Autofinanciamiento:** Práctica de utilizar las ganancias obtenidas o los ahorros acumulados para hacer las inversiones que una empresa o unidad familiar necesita realizar. Hasta que las economías modernas desarrollaron el crédito, a través de los bancos y los mercados accionarios, el autofinanciamiento fue el modo fundamental de operación. En la actualidad casi ninguna empresa se autofinancia, pues todas recurren en parte a diversas formas de financiamiento externo para realizar sus inversiones.

De las utilidades obtenidas en un ejercicio, una parte se distribuye entre los accionistas y otra parte pasa a constituir las reservas de la empresa, fondos que son utilizados para efectuar las inversiones necesarias; cuantos mayores son dichas reservas más posibilidades existen de autofinanciar la firma. En la práctica, sin embargo, una empresa de rentabilidad normal no podría crecer a un ritmo muy veloz si apelase sólo a este mecanismo. [self-financing]. (V. BENEFICIOS; CAPITAL; RESERVAS).

**Balance:** Elemento contable fundamental que consiste en una cuenta donde se reflejan las transacciones hechas por una empresa a lo largo de un período dado y la posición económica de la misma. En un balance aparecen, por ello, los activos de la empresa, divididos en activos fijos y circulantes, los pasivos fijos y

circulantes, el patrimonio, capital y reservas de la misma. Para arribar a este balance final, que exhibe la situación global de una compañía, es preciso previamente contabilizar una a una las diferentes cuentas parciales que le dan origen. [balance]. (V. ACTIVO; CONTABILIDAD; PASIVO; PATRIMONIO; RESERVAS).

**Caja:** Sitio donde se conservan, físicamente, el dinero y otros efectos monetarios, como cheques, etc. También se denomina caja a la oficina o cubículo de una empresa o establecimiento público que se destina a recibir dinero y a efectuar pagos. Desde el punto de vista contable, caja es una cuenta donde quedan registrados los movimientos de entrada y salida de dinero en efectivo. [cash]. (V. ACTIVO; CONTABILIDAD; EFECTIVO).

**Capital:** El concepto de capital, tan importante en la ciencia económica, admite diversas definiciones según el enfoque que se adopte. La palabra, en el lenguaje cotidiano y aun en el de los economistas, suele abarcar un conjunto de significados próximos, pero no idénticos. Desde el punto de vista empresarial el capital está constituido por un conjunto de valores o fondo unitario que integran todos los bienes invertidos en una empresa que se utilizan para la producción y, por lo tanto, para la obtención de rentas y ganancias.

El capital, en este sentido, es un factor de producción que, junto con la tierra y el trabajo, resulta indispensable para el desarrollo de las actividades productivas. Desde un punto de vista financiero se considera capital a todos los activos que posea una empresa, persona o institución y sobre los cuales se obtenga o pueda obtenerse una renta. Si esta última definición se flexibiliza lo suficiente desaparece por completo la diferencia entre bienes de consumo y bienes de capital, por lo cual se acepta implícitamente, aunque sin mucho rigor, que sólo cierto tipo de bienes integran el capital de un individuo, generalmente los de mayor valor y durabilidad.

**Cartera:** Conjunto de valores, títulos y efectos de curso legal que figuran en el activo de una empresa, especialmente financiera, y que constituyen el respaldo de su crédito y de sus reservas convertibles y realizables. [portfolio]. (V. BANCO).

**Cash flow:** Expresión inglesa que traduce como flujo de caja e indica los movimientos de efectivo que se realizan en una empresa determinada. El flujo de caja de una inversión es igual a los movimientos de efectivo que ésta produce y no a los saldos netos, pues en este último caso habría que tomar en cuenta los asientos que se hacen por depreciación. (V. DINERO; INVERSION).

**Endeudamiento:** Conjunto de obligaciones de pago que una empresa o persona tiene contraídas con otras personas e instituciones. Captación por parte de las empresas de recursos ajenos, es decir, de fuentes de financiación para poder desarrollar sus actividades.

Situación de la empresa que hace uso de créditos, préstamos, leasing, forfaiting, descuento comercial, emisión de obligaciones, de pagarés, etc. respecto a los prestamistas y obligacionistas.

**Estados financieros.** Resumen ordenado de la información contable de una sociedad acumulada mediante los procesos de identificación de los hechos contables, su valoración y registro. Estos estados están destinados a informar a acreedores, proveedores, clientes, socios... y, en definitiva, a todos aquellos que posean algún interés en la marcha de la empresa. El Plan General de Contabilidad denomina Cuentas Anuales a los estados financieros de cierre de ejercicio.

**Financiación:** Obtención de los recursos o fondos necesarios para la realización de un gasto. Cantidad de dinero necesaria para la realización de una actividad o proyecto de una persona, ente público o empresa. Puede hallarse

en forma de recursos propios o de recursos ajenos, que se encuentran detallados según su origen o procedencia en el pasivo del balance y como inversiones en el activo. Obtención de los fondos necesarios para el funcionamiento óptimo de la empresa. Los recursos financieros pueden obtenerse a través de: capital aportado por los accionistas, autofinanciación, subvenciones a fondo perdido y endeudamiento.

**Flujo de caja:** Diferencia entre los cobros y pagos de una empresa en un período de tiempo determinado (En inglés: cash flow ). En contabilidad, conjunto de las anotaciones contables que se realizan en la cuenta de tesorería de una empresa. Movimiento temporal de las cuentas de efectivo de una empresa.

**Comercio:** El intercambio de bienes y servicios ya sea realizado directamente, bajo la forma de trueque, o indirectamente, por medio del dinero. La tendencia a cambiar bienes diferentes responde a un criterio de maximización de utilidad que se desarrolla en los seres humanos desde sus más tempranos orígenes. El comercio, puede decirse, es la expresión más o menos consolidada y estable de esta tendencia natural al intercambio.

**Competitividad:** Capacidad de ser competitivo. Se dice que una empresa o industria tiene competitividad cuando es capaz de competir adecuadamente en el mercado.

[competitive edge]. (V. COMPETENCIA).

**Crecimiento económico:** Concepto semejante al de desarrollo económico, aunque algo más preciso y menos amplio en su significado. El crecimiento alude simplemente al aumento en ciertas magnitudes a través de las cuales se mide el comportamiento global de la economía: ingreso nacional, producto nacional bruto, etc. También son indicadores de crecimiento económico otras variables más

específicas que sirven para mostrar la presencia de un proceso de crecimiento (empleo, inversión, producción de determinados rubros, etc.).

El crecimiento es, por lo tanto, un componente esencial del desarrollo económico, pero no cubre totalmente el significado de este último concepto pues desarrollo implica también un crecimiento más o menos armónico de los diversos sectores productivos, la creación de una infraestructura física y jurídica, la existencia de una mano de obra adecuadamente capacitada y otros factores diversos, muchos de los cuales no se pueden medir con una mínima exactitud. Por ello el crecimiento resulta un concepto mucho más operativo que el de desarrollo, está menos sujeto a apreciaciones ideológicas y es, en última instancia, su más confiable indicador. [economic growth]. (V. DESARROLLO).

**Crédito:** La palabra crédito tiene una cierta variedad de significados, todos ellos relacionados a la realización de operaciones que incluyen préstamos de diverso tipo. En un sentido estricto crédito es la concesión de un permiso dado por una persona a otra para obtener la posesión de algo perteneciente a la primera sin tener que pagar en el momento de recibirlo; dicho en otros términos, el crédito es una transferencia de bienes, servicios o dinero efectivo por bienes, servicios o dinero a recibir en el futuro. Dar crédito es financiar los gastos de otro a cuenta de un pago a futuro.

En un sentido más general y más apegado a la etimología de la palabra, que deriva de creer) crédito es la opinión que se tiene de una persona o empresa en cuanto a que cumplirá puntualmente sus compromisos económicos. Tener crédito significa poseer las características o cualidades requeridas para que otros confíen en una persona o institución y le otorguen su confianza.

**Modelo Económicos:** Llamase modelo a un sistema de conceptos relacionados que permiten representar abstractamente los hechos que se pretende conocer y

explicar. Así un modelo económico sería aquel que vincula diversas variables - interés, masa monetaria, etc.- de modo tal que se postule una relación definida entre ellas. El modelo, por lo tanto, es una construcción teórica que puede utilizarse para llevarla luego a una simulación por medio de computadoras o a una contrastación con los datos obtenidos de la práctica.

El término, sin embargo, no tiene de hecho un significado totalmente preciso: llamase modelo tanto a una teoría general como a una relación entre dos conceptos aislados, a una expresión matemática completamente formalizada como a una formulación imprecisa, a veces bastante metafórica. A pesar de estas discrepancias en el uso del término la idea básica es que un modelo es una construcción teórica que vincula elementos diferentes y que permite así comprender los fenómenos económicos, explicar la forma en que suceden y hacer ciertas previsiones. En ello, por lo tanto, no hay mayor diferencia con los modelos que usan las otras ciencias. [economic model]. (V. CIENCIA ECONOMICA).

**Pasivo:** Todo lo que una persona o empresa debe y está obligada a pagar. Los pasivos son la contraparte de los activos en los balances contables. Los pasivos pueden ser contingentes, cuando sólo son reclamables ante una cierta eventualidad previamente especificada, como en el caso de un aval dado para garantizar la deuda de un tercero, o no contingentes, como en una deuda cualquiera. Los depósitos del público forman parte, por ejemplo, de los pasivos de un banco, lo mismo que los diversos compromisos de pago que -por seguridad social, tasas, etc.- tienen que satisfacer las empresas. [liabilities]. (V. ACTIVO; BALANCE; PATRIMONIO).

**Patrimonio:** Conjunto de propiedades, bienes, derechos y obligaciones a su favor que posee un particular o una empresa. [patrimony]. (V. BALANCE).

**Solvencia:** Capacidad para satisfacer deudas o carencia de ellas. En las relaciones internacionales, capacidad de los países para hacer frente al pago de la deuda exterior contraída.

Capacidad de una persona física o jurídica para hacer frente, con el conjunto de los recursos que constituyen su activo o su patrimonio, a los compromisos de pago contraídos.

**Variable:** Cualquier característica o cualidad de los objetos que puede tomar diferentes valores. El concepto matemático de variable es completamente abstracto y representa cualquier cantidad que puede cambiar en función de otra; en las ciencias fácticas, sin embargo, una variable se identifica con objetos o propiedades que pueden ser diferentes según las circunstancias: es una variable el número de estrellas que existe en un cúmulo, la cantidad de masa que posee un objeto físico o el número de personas que viven en una ciudad. Las variables no son necesariamente cuantitativas, al menos en las ciencias sociales: existen variables nominales, como el color o el aspecto de un objeto, y variables ordinales, que permiten ordenar los objetos de acuerdo a ciertas características, pero no medir con precisión las diferencias que se presentan entre ellos.

La idea de variable, por lo tanto, se aparta de la noción que se utiliza en el lenguaje vulgar, donde se dice que algo es variable cuando se modifica en función del tiempo. En las ciencias, por lo tanto, las variables pueden cambiar en un caso u otro, pero permanecer sin variación cuando se toma en cuenta un objeto determinado.”

### 3 DISEÑO METODOLÓGICO

#### 3.1 UNIVERSO

Se trabajó con microempresas del sector comercial como lo define la CIIU en la sección F y división 47 COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS. En este se seleccionó el grupo 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados).

Tabla 2. Participación de los micros establecimientos por tiempo de funcionamiento según sector económico.

Sector económico	TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO			
	Menos	De 3 a	De 5 a	10



	de 3 años	menos de 5 años	menos de 10 años	años y mas
<b>TOTAL</b>	<b>13,1</b>	<b>14,6</b>	<b>26,5</b>	<b>45,8</b>
<b>Comercio</b>	13,7	14,7	25,7	45,9
<b>Servicios</b>	12,4	14,8	27,5	45,3
<b>Industria</b>	11,0	13,8	28,3	46,9

Fuente: DANE

Como se puede observar el comercio es el principal sector económico a nivel nacional en 24 ciudades principales y sus áreas metropolitanas desde el 2014 al 2015, esto hace que sea muy dinámico y que este en continuo crecimiento para contribuir al crecimiento y desarrollo del país y la región.

### 3.2 MUESTRA

Para el desarrollo del proyecto se tomaron 370 microempresas del sector comercio CIU en la sección F y división 47 COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS. En este se seleccionó el grupo 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios, con más de 3 años en el mercado, después tomo la muestra de 167 micro empresas que se eligieron de forma aleatoria del total de las microempresas.

Se realizó la siguiente pregunta a microempresarios: ¿utilizaría usted una metodología como guía para el crecimiento de su micro empresa?, Se realizó una prueba piloto a 20 microempresarios, de estos 17 respondieron que utilizarían una metodología como guía para el crecimiento de su micro empresa y 3 respondieron que no.

Fórmula utilizada para sacar la muestra de la base de datos obtenida en la Cámara de Comercio de Pereira:

P: porcentaje de éxito 85%

Q: porcentaje de fracaso =15%

Z: confianza del 95% = 1,96

Nivel de error= 5%

n= 195,92

N: población= 370

$$\text{Muestra} = \frac{375 \times 1,96^2 \times 15\% \times 85\%}{5\%^2 \times (375 - 1) + (1,96^2 \times 5\% \times 85\%)} = 167,24$$

Como resultado de la muestra obtenida para este proyecto se deben realizar 167 encuesta

### **3.3 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO**

Este proyecto se desarrollará en el municipio de Pereira, se llevó a cabo en 10 meses con las microempresas del sector comercial teniendo en cuenta el tipo de sociedades, se trabajó en sector comercial como lo define la CIIU en la sección F y división 47 COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS. En este se seleccionó el grupo 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados). A través del diseño de una metodología con modelos financiero para el fortalecimiento y el crecimiento de las microempresas.

Se realizaron entrevistas a microempresas del sector de comercio de ropas que tenían entre 11 meses y 2 dos años de creación, y se pudo observar que no estaban interesados en el momento en crecer, la prioridad de sus dueños y administradores era fortalecer y mantenerse en el mercado ante de iniciar su crecimiento y expansión, es por este motivo que en este proyecto se trabajará con microempresas del sector comercial de la ciudad de Pereira con código CIIU 4771, pero solo las que tengan más de 3 años de creación, porque son este tipo de empresa que pueden trabajar en el crecimiento al conocer muy bien sus microempresas y el sector en el que se encuentran, porque aquellas que lleven menos de tres años en el mercado están enfocadas a mantenerse y consolidarse en este, no están principalmente enfocadas a crecer porque están conociendo como es el mercado y el entorno en el que este se desarrolla.

En la cámara de comercio de Pereira actualmente se encuentran registradas 1001 microempresas con código CIIU 4771, de estas 492 tienen más de tres años de creación en el área metropolitana, peros solo 370 se encuentran en la ciudad de Pereira estudios demuestran que el 51% de las empresas no están permaneciendo en el mercado más de tres años.

Cuadro 3. Porcentaje de empresas que duran más de 3 años

AÑOS	# MICROEMPRESAS	%
MAS DE 3	492	49%
MENOS DE 3	509	51%
TOTAL	1001	100%

Fuente: Base de Datos Cámara de Comercio Pereira

La Cámara de Comercio de Pereira muestra que se encuentran registradas 16.342 empresas de múltiples sectores con predominancia el de comercio, restaurante y hoteles, el cual representa el 61,8% del total de empresas; seguido por los

servicios sociales y personales con 17,8%; la industria con el 8%; el transporte y comunicaciones con el 4,3%; y los demás sectores, como el financiero, administración pública, construcción y minería aportan en conjunto el 7,8%.

### 3.4 VARIABLES E INDICADORES

Cuadro 4. Variable e indicadores del estudio

variables e indicador del estudio (operacionalización)					
VARIABLE	DESCRIPCIÓN	CLASIFICACION	ESCALA	INDICADOR	SUBVARIABLE
Años de creación de la microempresa	Número de años que lleva la microempresa desde su creación	Cuantitativa ordinal		Rango de escala	
De qué forma realiza las ventas la microempresa	Conocer como están realizado las ventas las microempresas	Cuantitativa intervalar	-De contado -A crédito	Rango de escala	
comportamiento de las ventas en los últimos años	si su empresa lleva más de 2 años cual ha sido el comportamiento de sus ventas en los últimos años	Cualitativa ordinal	-Crecimiento -estancamiento -Decrecimiento	Rango de escala	
Compras que realiza la microempresa	Conocer como están realizando las compras la microempresa	Cualitativa ordinal	-De contado -A crédito -En consignación	Rango de escala	Porcentaje del interés pagado
Meses que disminuye las ventas y aumentan	Meses en los que se presentan disminución y aumento en las ventas y en qué porcentaje ocurre	Cualitativa ordinal	-Todos los meses del año	Rango de escala	
Sistema de control interno en la microempresa	Conocer es el control que llevan las microempresas para tener una mejor observación de los	Cualitativa ordinal	-Proveedores -Facturación -Productos y/o Servicios -Asesores	Rango de escala	

	procesos.		comerciales -Plan de mercadeo -Cliente (postventa) -Inventarios -Canales de distribución		
Alianza y acuerdos	Las alianzas y los acuerdos vigentes que tienen las microempresas para mejorar y simplificar las relaciones con actores externos	Cualitativa ordinal	-Proveedores -Clientes -Empresas del Sector	Rango de escala	
Riesgos del sector	Los riesgos que afectan directa e indirectamente la microempresa	Cualitativa ordinal	-Capital de riesgo -Compras muy caro -Estructura administrativa -No inversión de utilidades -No se conocen los costos financieros -No distribución de los costos en los productos -No hay manejo de inventarios -Cambios en el precio del dólar Otro ¿Cuál?	Rango de escala	
Información de	La información de los	Cualitativa	-Si	Rango de	

los estados financieros	estados financieros le está permitiendo tomar decisiones oportunas frente al quehacer del negocio	ordinal	-No	escala	
Presupuestos en la microempresa	Como y cada canto están realizando los presupuestos las micro empresas	Cualitativa ordinal	-Si -No	Rango de escala	Periodicidad de los presupuestos
Pasivos de la microempresa	Estado financiero en el que se encuentra la microempresa	Cualitativa ordinal	-Si -No	Rango de escala	
Financiamiento de las microempresas	Entidades financieras o prestamistas que utilizan las microempresas para obtener créditos	Cualitativa ordinal	-Entidades financieras -Accionistas -Otros	Rango de escala	
Costos de los pasivos	costo de los pasivos (deudas), es decir cuánto paga de intereses las microempresas cuando realizan un crédito	Cualitativa ordinal	-Si -No	Rango de escala	
Porcentaje de interés	El interés que deben pagar las microempresas al realizar un crédito	Cuantitativa intervalar			
Activos de la microempresa	Recursos que tiene la microempresa	Cuantitativa intervalar			
Análisis de rentabilidad	Observación de algún tipo de análisis que le permita	Cualitativa ordinal	-Si -No	Rango de escala	

	determinar cuál es la rentabilidad de su negocio				
Herramienta para el análisis de la rentabilidad de la empresa	herramientas utiliza para determinar si su negocio es bueno desde el punto de vista financiero	Cualitativa ordinal	-Indicadores -Programas -Asesorías -Ninguno -Otros cuales	Rango de escala	
Cumplimiento de las obligaciones	aspectos que le impidan cumplir puntualmente con sus obligaciones	Cualitativa ordinal	-Si -No	Rango de escala	Aspectos que impiden cumplir con las obligaciones
Reinversión de utilidades	porcentaje de sus utilidades reinvierte en la micro empresa	Cuantitativa intervalar			
Expectativas de crecimiento	Proyección de crecimiento de la microempresa de acuerdo a las ventas	Cuantitativa intervalar			
Cantidad de empleados	Números de empleados que se encuentran laborando con tiempo completo en la empresa	Cualitativa ordinal	-De 1 a 2 -De 3 a 4 -De 5 a 6 -De 7 a 8 -De 9 a 10	Rango de escala	
Rango salarial	Promedio salarial mensual de los colaboradores en la microempresa	Cuantitativa intervalar	-Menos de 1 SMLMV -Entre 1 y 3 SMLMV -De 3 a 6 SMLMV -Más de 6 SMLMV	Rango de escala	



<p><b>VARIABLE: Compras que realiza la microempresa</b></p>	
<p>Definición Concepto De Variable: Transacción por la cual una persona o institución, el comprador, adquiere bienes o servicios a cambio de dinero. Las compras pueden ser al contado, cuando se paga inmediatamente -o luego de una breve demora- por las mercancías recibidas, o a crédito, cuando se establecen diversos plazos para la cancelación de la deuda así</p> <p>Contraída; en este caso el vendedor, por lo regular, carga intereses al saldo adeudado.</p>	<p><b>DEFINICION OPERATIVA DE LA VARIABLE:</b> acción que realiza un usuario o cliente para obtener un bien o servicio, en este caso en particular para revender a otros.</p>
<p><b>SUBVARIABLE: Porcentaje del interés pagado</b></p>	
<p>Precio que se paga por el uso del dinero. Generalmente se expresa como un tanto por ciento anual sobre la suma prestada, aunque dicho porcentaje puede definirse también para otros períodos más breves, como un mes o una semana, por ejemplo. Al porcentaje mencionado se le denomina tasa de interés. La tasa de interés, en principio, depende de la valoración que haga quien presta el dinero con respecto al</p> <p>riesgo de no recuperarlo: cuanto mayor el riesgo mayor tendrá que ser el interés</p>	<p>Incremento del capital prestado que se debe pagar hasta cubrir el total del dinero entregado, con este cubre el riesgo y la pérdida del valor del dinero prestado y la pérdida de oportunidad de invertir ese capital en otra inversión.</p> <p>Pago de más dinero al no comprar de contado, por cada artículo que toma el microempresario debe pagar más por no tener el capital para pagar por él.</p>

<b>VARIABLE: Cumplimiento de las obligaciones</b>	
<p><b>DEFINICION CONCEPTO DE VARIABLE:</b> Documento en que se reconoce una deuda y se compromete su pago. En un sentido general, una obligación es un vínculo moral que compromete a quien la ha contraído a realizar determinadas acciones, pero en la práctica comercial y financiera la palabra se refiere a un título que deja constancia de una deuda.</p>	<p><b>DEFINICION OPERATIVA DE LA VARIABLE:</b> es cumplir con un compromiso de deuda con alguien o una entidad financiera.</p>
<b>SUBVARIABLE: Aspectos que impiden cumplir con las obligaciones</b>	
<p>Documento en que se reconoce una deuda y se compromete su pago. En un sentido general, una obligación es un vínculo moral que compromete a quien la ha contraído a realizar determinadas acciones, pero en la práctica comercial y financiera la palabra se refiere a un título que deja constancia de una deuda. es la propiedad que permite evidenciar el desarrollo interno de una determinada acción</p>	<p>Identificar evento impide cumplir con un compromiso de deuda con alguien o una entidad financiera.</p>
<b>SUBVARIABLE</b>	<b>Identificación de la variable</b>
Aspectos que impiden cumplir con las obligaciones	¿Existen algunos aspectos que le impidan cumplir puntualmente con sus obligaciones?
	¿Existen algunos aspectos que le impidan cumplir puntualmente con sus obligaciones? ¿Cuáles?

<b>VARIABLE: Presupuestos en la microempresa</b>	
<b>DEFINICION CONCEPTO DE VARIABLE:</b> Estimación formal de los ingresos y egresos que habrán de producirse durante un período dado, frecuentemente un año, tanto para un negocio particular Como para el gobierno. El presupuesto se diferencia de los balances en que no refleja las transacciones realmente realizadas sino las que se supone ocurrirán a futuro. En tal medida el presupuesto es un indicador de la política a seguir en cuanto a la obtención de ingresos y la realización de gastos, así como un instrumento de planificación que permite definir los costos de alcanzar ciertos objetivos en un plazo determinado.	<b>DEFINICION OPERATIVA DE LA VARIABLE:</b> análisis de un periodo determinado de los movimientos de los ingresos y los egresos de la microempresa para su funcionamiento.
<b>SUBVARIABLE: Periodicidad de los presupuestos</b>	
La periodicidad es un término aplicado para mencionar a una persona o elemento que se caracteriza por ser periódico, es decir, el elemento mencionado en la oración es frecuente (posee una repetitividad muy continua), esta palabra puede ser aplicada en cualquier ocasión	Tiempo determinado para realizar un análisis de los movimientos de entrada y de salida que se ha presentado en la microempresa
<b>SUBVARIABLE</b>	<b>PREGUNTA</b>
Periodicidad de los presupuestos	¿Realiza presupuestos escritos?
	¿Con que periodicidad realiza presupuestos escritos?

### 3.5 INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCION DE INFORMACIÓN

Como recolección de información en este proyecto se utilizó un formato de encuestas para el estudio del sector a partir de un cuestionario diseñado que permitió conocer las principales variables que muestran cómo se encuentra el sector de las microempresas con código CIIU 7117, permitiendo realizar el modelo que demuestra el estado y el crecimiento en el que se encuentran las microempresas del sector comercial, este cuestionario consta de 27 preguntas las cuales están distribuidas en la primera parte con preguntas relacionadas con la organización, la segunda parte relacionada al área financiera y una tercera parte con el área de personal y en su totalidad brinda información completa del estado de la microempresas; el formato de la encuesta se puede encontrar al final del proyecto en los anexo # 11

Se realizará un análisis cuantitativo y cualitativo que de muestra de lo encontrado en el sector y como las microempresas pueden mejorar y crecer teniendo en cuenta las variables y estados económicos en el que se encuentran.

### 3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACION

#### 3.6. 1 Análisis del sector comercial

Cuadro 5. Estructura del tejido empresarial por sectores

*Estructura del Tejido Empresarial Por Sectores Económicos*

Actividad	2010	2011	2013	2014
Comercio	58,5	57,4	55,0	54,1
Hoteles y Restaurantes	11,5	11,1	12,3	12,8
Servicios Sociales y Personales	14,5	15,4	16,0	16,8
Transporte, Comunicaciones	6,4	6,2	5,7	5,6
Industria	6,3	6,4	7,6	7,3
Intermediación Financiera	1,3	1,8	1,5	1,5
Construcción	0,6	0,7	0,7	0,6
Educación	0,6	0,7	0,8	0,8
Agropecuario	0,3	0,3	0,1	0,1
Electricidad Gas y Agua	0,0	0,0	0,2	0,3
Minería	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

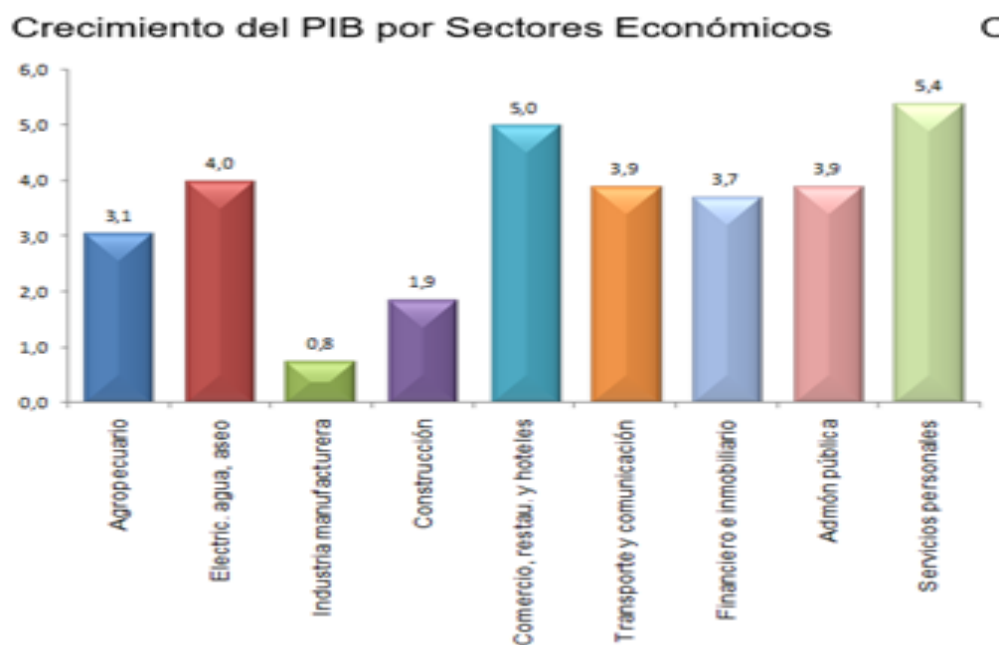
Fuente: Calculo Cámara de Comercio de Pereira.

### Cuadro 6. Contribución al crecimiento del PIB

Contribución al Crecimiento del PIB

Sectores	Contribución al PIB
Agropecuario	0,19
Electric. agua, aseo	0,10
Industria manufacturera	0,10
Construcción	0,13
Comercio, restaurante y hoteles	1,11
Transporte y comunicación	0,44
Financiero e inmobiliario	0,28
Admón pública	0,28
Servicios personales	1,15
<b>Total</b>	<b>3,80</b>

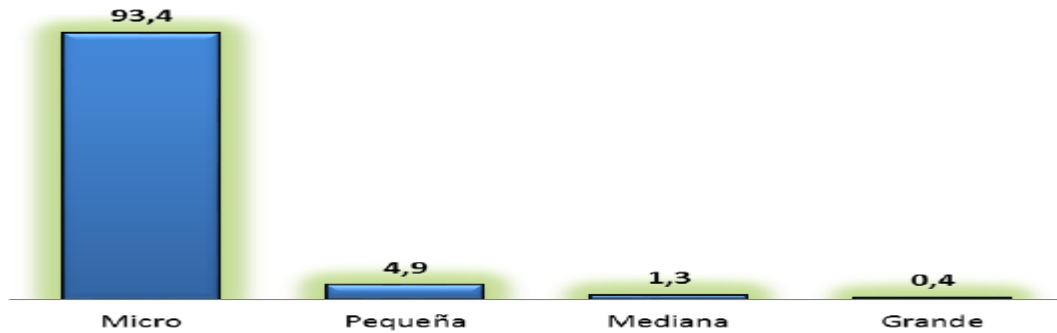
Figura 1. Crecimiento del PIB por sectores económicos



Fuente: Cámara de Comercio de Pereira

En las tablas y graficas observada se muestra que el sector comercio es muy relevante en la estructura y desarrollo económico en la ciudad de Pereira ayudando a dinamizar continuamente el producto bruto de la ciudad en el 2014.

Figura 2. Estructura empresarial por tamaño de empresa



Fuente: Cámara de Comercio de Pereira

En esta grafica se puede observar que de las empresas creadas el 93,4% de la estructura empresarial son microempresas, es notable la diferencia con la pequeña, mediana y grades empresas.

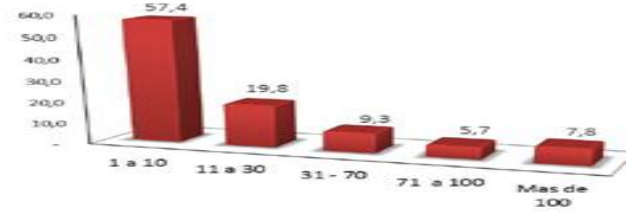
Figura 3. Tipo de asociaciones que se están realizando en Pereira



Fuente: Cámara de Comercio

En esta grafica se observa los diferentes tipos de sociedades que se pueden constituir, el tipo de sociedad que más se realizan de persona natural y las sociedades por acciones simplificadas (SAS), esta grafica confirma y refleja que lo que más se está creando en Pereira son microempresa.

Figura 4. Cantidad de trabajadores en las empresas en Pereira



Fuente: Cámara de comercio de Pereira

En esta figura se observa que las empresas en Pereira que el 57,4% de las empresas no tienen más de 10 empleados, por ser su gran mayoría microempresas que la cantidad de capital y el tamaño de esta no necesitan más personas para su funcionamiento. Es importante conocer cuánto es el capital inicial con las que las microempresas están invirtiendo para iniciar sus operaciones en el mercado.

Cuadro 7. Capital inicial de las microempresas

MILLONES	MICROEMPRESAS	%
1	140	38%
2	53	14%
3 a 4	45	12%
5 a 6	41	11%
7 a 8	25	7%
9 a 10	16	4%
11 a 12	17	5%
13 a 19	7	2%
20 a 28	13	4%
31 a 36	8	2%
50 a 52	3	1%
85 a 96	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos cámara de comercio Pereira

Se puede observar que la gran mayoría de las microempresas en Pereira más precisamente un 38% inician con \$ 1,000,000 y solo un 26% está invirtiendo de \$9,000,000, porque en su gran mayoría estas son creadas por una persona que desea generar nuevos ingresos o porque en el momento no se encuentra laborando y la realidad lo obliga a crear sus propias microempresas.

Las micro empresas creadas en Pereira están durando en promedio de 2 a 5 años con un ciclo de vida muy corta, esto es el resultado de los pocos conocimientos que sus dueños y administradores tienen sobre el área financiera y administrativa que es empírica y hace que los administradores tomen muchos riesgos sin conocer las posibilidades de la microempresa y no planeen estrategias de inversión para el crecimiento y sostenimiento que les permita permanecer en el mercado.

Uno de los principales sectores que mueve la economía Pereirana y aporta el 88% del empleo de la ciudad es el comercio, este sector contribuye en gran medida al desarrollo del departamento, generando empleo y dinamizando la economía. Actualmente Pereira busca alcanzar mayores niveles de competitividad en sus diferentes sectores especialmente en el del comercio, realizando inversiones que permitan dinamizar la economía de la ciudad.

Esta investigación es importante realizarla para impactar en la cantidad de microempresas que se crean y al poco tiempo se liquidan o aquellas que se sostienen en el mercado, pero nunca crecen y siempre están en el mismo lugar y con la misma capacidad financiera porque no buscan maximizar sus ingresos.

En Pereira se observan muchas empresas que comercializan ropa y accesorios relacionados con estas, este es un sector que mueve mucho dinero y está en constante crecimiento.



En la ciudad de Pereira hay varias empresas con código CIU 4771, a continuación, se mostrará el estado de resultado de 5 las empresas muy reconocidas.

Cuadro 8. Estado de Resultados de empresas con código CIU 4771

	<b>De Moda S.A.</b>	<b>Comercializadora Campo y Campo Ltda.</b>	<b>Almacenes La bodega S. A</b>	<b>Aristizabal y Giraldo Cia Ltda</b>	<b>Nivi global S.A.S</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	24.315.788.00	3.687.401.00	25.277.243.00	1.570.139.00	19.805.549.00
<b>Menos Costo De Ventas Y De Prestación De Servicios</b>	16.983.228.00	244.9940.00	18.048.185.00	1.219.488.00	12.002.986.00
<b>Utilidad Bruta</b>	7.332.560.00	1.237.461.00	7.229.058.00	350.651.00	7.802.563.00
<b>Menos Gastos Operacionales De Administración</b>	6653828.00	273333.00	1494105.00	220816.00	1593607.00
<b>Menos Gastos Operacionales De Ventas</b>	0.00	845861.00	5186699.00	165601.00	9153431.00
<b>Utilidad Operacional</b>	678732.00	118267.00	548254.00	-35766.00	-2944475.00
<b>Mas Ingresos No Operacionales</b>	696201.00	84107.00	1389403.00	85954.00	1891261.00
<b>Menos Gastos No Operacionales</b>	574105.00	45079.00	649387.00	33620.00	1126825.00
<b>Utilidad Antes De Impuestos</b>	800828.00	157295.00	1288270.00	16568.00	-2180039.00
<b>Menos Impuesto De Renta Y Complementarios</b>	380676.00	58799.00	482248.00	9067.00	34243.00
<b>Ganancias Y</b>	420152.00	98496.00	806022.00	7501.00	-2214282.00

<b>Perdidas</b>					
-----------------	--	--	--	--	--

Fuente: DANE

En esta tabla se puede observar que solo una de las empresas muestra perdidas y las otras 4 muestran ganancias, también se puede observar que este sector puede vender buenas cantidades de dinero y contribuir al crecimiento y desarrollo de la ciudad, este sector económico en particular tiene gran participación económica y puede ser una muy buena inversión para las personas que quieren o están creando microempresas, esta información tiene fecha de corte 31/12/2014.

### **Crecimiento del sector**

Analizado el sector comercio se observa que es un sector en constante crecimiento y que continuamente se están creando muchas microempresas en Pereira y se le está invirtiendo gran cantidad de dinero para mejorar y crecer.

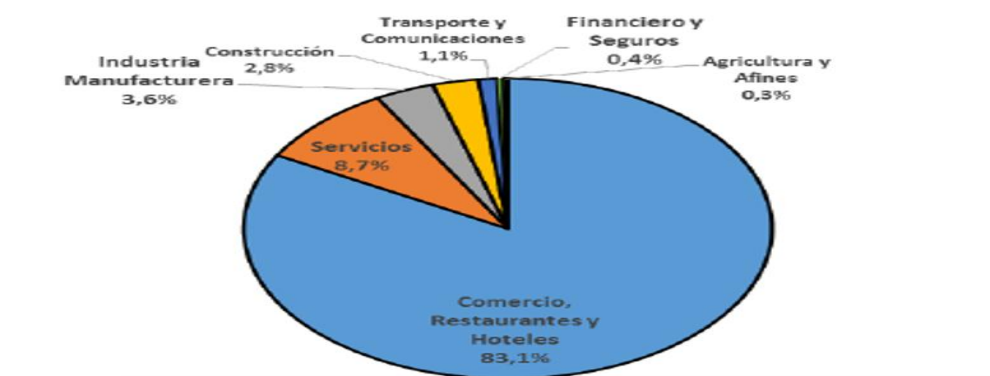
Cuadro 9. Sociedades liquidadas: N° y valor del capital liquidado (cifra millones \$)

<b>SECTOR ECONOMICO</b>	<b>No.</b>	<b>2016</b>	<b>No.</b>	<b>2015</b>	<b>Var %</b>
Agricultura y Afines	1	25	6	206	(87,8)
Minería	-	-	-	-	
Industria Manufacturera	10	310	0	-	
Construcción	6	240	7	400	(40,0)
Comercio, Restaurantes y Hoteles	42	7.123	30	1.155	516,8
Transporte y Comunicaciones	4	97	3	27	256,8
Financiero y Seguros	3	30	5	831	(96,4)
Electricidad, Agua y Luz	-	-	-	-	
Servicios, sociales y personales	22	742	21	3.115	(76,2)
<b>Total general</b>	<b>88</b>	<b>8.568</b>	<b>72</b>	<b>5.733</b>	<b>49,4</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Pereira

En este cuadro se puede evidenciar que el sector donde se liquidan sociedades es el sector comercio, siendo este también el sector donde más se crean, el valor del capital es el más alto, también se observa que el aumento de un año a otro es muy significativo.

Figura 5. Estructura del capital liquidado



Fuente: Cámara de Comercio de Pereira

Se observa que el sector comercial en la ciudad de Pereira tiene el mayor porcentaje en la estructuración del capital líquido con un 83,1% en comparación con los otros sectores como son los de servicio, industria, construcción, transporte y comunicaciones, financiero, seguro y comunicaciones es notable y muy grande la diferencia que se evidencia del sector comercio.

Tabla 3. Solicitud y aprobación de crédito en los micro establecimientos por sector económico

Sector económico	Inclusión financiera	
	Ha solicitado un crédito	Obtuvo el crédito
<b>TOTAL</b>	<b>23,5</b>	<b>91,6</b>
<b>Comercio</b>	<b>25,7</b>	<b>92,9</b>
<b>Servicios</b>	<b>18,7</b>	<b>89,4</b>
<b>Industria</b>	<b>24,9</b>	<b>88,4</b>

Fuente: DANE

En la tabla se puede observar un estudio de 24 ciudades principales y sus áreas metropolitanas realizado entre octubre del 2014 y septiembre del 2015, el porcentaje de los microestablecimientos es muy bajo no se supera el 25% esto ratifica la información observada en el análisis de las encuestas que muestra que a los microempresarios no les gusta a sumir crédito porque lo ven como una deuda y no como una oportunidad, también es importante resaltar el gran porcentaje de los créditos que son aprobados en el sector comercio del 92,9% siendo el sector con mayor aprobación.

Tabla 4. Partición de los micros establecimientos según solicitud y aprobación de crédito en la ciudad de Pereira.

<b>Ciudad</b>	<b>Solicitud de crédito</b>	<b>Obtuvo el crédito</b>
Total	<b>23,5</b>	<b>91,6</b>
PEREIRA A.M.	21,3	94,9

Fuente: DANE

En la tabla se evidencia la participación de los micro establecimientos según solicitud y aprobación de créditos en la ciudad de Pereira entre el periodo de octubre de 2014 a septiembre del 2015, la solicitud de crédito en los micro establecimientos es muy bajo con solo un 21,3%, pero con una muy alta tasa de aprobación de créditos con un 94,9%.

Tabla 5. Participación de los micro establecimientos por principales razones por las cuales no ha solicitado un crédito según sector económico %.

Sector económico	Razones por las que no ha solicitado un crédito				
	No lo necesita	Los intereses y comisiones son muy altos	Demasiados trámites	No cumple con los requisitos (garantías, codeudores, avales, fiadores)	otro
<b>TOTAL</b>	72,7	12,5	4,8	3,0	7,0
<b>Comercio</b>	72,4	12,5	4,8	3,2	7,1
<b>Servicios</b>	74,6	12,1	4,3	2,5	6,5
<b>Industria</b>	69,4	13,5	6,1	3,5	7,5

Fuente: DANE

En la tabla se puede observar por qué los microestablecimientos no están solicitando crédito este estudio fue realizado en las 24 principales ciudades y sus áreas metropolitanas durante el periodo de octubre del 2014 a septiembre del 2015, es notable la principal razón por la que el sector comercio no solicitan crédito es por considerar que no lo necesitan con un 72,7%, pero es importante analizar que si no lo necesitan porque no están creciendo las microempresas y solo el 17,2% presenta otro tipo de razones y consideraciones externas que no les permite acceder a créditos.

Con la investigación realizada se observa que este sector está en constante crecimiento y continuamente se están creando muchas microempresas en Pereira y se le está invirtiendo gran cantidad de dinero para mejorar y crecer.

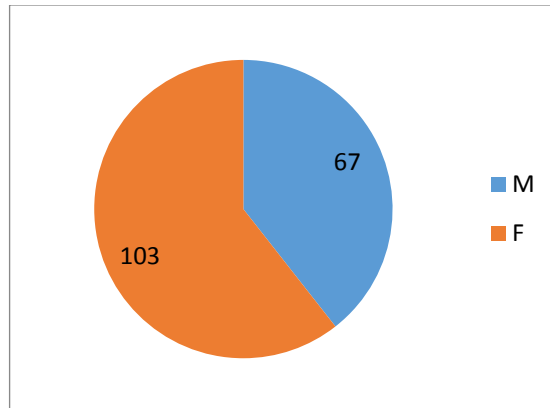
### 3.6.2 Análisis de la encuesta

El análisis de la información de las encuesta se realizó cuantitativo y cualitativo a través de matrices descriptivas y explicativas, se utilizara el programa Excel para tabular la información recolectada para realizar tablas y gráficos que nos muestren el panorama de las microempresas, con esta información realizaremos análisis y llegaremos a identificar las variables relevantes para el diseño de la

metodología, teniendo en cuenta las teorías del marco teórico y conceptual, con las normas y realidades de las microempresas objeto de estudio.

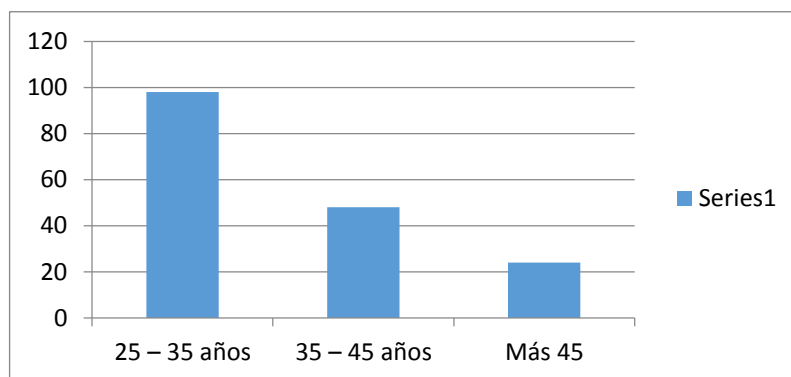
Con las encuestas realizadas se obtuvo el siguiente análisis y se encontró la siguiente información:

Figura 6. Sexo del encuestado



Con esta pregunta se puede observar que 61% de las personas que trabajan en estos establecimientos son mujeres y el 39% de los trabajadores son hombre, mostrando que en esta industria un gran porcentaje sus trabajadoras son femeninas.

Figura 7. Edad del encuestado

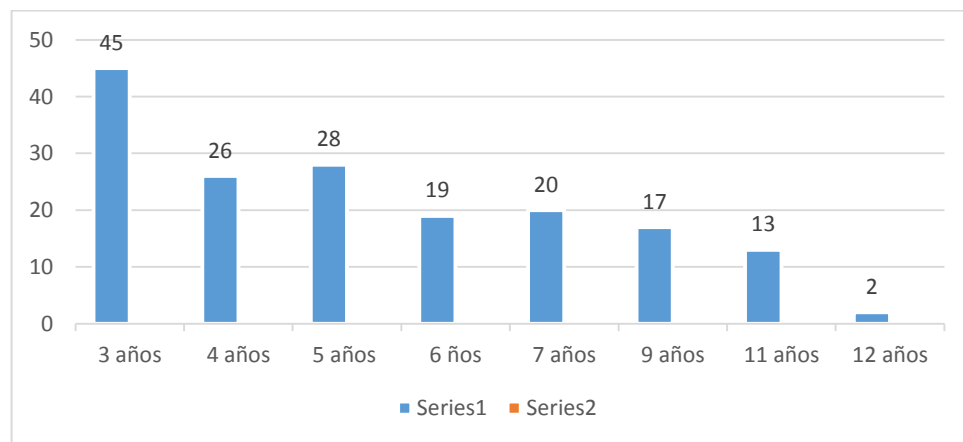


A partir de esta pregunta se puede conocer la edad en la que se encuentran los trabajadores de las microempresas encuestadas 58% de las personas que trabaja en estos establecimientos se encuentra entre las edades de 25- 35 años, un 28% de los trabajadores existen entre la edad de 35 – 45 años y el 14% de los encuestados tienen más de 45 años de edad.

**Primera parte: preguntas relacionadas con la organización.**

**¿Hace cuánto se creó la microempresa?**

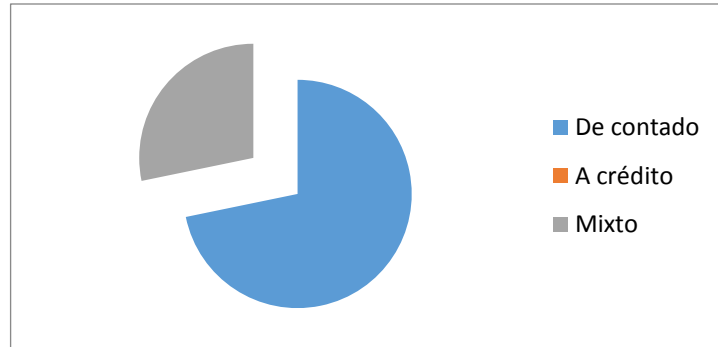
Figura 8. Creación de la microempresa



Después de aplicada la encuesta se evidenció que el 26% de las microempresas tiene 3 años de creación, el 15% de las microempresas tienen 4 años de creación, el 16% de las microempresas encuestadas se encuentran hace 5 años en el mercado, el 11% llevan 6 años de creación, el 12% de las microempresas tienen 7 años de creación, el 10% de las microempresas encuestadas tienen 9 años de estar en el mercado, el 8% de las microempresas tienen 11 años de haber sido creadas y el 1% tienen más de 12 años de creación.

**¿De las ventas realizadas asigne un porcentaje según la forma de ventas que realiza la microempresa?**

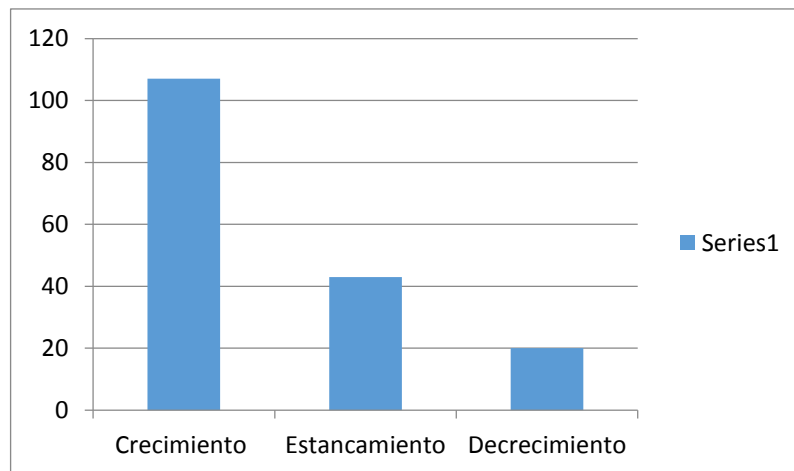
Figura 9. Porcentaje forma de ventas



De la gráfica anterior se puede observar que de las microempresas encuestadas el 72% realiza sus ventas de contado, el 28% realizan sus ventas de forma mixta o sea ventas de contado y crédito, ninguna de las microempresas realiza solo ventas a créditos.

### ¿Cómo se encuentran las ventas de sus productos?

Figura 10. Comportamiento en las ventas

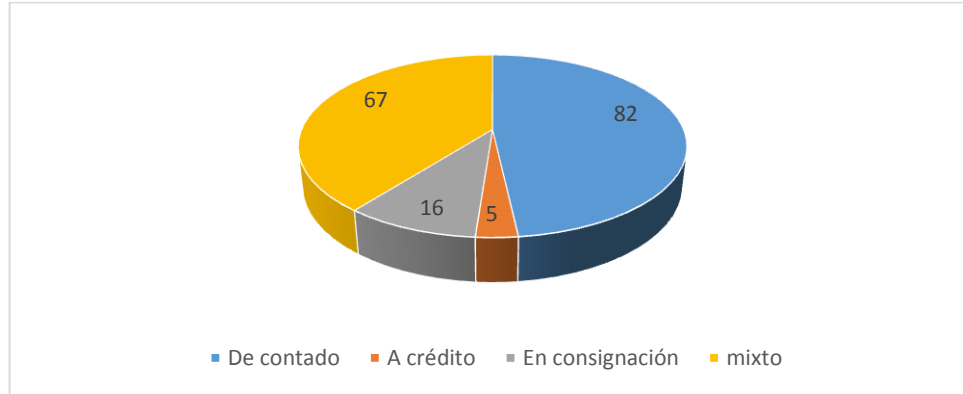


Como se observa en la gráfica las microempresas en las ventas de sus productos el 63% se encuentra en crecimiento, el 25% está en estancamiento sus ventas y 12% de las microempresas muestran un decrecimiento en sus ventas.



### ¿Cómo realiza las compras la microempresa?

Figura 11 Sistema de compra de las microempresas



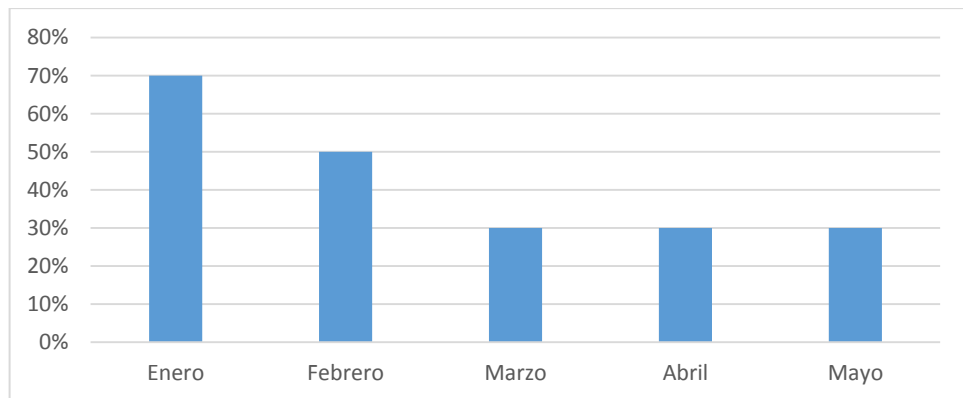
Con la encuesta realizada muestran como las microempresas están realizando sus compras el 48% compra de contado, 3% compra a crédito el 9% maneja los productos en consignación y 39% realiza sus comprar de forma mixta comprando de contado y sacando a crédito.

### ¿Cuánto es el porcentaje de interés que paga cuando compra?

Se pudo evidenciar con esta pregunta que ninguno de los que compran a crédito conoce el interés que están pagando por este tipo de compra.

### ¿Tiene disminución de ventas por temporadas?

Figura 12. Disminución en las ventas por temporadas

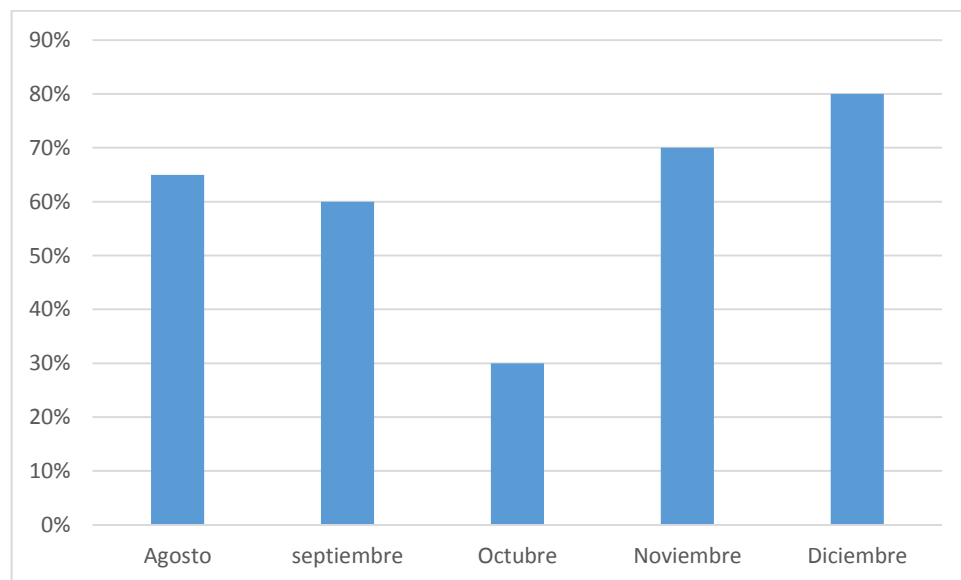


Como se puede observar en la gráfica hay una disminución en las ventas de las microempresas en los meses de enero del 70%, el mes de febrero es de 50%, en marzo las ventas caen un 30%, el mes de abril la disminución en las ventas es de 30%, hay una disminución del 30% en las ventas durante el mes de mayo, los meses de Junio y Julio las ventas son muy estables.

Es importante aclarar que para realizar este análisis se promedió las respuestas para poder realizar las observaciones por que los comportamientos de las en la disminución en las ventas en las microempresas eran muy diferentes en algunos meses para cada una y esto dificultaba el análisis.

### ¿Tiene aumento de ventas por temporadas?

Figura 13. Aumento en las ventas por temporada

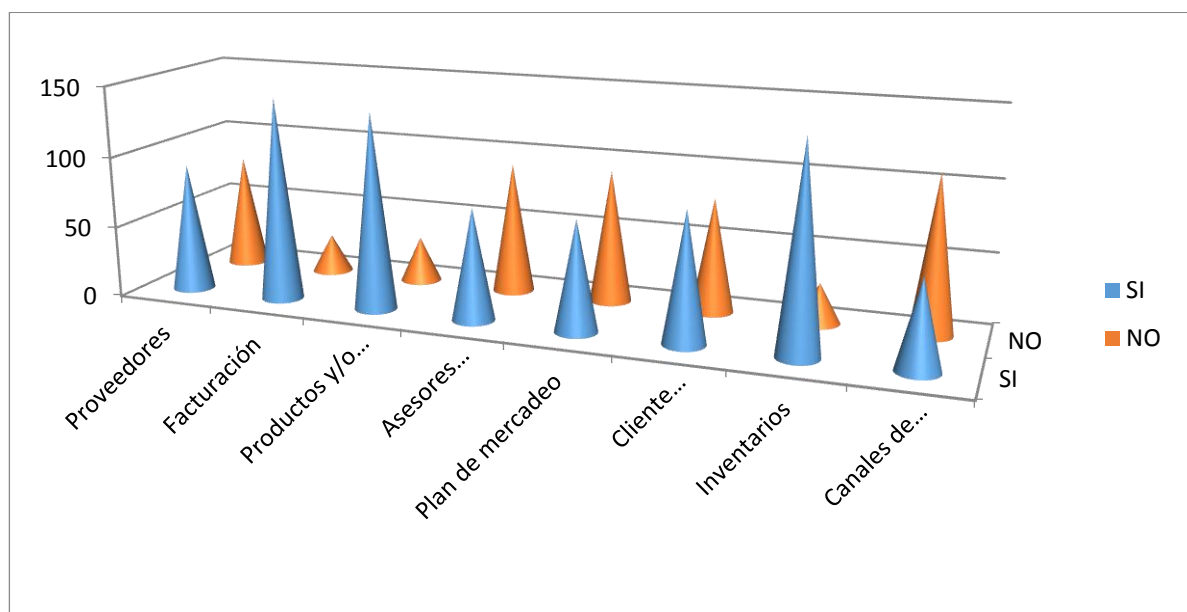


Durante el mes de agosto este crecimiento es del 65%, en septiembre es de 60%, en el mes de octubre el crecimiento en las ventas es de un 30%, el crecimiento en el mes de noviembre es de un 70% y el mes de diciembre es de un 80%.

Es importante aclarar que para realizar este análisis se promedió las respuestas para poder realizar las observaciones por que los comportamientos del aumento de las ventas en las microempresas eran muy diferentes en algunos meses para cada una y esto dificultaba el análisis.

### ¿Existen sistemas de control en los siguientes aspectos?

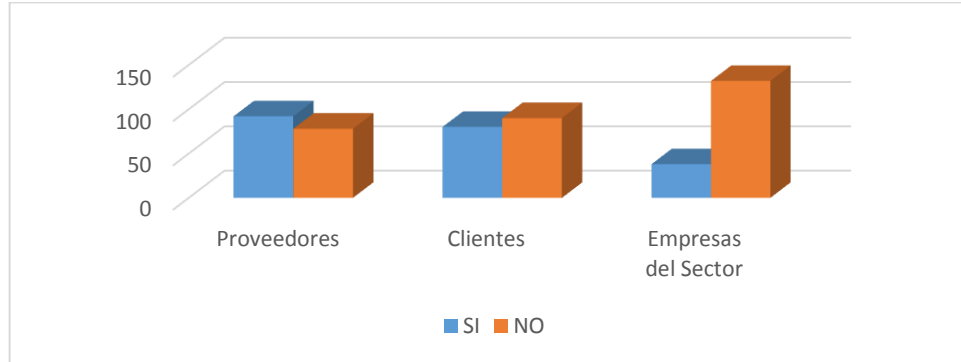
Figura 14. Sistema de Control



En la gráfica se puede observar que las microempresas manejan algunos sistemas de control en aspectos como los proveedores donde se muestra que el 53% si tiene un sistema y el 47% no, sistema de facturación el 84% si factura y el 16% no, Productos y/o Servicios el 81% si manejan un sistema y el 19% no, asesores comerciales 46% si y 54% no lo tiene, plan de mercadeo 45% si maneja un plan y un 55% no, con los clientes 53% si tienen un sistema de control y el 47% no, el 84% de las microempresas encuestadas si llevan un sistema de inventarios y el 16% no y 36% de las micro empresas si manejas un sistema de control para los canales de distribución y el 64% no.

### ¿Tiene acuerdos o alianzas vigentes con?

Figura 15. Acuerdos y alianzas vigentes de las microempresas

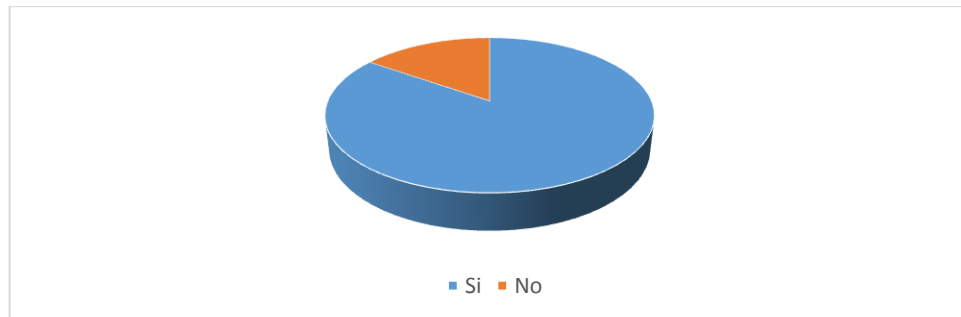


Se puede observar que de las microempresas encuestadas algunas tienen alianza o acuerdos, con proveedores muestra que el 54% si manejan algún tipo de acuerdo y un 46% no, con los clientes 47% si tiene alianzas y un 53% no, y con las empresas del sector 22% si maneja un acuerdo y 78% no.

### ÁREA FINANCIERA

#### ¿La información de los estados financieros le está permitiendo tomar decisiones oportunas frente al quehacer del negocio?

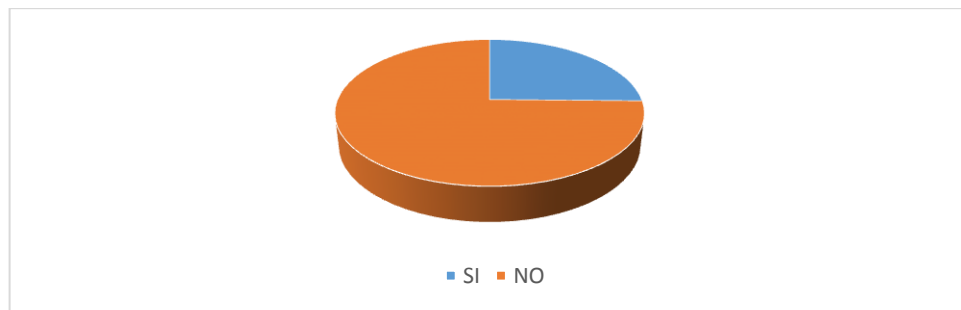
Figura 16. Toma de decisiones con los flujos de caja



Con las encuestas se pudo evidenciar que el 85% de las microempresas toman decisiones a partir de los estados financieros y un 15% no necesita de esta información financiera para tomar decisiones.

### ¿Realiza presupuestos escritos?

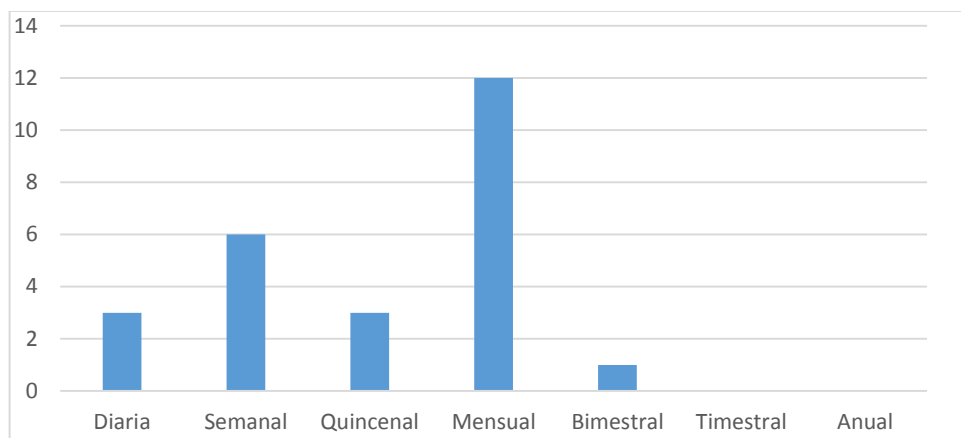
Figura 17. Realización de presupuestos escritos



Con la encuesta realizada muestran como en las microempresas un 75% no realiza presupuestos escrito y solo un 25% si realiza estos presupuestos.

### ¿Cada cuánto tiempo realiza su presupuesto?

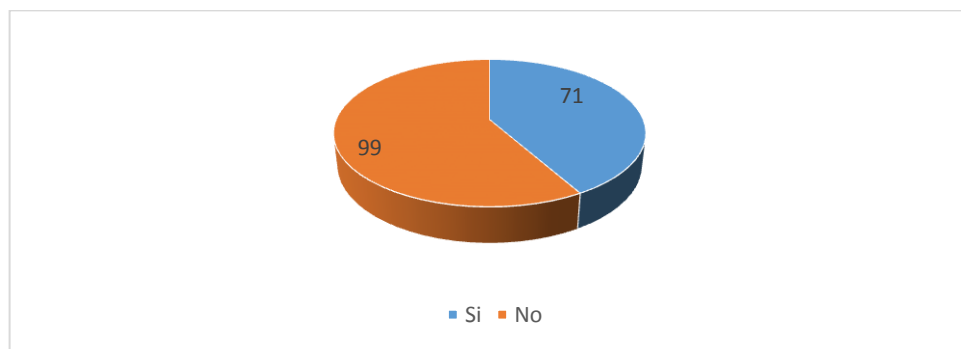
Figura 18. Periodicidad en la que se realizan los presupuestos



La grafica muestra que un 12% de las microempresas realizan sus presupuestos diariamente, otro 24% de las microempresas lo realizan cada semana, un 12% lo realizan quincenal, mensualmente están realizando sus presupuestos un 48% de las microempresas y un 4% lo realiza cada bimestre.

**¿Tiene actualmente o ha tenido la microempresa pasivos?**

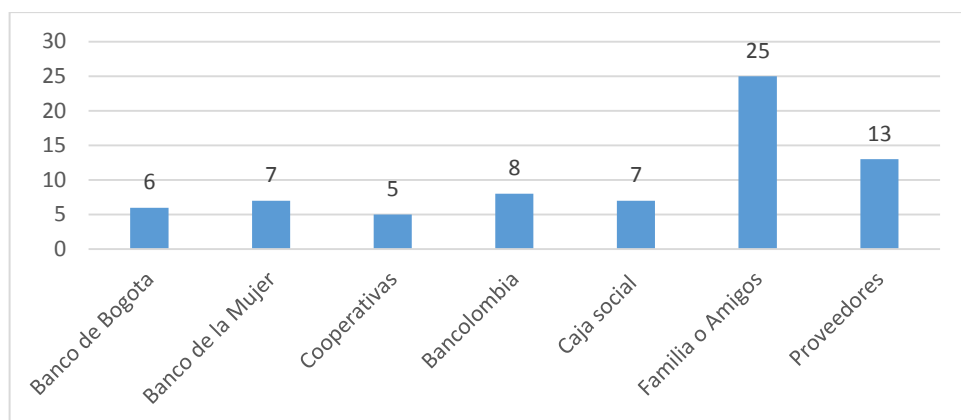
Figura 19. Posee pasivo de la microempresa



En la gráfica se muestra que un 42% de las microempresas si tiene o ha tenido créditos mientras que un 58% no tiene ni ha tenido créditos.

**¿Con cuales entidades financieras tiene o ha tenido créditos?**

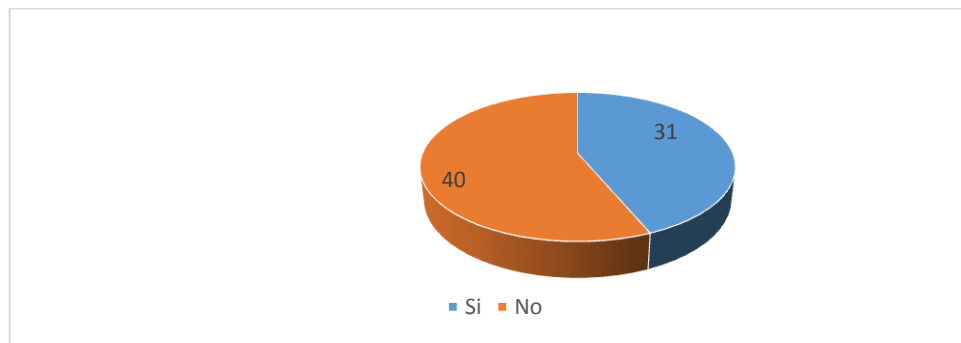
Figura 20. Entidades financieras con la que se ha tenido crédito



Como se puede observar en la figura #19 Banco de Bogotá con un 8%, Banco de la Mujer 10%, Cooperativas con un 7%, con Bancolombia solicitaron créditos un 11%, con la Caja Social 10%, la gran mayoría realiza los créditos con familias o amigos 35% y con los proveedores un 18%.

**¿Tiene claro cuál es el costo de sus pasivos (deudas), es decir cuánto paga de intereses?**

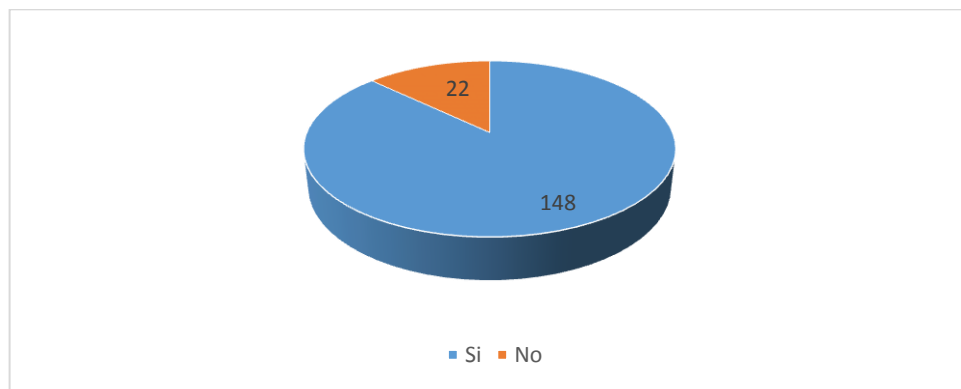
Figura 21. Costo de los pasivos



Con el resultado obtenido se puede evidenciar que un 44% de las microempresas que tienen o han tenido pasivo conocen el interés que está pagando por el crédito y un 56% desconoce cuánto está pagando de interés.

**¿Conoce qué entidades están otorgando créditos y recursos económicos para el desarrollo de su empresa?**

Figura 22. Conocimiento de entidades que otorgan créditos y recursos económicos

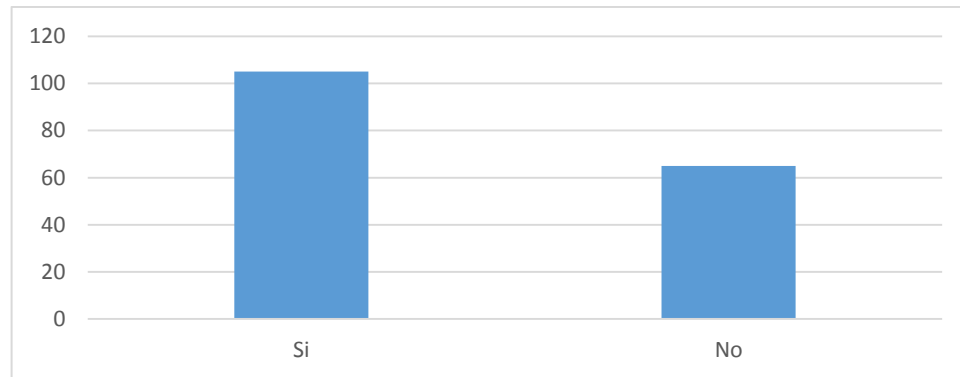


En la gráfica se observa que un 87% conoce entidades financieras que otorguen créditos a microempresa especialmente los bancos y un 13% manifestó no conocer entidades financieras que otorguen créditos.

## ACTIVO

**¿Ha realizado algún tipo de análisis que le permita determinar cuál es la rentabilidad de su negocio?**

Figura 23. Realización de análisis para determinar la rentabilidad de la microempresa

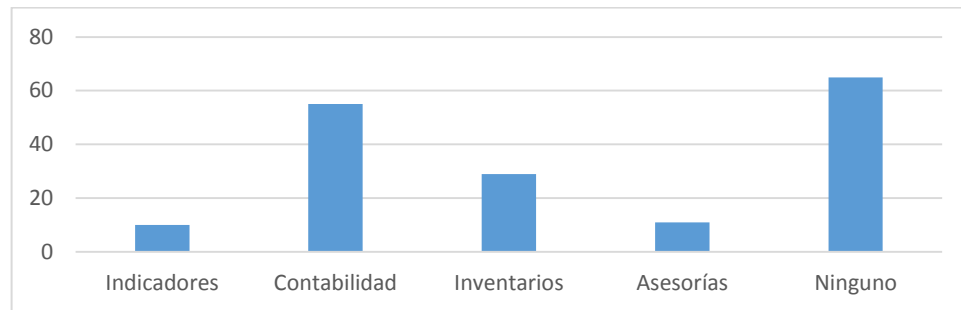


A partir de las encuestas realizadas se observa que un 62% de las microempresas si realizan análisis que les permita conocer la rentabilidad que se está obteniendo y un 38% no realiza ningún tipo de análisis.



**¿Qué tipo de herramientas utiliza para determinar si su negocio es bueno desde el punto de vista financiero?**

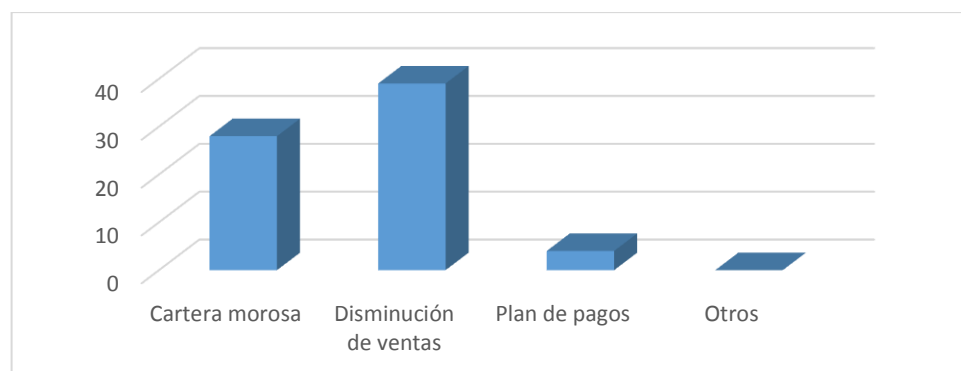
Figura 24. Herramientas que utilizan para el análisis financiero



En la gráfica se muestra que un 6% de las microempresas utiliza indicadores para conocer la rentabilidad del negocio, un 32% realiza este análisis a través de la contabilidad, otro 17% lo realiza a través del inventario, un 6% lo ejecuta con asesorías y un 38% no realiza ningún tipo de análisis que les permita conocer cómo se encuentra financieramente la empresa.

**¿Existen algunos aspectos que le impidan cumplir puntualmente con sus obligaciones?**

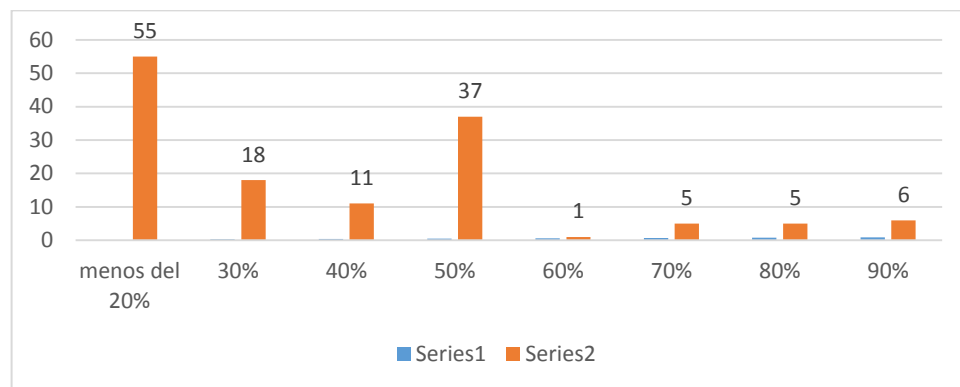
Figura 25. Aspectos que le impidan cumplir puntualmente con sus obligaciones



En la gráfica se observa que las microempresas incurren en incumplimientos con sus obligaciones en un 39% por una cartera morosa, un 55% incumple por las disminuciones en las ventas y un 6% no lo realiza por los planes de pago que tiene la microempresa actualmente.

### ¿Qué porcentaje de sus utilidades reinvierte en la microempresa?

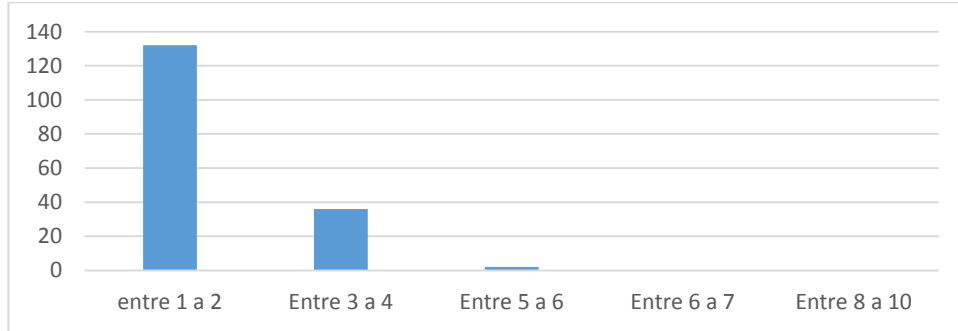
Figura 26. Porcentaje de las utilidades reinvertidas



A partir de las encuestas realizada se observa que un 40% de las micro empresas reinvierte menos del 20%, un 13% reinvierte el 30% de sus utilidades, un 8% reinvierte un 40%, el 27% reinvierte un 50%, un 1% de las microempresas están reinvirtiendo un 60%, un 4% está reinvirtiendo 70% de sus utilidades, el 4% de las micro empresas reinvierte el 80% y el 4% reinvierten el 90%.

## ¿Cuántos empleados tienen la microempresa?

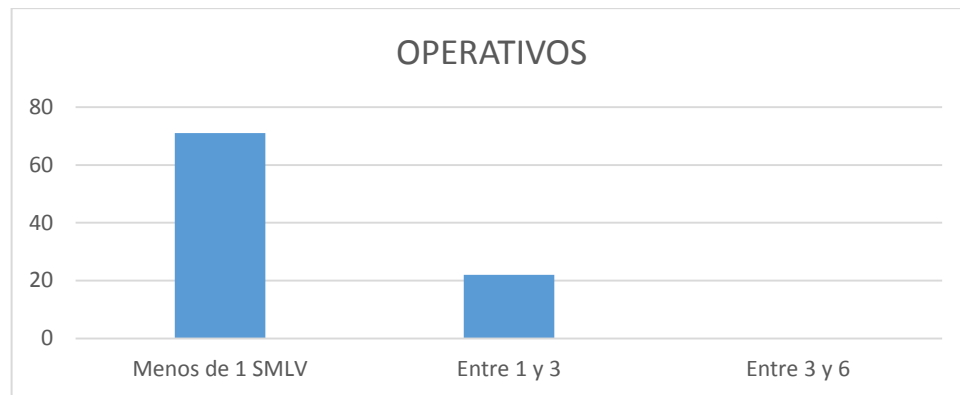
Figura 27. Empleados en las microempresas



En la gráfica se observa que el 78% de las microempresas encuestadas tienen entre 1 a 2 empleados, el 21% tienen entre 2 a 4 y el 1% de las microempresas tiene entre 5 a 6 empleados.

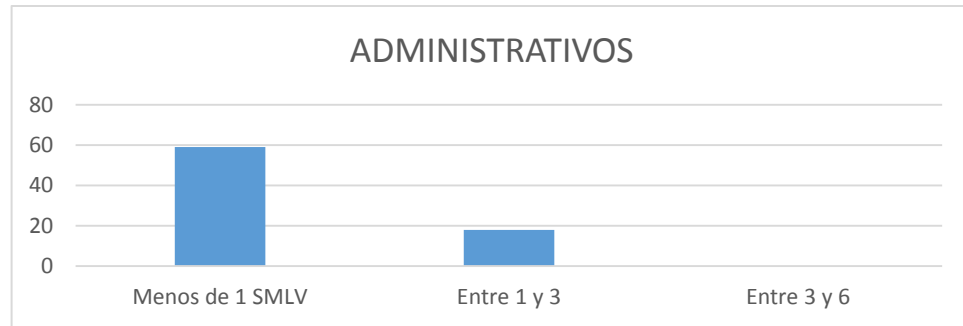
## ¿Cuál es el rango salarial promedio de los colaboradores o empleados?

Figura 28. Rango salarial de los empleados operativos



Se observa que el rango salarial que se le paga a los trabajadores operativos en las microempresas encuestadas muestra que un 76% de las microempresas pagan menos de 1 salario mínimo legal vigente y un 24% les pagan a sus trabajadores entre 1 a 3 salarios mínimos legal vigente.

Figura 29. Rango salarial de los empleados administrativos



Se observa que el rango salarial que se le paga a los trabajadores administrativos en las microempresas encuestadas muestra que un 77% de las microempresas pagan menos de 1 salario mínimo legal vigente y un 23% les pagan a sus trabajadores entre 1 a 3 salarios mínimos legal vigente.

## 4 DIAGNOSTICO OBTENIDO

### 4.1 ANÁLISIS MICROEMPRESAS EN PEREIRA

Las microempresas están iniciando con inversión baja como se puede observar en la tabla #8, esto crea una gran presión, porque se cuenta con muy poca liquidez para el funcionamiento y se deben vender mucho para cumplir con las obligaciones y poder seguir reinvertiendo en compra de mercancía, no se cuenta con un capital de respaldo inicial que pueda suplir las obligaciones en lo que la microempresa se posesiona e inicie a dar ingresos que pueda suplir todas obligaciones de la microempresa e inicie a generar utilidades para los inversionistas.

En Pereira cada año se crean muchas empresas y la gran mayoría son microempresas como se puede observar en la figura # 2, pero de estas empresas que se están creando no muchas sobreviven, con la investigación se observó la duración de las micro empresas en el mercado demostrando que las empresas y microempresas no están durando y permaneciendo en el mercado porque no son sostenibles para sus dueños.

Cuadro 10. Microempresas en Pereira con más de tres años de creación.

AÑOS	CANTIDAD	
	MICROEMPRESAS	%
3	83	22%
4	68	18%
5	44	12%
6	34	9%
7	41	11%
8	30	8%

9	26	7%
10	19	5%
11	20	5%
12	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>370</b>	<b>100%</b>

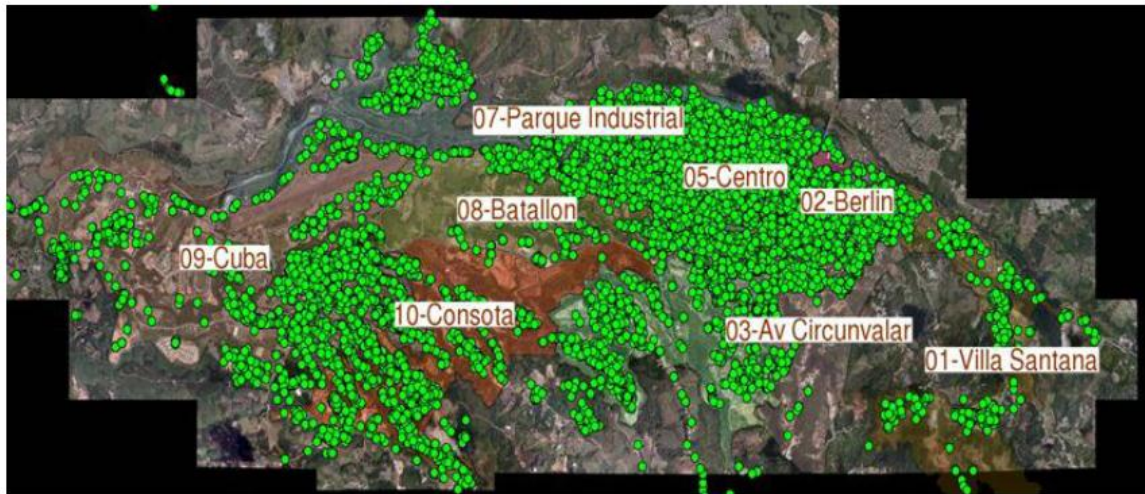
Fuente: Base de datos Cámara de Comercio Pereira

En el cuadro # 10 se puede observar cómo van desapareciendo las microempresas del mercado, es muy visible que después del séptimo año la disminución es muy significativa solo el 37% están sobreviviendo y cada año van desapareciendo un mayor porcentaje, solo el 1% logra permanecer hasta los 12 años.

La ciudad de Pereira es muy atractiva para la inversión, en esta capital se crean y abren muchos establecimientos, estos se encuentran en toda la ciudad, pero se concentran en algunos sectores por ser estos lugares específicos de comercialización, donde las personas interesadas en comprar pueden encontrar locales que suplan sus necesidades con variedad de artículos y precios.

Mapa 1. Conglomeración de locales comerciales en Pereira por sector

Mapa satelital Sectores Urbano Pereira



Fuente: Cámara de Comercio de Pereira

En este mapa de 2014 se observa que la gran mayoría de los locales comerciales se encuentran en el centro de la ciudad por ser un sector de mucho movimiento donde transita gran cantidad de personas, por qué las personas se dirigen a estos locales tienen el fin de realizar compras, pero también se observa que alrededor de la ciudad hay locales comerciales que hacen que la ciudad de Pereira sea muy comercial.

#### 4.2 ANÁLISIS Y RESUMEN DE LAS ENCUESTAS

Para conocer el tipo de microempresa objeto de la investigación se realizó una encuesta con una primera parte del área comercial que constó de 11 preguntas, la segunda parte sobre el área financiera con 13 preguntas y una tercera parte sobre el personal ocupado con 2 preguntas para un total de 26 preguntas, que permitió conocer las particularidades de este tipo de microempresa para poder diseñar el modelo financiero que atendiera las necesidades específicas que se presentan en este sector y permitirá potencializar la microempresa para obtener un crecimiento.

Como resultado se observó que en este sector la participación de las mujeres es mucho mayor en comparación con los hombres como lo muestra la figura # 5 porque al ser venta de prenda de vestir y de moda se hace más atractivo para la mujer, la edad del encuestado y de las personas que trabajan estos establecimientos el mayor porcentaje están entre las edades de 25 a 35 años son personas jóvenes porque este sector y las necesidades así lo exige solo el 14% tienen más 45 años.

El tiempo que tienen las microempresas de más de en el mercado se puede observar en la figura 7 que muestra que las microempresas tienen una tendencia a desaparecer con el transcurso de los años, se muestra la gran diferencia en el porcentaje de las empresas con 3 años con un 26% y las empresas con 12 años solo tienen un 1%, esto demuestra la importancia de crear herramientas que contribuyan al fortalecimiento de estas microempresas.

En la figura # 8 se observó cómo están realizando las ventas las microempresas del sector de contado están efectuando la gran mayoría con un 72% de las microempresas solo realizan sus ventas de contado y un 28% de las microempresas la de forma mixta, esto muestra la liquidez pueden tener a partir de las ventas, siendo esta una variable importante para proyectar el crecimiento, porque no se tendrán cartera y no se asumiría este riesgo, también es importante el comportamiento que se muestra en la figura # 9 que muestra que es un sector que en las ventas está en crecimiento con un 63% en las microempresas y solo un 12% manifesto estar en decrecimiento.

La forma como realizan las compras es una variable importante porque esto puede afectar las utilidades, en la figura # 10 se muestra que el 48% de las microempresas están realizando sus compras de contado por considerar que así tendrían mayores utilidades en sus ventas, el 39% lo realiza de forma mixta de contado y credito con un 39% porque no cuenta con la liquidez para realizar todas sus compras de contado esto genera un aumento en los precios de los



productos, un 9% maneja productos en consignación por considerarlo una oportunidad porque aunque se debe asumir un costo mayor en los productos en comparación a los que se compran de contado pueden realizar cambios en los inventarios sin asumir costos y solo el 3% están comprando a crédito porque no tienen liquidez para realizar compra de contado, cuando se les pregunto a los microempresarios cual era el porcentaje que pagan al comprar a crédito no tenían claro y alguno no sabían la respuesta.

En este sector por ser de venta de productos de prendas de vestir se observa temporadas de aumento y disminución como se muestra en la figura # 11 sobre la disminución en las ventas, son los primeros 7 meses del año, pero el mes que es más significativa la disminución de la ventas es durante el mes de enero con un 70%, meses como Marzo, Abril y Mayo la baja en las ventas solo fueron de un 30%; así como se presenta una disminución en las ventas durante algunos meses también se observa un aumento en estas, los meses de mayor venta son los meses de Noviembre y Diciembre en este mes se incrementas las ventas en un 80% , en el mes de octubre el incremento es el más bajo con un 30% .

Las microempresas presentaron un alto manejo en los sistemas de facturación y de inventario ambas con un 84%, presento un bajo control en los canales de distribución y muchas no tiene un plan de mercadeo, esto se puede observar en la figura #13, los microempresario manifestaron que tener un sistema de control no afecta de forma significativa por eso no los consideran importante, consideran importante tener acuerdos con los clientes como descuentos, también con los proveedores para recibir los productos de última temporada y poder tener descuentos, no consideran relevante los acuerdos con los otros microempresarios del sector porque no le encuentran ningún beneficio.

Consideran importante los estados financiero para la toma de decisiones porque en este pueden como se encuentra financieramente la empresa, pero otros poco

manifiesta que no representa importancia porque ellos conocen el día a día de sus microempresa esto se puede ver evidenciado en la figura # 15, no se realiza presupuesto escrito muchas de las microempresas porque no lo consideran importante como se observa en la gráfica # 16, también se puede observar en la figura # 17 de las microempresas que realizan presupuesto la realizan en su gran mayoría cada mes, como se evidencia en la figura # 18 las microempresas en su mayoría no conoce cuanto están pagando de intereses al contraer una deuda esto se puede ver en la figura # 20 también es notable que están tomando los créditos con entidades bancarias.

Los microempresarios en su gran mayoría están realizando análisis para conocer la rentabilidad que están dejando los productos que comercializan esto se observa en la figura #22 para este análisis muchos de los microempresarios lo realizan de forma empírica dicen saberlo cuando se le asigna el costo al producto solo algunos lo realizan a través de la contabilidad, inventarios asesorías e indicadores esto se observa en la figura # 23, el aspecto más importante que le impiden cumplir con las obligaciones sería la baja en las ventas por ser este medio por el cual se obtienen los recursos esto se muestra en la figura #24.

En la gráfica # 25 se observa que la mayoría de las microempresas están reinvertiendo de sus utilidades un 20%.

#### **4.3 PRINCIPALES VARIABLES CIIU 4771**

Existen diferentes tipos de establecimientos con una razón social específica establecida de acuerdo a normas y códigos, delimitando el que hacer de las empresas para que ofrezcan productos o servicios al mercado, clasificando las actividades económicas de las empresas.

La categorización de las actividades económicas de las empresas en Colombia se rige a través de la CIIU que es la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas establecidas en Colombia por Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN).

En esta investigación se trabajó con microempresas con código CIIU en la sección F y división 47 COMERCIO AL POR MENOR (INCLUSO EL COMERCIO AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES), EXCEPTO EL DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS. El grupo 4771 Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados), Para la delimitación de la población objeto de la investigación, este es un sector en el que se encuentran muchas microempresas en la ciudad de Pereira y en Colombia permitido realizar un análisis de empresas que realizan esta actividad en particular.

En el desarrollo de la investigación se identificaron variables importantes en este tipo de empresas que permite realizar un análisis específico del sector conociendo la participación en el sector, como están comprando, conociendo el costo de la mercancía y el personal que trabaja en estas empresas.

Cuadro 11. Resumen de las principales variables, según CIIU 4771 Rev. 4 A.C – empresas de mayor tamaño.

Número de empresas	236
Participación en el sector (%)	2,8
Participación en la división (%)	8,6
Valor de las ventas (miles de pesos)	3.314.860.953
Participación en el sector (%)	1,6
Participación en la división (%)	4,6
Costo de mercancía (miles de pesos)	

	2.141.237.419
Participación en el sector (%)	1,3
Participación en la división (%)	3,7
Producción bruta (miles de pesos)	1.173.623.534
Participación en el sector (%)	2,5
Participación en la división (%)	8,1
Valor agregado (miles de pesos)	617.201.291
Participación en el sector (%)	2,1
Participación en la división (%)	7,8
Sueldos y salarios causados (miles de pesos)	231.544.002
Participación en el sector (%)	2,8
Participación en la división (%)	8,1
Prestaciones sociales (miles de pesos)	102.424.567
Participación en el sector (%)	2,4
Participación en la división (%)	7,2
Remuneración (miles de pesos)	333.968.569
Participación en el sector (%)	2,7
Participación en la división (%)	7,8
Personal ocupado directo	19.202
Participación en el sector (%)	3,8
Participación en la división (%)	8,3
Personal total hombres	7.501
Participación en el sector (%)	2,4
Participación en la división (%)	5,7
Personal total mujeres	14.683
Participación en el sector (%)	5,7

Participación en la división (%)	11,3
Personal remunerado	18.376
Participación en el sector (%)	3,8
Participación en la división (%)	8,3
Relación costo/ventas	64,6
Coeficiente técnico	47,4

Fuente: DANE

En el cuadro # 11 del estudio realizado con 236 empresas muestra cual es la participación de este tipo de microempresas en el sector y la participación en la división, la participación en las venta fue de \$ 3.314.860.953 de miles de pesos, el costo de mercancía fue de \$ 2.141.237.419 de miles de pesos, la producción bruta fue de \$ 1.173.623.534 de miles de pesos, el valor agregado fue de \$ 617.201.291, el sueldo y salario causado fue de \$ 231.544.002 en miles de pesos la participación, las prestaciones sociales fueron de \$102.424.567, la remuneración fue de \$ 333.968.569 en miles de pesos, el personal ocupado directo fue de 19.202, el personal total hombres fueron 7.501, el personal total mujeres fueron 14.683, el personal remunerado fue de 18.376, la relación costo/ventas fue de 64.6 y el coeficiente técnico fue de 47.4.

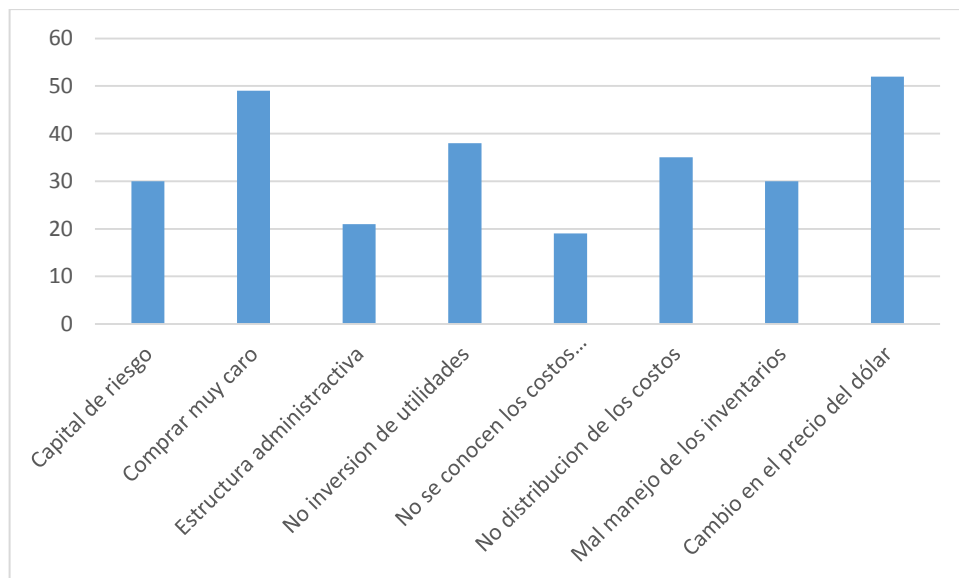
El análisis que se realiza a partir del cuadro # 11 que muestra la participación de diferentes variables en el sector y en la división 47 según la clasificación de la CIIU, muestra una baja participación de este tipo de empresa en el sector y en la división como lo muestra en la tabla, la participación más alta en el sector y en la división se observa en el personal total de mujeres, que en el sector es de 5.7% y la división es de 11.3% y la participación más baja es el costo de la mercancía que es de 1.3%, lo mismo que en participación en la división es de 3.7% esto muy bueno porque entre más bajo sea el costo de la mercancía se obtendrá mayor utilidades, también se puede ver que la participación de las mujeres es mayor aproximadamente el doble de la participación de los hombres. Es importante resaltar que el valor agregado es bueno principalmente en la división esto

pronostica que este tipo de empresa tiene un buen potencial para crecer, lo cual es el objetivo de la propuesta del modelo que se diseñó en esta investigación.

### 4.3.1 principales riesgos

Analizar los riesgos en esta investigación es importante porque que estos pueden afectar las operaciones, funcionamiento y los ingresos de las microempresas, se analizan algunos riesgos que se consideraron relevantes para el crecimiento de la empresa y que se tuvieron en cuenta para el diseño del modelo.

Figura 30. Principales Riesgos



En el desarrollo de la investigación y con la aplicación de las encuestas se identificaron algunos riesgos que se consideraron los más importantes y relevantes que podrían afectar de forma directa el funcionamiento y crecimiento de las microempresas y podrían impedir cumplir con el objetivo de este modelo de contribuir al crecimiento, el riesgo más importante o que afectaría la gran mayoría de las microempresas fue el cambio del precio del dólar con un 21% porque muchos de las materia prima y maquinaria para la realización de las prendas de vestir son importada.

Teniendo en cuenta el riesgo anterior esta va de la mano del riesgo que es comprar caro con 20% porque como consecuencia del cambio del precio del dólar si este sube las prendas de vestir que se compran para la comercialización de las microempresas costarían muchos más y se tendrá menos utilidades o se presentaría una disminución en las ventas todo esto afectaría la utilidad y rentabilidad, otro de los riesgos es la no reinversión de las utilidades con un 13% porque si un porcentaje de las utilidades no se reinvierte la microempresa desaparecería o estaría en un estancamiento en este aspecto se debe tener en cuenta que hay una variable que contribuiría a este riesgo porque muchas de las microempresas se convierte en el sustento de los hogares de los propietarios y las ventas que se realizan día tras día y el dinero que se recoge en las ventas cubren necesidades personales.

Otro de los riesgos identificados es la distribución de los costos con un 13%, es importante conocer cómo se maneja los costos de funcionamiento, de ventas, de transporte y de distribución, si se está asumiendo en la asignación de los precios de los productos o se asumen de las utilidades obtenidas en las ventas, porque esta distribución de costos puede afectar directamente la liquidez, utilidad, rentabilidad y funcionamiento de las microempresas, otro de los riesgos es no contar con un capital de riesgo 11% porque este sector se ve gravemente afectado

por temporadas fluctuando mucho las ventas y es importante tener un capital que permita afrontar las temporadas de ventas bajas.

La estructura administrativa con un 7% para los microempresarios no lo consideran un riesgo muy alto porque son microempresas en las que trabajan 1 a 4 personas en la gran mayoría de las microempresas y la administración es muy empírica y porque a este tipo de empresas la DIAN, cámara y comercio no les exige realizar o tener una estructura administrativa establecida, solo se les exige llevar un libro contable con las ventas y gastos, manifiesta ron saber cómo se encontraban las microempresas.

El no conocer los costos financieros con el 4% no representa un gran riesgo para los microempresarios, esto se presenta porque muchos de los microempresarios no les gusta asumir deudas y por último el mal manejo de los inventarios con un 11% se considera un riesgo porque se debe conocer los productos con los cuales cuenta la empresa y se debe estar realizando mucha rotación de inventarios porque se trabaja con prendas de vestir que cambia mucho la moda y las tendencias se debe ir de la par con estos cambios.

## **5 PROPUESTA**

### **5.1 MODELO**

En este capítulo se muestra y se explica la propuesta que se diseñó sobre la metodología de crecimiento empresarial para la microempresa en Pereira en el que se expondrán los factores importantes que constituyen el modelo y una figura que muestra de forma gráfica el modelo diseñado.

A partir de la investigación desarrollada y de los resultados obtenidos se diseñó un modelo financiero teniendo en cuenta las particularidades que mostro este sector económico, este modelo permitirá que los microempresarios puedan tomar



decisiones para el crecimiento y funcionamiento de la microempresa a partir de los resultados que se observen en los indicadores financieros.

En este modelo se podrá trabajar el estado de resultado, el balance general, el flujo de caja libre, algunos indicadores como EBITDA ,WACC, KTNO, EL EVA, indicadores de eficiencia, de liquidez, de endeudamiento, también se podrá trabajar las proyecciones en ventas a través de las demandas esperadas, el ingreso por productos a través de las ventas por productos y la utilidad que genera, en este modelo se podrá llevar y trabajar con los inventarios en el control y la rotación, también se encontrara una tabla de amortización.

En el modelo diseñado como inicio se encontrará una hoja donde se encuentra todo los aspectos, cuentas e indicadores que se podrá trabajar en el modelo.

### **Figura 31. Modelo**



### 5.1.1 Cuentas

**Estado de resultado:** Es un estado financiero que permite llevar la contabilidad mostrando el estado de pérdida y ganancia detalladamente de un periodo determinado, en el estado de resultado de este modelo se trabajara con los ingresos operacionales, las devoluciones, rebajas y descuentos en ventas, costos de ventas, gastos operacionales y la utilidad del ejercicio.

**Balance general:** Es un estado financiero que permite llevar la contabilidad de una empresa, es un resumen de lo que tiene y de lo que debe la empresa, el balance general planteado en este modelo se trabajara con los activos corriente y no corriente, el pasivo corriente y no corriente, el patrimonio, cuentas de orden deudoras y cuentas de orden acreedoras.

**Flujo de caja libre:** Este muestra la cantidad de dinero disponible o liquidez con la que cuenta la empresa para cubrir obligaciones y repartir dividendos este se trabaja con la utilidad operacional, este modelo se trabaja con el flujo de caja libre para trabajar algunos indicadores.

### **5.1.2 Indicadores de diagnóstico financiero**

**EBITDA:** Establece las ganancias o utilidades derivadas de una empresa sin descontar los gastos financieros y los impuestos, para este modelo es importante porque establece la capacidad de generar caja.

**WACC:** Es lo le que le cuesta a una empresa financiar sus activos. Para determinar la wacc se debe conocer la deuda, el activo, TIO, el impuesto y el patrimonio.

**KTNO (El capital de trabajo neto operativo):** Es un indicador que permite determinar el capital necesario para operar es una operación entre las cuentas por cobrar más inventario menos las cuentas por pagar.

**EVA:** Es la creación de valor en las empresas cuando el rendimiento es mayor a su costo de oportunidad, cuando se cubren los costos y los gastos, se genera más utilidad de la esperada satisfaciendo el costo de oportunidad de los inversionistas. Para este proyecto es uno de los indicadores más relevantes porque el objeto de esta investigación es que este modelo pueda contribuir al crecimiento de las microempresas y en la medida que este sea mayor las microempresas muestran un crecimiento.

### **5.1.3 Indicadores de Eficiencia**

**Margen bruto de Utilidad:** Por cada peso vendido, cuánto se genera para cubrir los gastos operacionales y no operacionales.”

**Rentabilidad sobre Ventas:** Es la relación que existe de las utilidades después de ingresos y egresos no operacionales e impuestos, que pueden contribuir o restar capacidad para producir rentabilidad sobre las ventas.”

**Rentabilidad sobre Activos:** Mide la rentabilidad de los activos de una empresa, estableciendo para ello una relación entre los beneficios netos y los activos totales de la sociedad”.

**Rentabilidad sobre el Patrimonio:** Refleja el rendimiento tanto de los aportes como del superávit acumulado, el cual debe compararse con la tasa de oportunidad que cada accionista tiene para evaluar sus inversiones”.

**Rotación de inventarios:** Representa las veces que los costos en inventarios se convierten en efectivo se colocan a crédito.

**Índice de Crecimiento e Ventas:** Debe ser coherente con el crecimiento de los Activos y con el crecimiento en volumen y precios.

#### **4.1.4 Indicadores de Liquidez**

**Razón Corriente:** “Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. Al dividir el activo corriente entre el pasivo corriente, sabremos cuantos activos corrientes tendremos para cubrir o respaldar esos pasivos exigibles a corto plazo”.

**Capital Neto de Trabajo:** Muestra el valor que le quedaría a la empresa, después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo a la Gerencia tomar decisiones de inversión temporal.

**Prueba Acida:** Revela la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es decir, básicamente con los saldos de efectivo, el producido de sus cuentas por cobrar, sus inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación que pueda haber, diferente a los inventarios.

#### **4.1.5 Indicadores de Endeudamiento**

**Endeudamiento:** "Por cada peso invertido en activos, cuánto está financiado por terceros y qué garantía está presentando la empresa a los acreedores".

**Autonomía:** Mide el grado de compromiso del patrimonio de los asociados con respecto al de los acreedores, como también el grado de riesgo de cada una de las partes que financian las operaciones.

#### **4.1.6 Ingreso por producto**

En este se podrá conocer las ventas por productos, los costos de cada producto, las cantidades vendidas, la utilidad por producto, la utilidad total del mes por producto, la participación que tiene el producto en las ventas.

#### **4.1.7 proyección en ventas**

Mide la demanda potencial en las ventas realizadas, el ingreso por ventas, la demanda por unidad de cada producto, el crecimiento en las ventas.

#### **4.1.8 Control de inventario**

Permite conocer el inventario con el que se cuenta, se conocerá el inventario inicial, los pedidos al mes de cada producto, la cantidad, el inventario final, el precio del producto en el inventario, el costo del producto inicial y el costo del producto al final, las cantidades vendidas, la rotación de inventario y los pedidos por cada producto.

#### **4.1.9 Tabla de amortización**

Con esta tabla el microempresario podrá realizar una simulación para conocer cuántas serán sus cuotas a pagar, conocerá el valor de las cuotas, las cuotas amortizadas, el capital amortizado, conocerá el interés pagado en cada cuota, el capital abonado a la deuda y el saldo que está debiendo.

Este modelo se diseñó teniendo en cuenta el nivel educativo de los microempresarios, está diseñado para que se trabaje, se entienda y se pueda realizar análisis de forma sencilla del estado de las microempresas, también en el diseño se tuvo en cuenta las particularidades del sector objeto de estudio que solo comercializa y no produce, los indicadores utilizados en el modelo se seleccionaron por considerarse relevantes para proyectar y conducir al crecimiento de la microempresa por que con estos se pueden realizar análisis financiero.

Para la implementación del modelo se deberá ingresar a las ventanas de datos del ejercicio y datos de del producto para ingresar la información necesaria para obtener resultados en las cuentas e indicadores.

### **DATOS DEL EJERCICIO**



En esta hoja se deberá ingresar la entrada y salida de dinero de los datos del periodo o mes que se va analizar, los datos que se inserten aquí con los datos de los productos alimentaran el modelo.

**Figura 32. Datos periodo**







En esta hoja se deberá ingresar datos de los productos por periodos o mes que se va analizar, los datos que se inserten aquí con los datos del ejercicio operacional alimentaran el modelo.

**Figura. 33 Datos venta**

DATOS VENTA													Ventas	Inventario	Demanda	Credito	INICIO
NOMBRE EMPRESAS													1/01/2015		1/01/2016		DATOS
1/01/2015	COMPRAS			VENTAS						INVENTARIOS							
Producto	Precio de	Gastos Trasn	Otros Costo	Precio de	Costo Envios	Venta	Venta Envios	Devoluciones	Mercancia	Bodega	Pedidos	Cantidad	Tiempo de				
CAMISETAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0				
CAMISAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0				
PANTALON	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0				
4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
7	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				
15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0				

1/01/2016	COMPRAS			VENTAS						INVENTARIOS			
Producto	Precio de	Gastos	Otros Costo	Precio de	Costo Envios	Ventas	Venta Envios	Devoluciones	Mercancia	Bodega	Pedidos	Cantidad	Tiempo de
CAMISETAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
CAMISAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
PANTALON	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
7	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0
15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0	0	0	0	0	0

DEMANDA	Producto	Año								
		2.011			2.012			2.013		
		Envio	Precio	Envio	Precio	Envio	Precio	Envio	Precio	
Ventas realizadas	CAMISETAS	0	1	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	CAMISAS	0	1	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	PANTALON	0	1	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	4	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	5	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	6	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	7	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	8	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	9	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	10	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	11	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	12	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	13	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	14	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -
	15	0	0	\$ -	0	0	\$ -	0	0	\$ -

## 5.2 VALIDACIÓN DEL MODELO

Con el objetivo de validar el modelo diseñado se empleó un nivel de modelización a través del modelo lógico, a partir de una simulación que mostro conclusiones sobre el estado de la microempresa, con la simulación que se realizó en el modelo se efectuó un análisis para optimizar riesgo de mercado y riesgo de crédito, esta validación se realiza con el fin de dar una confiabilidad al modelo diseñado.

El modelo lógico debe responder a tres cuestiones para su verificación:

1. ¿Están procesados correctamente los sucesos del modelo?
2. ¿Son válidas las fórmulas matemáticas y las relaciones incluidas en el mercado?
3. ¿Están calculadas correctamente las estadísticas y medidas de ejecución?



Se aplicó la simulación a una microempresa de la ciudad de Pereira llamada WORKSHOP que comercializa prendas de vestir y accesorios, esta microempresa tiene 5 años de creación.

**PASO 1:** Lo primero que se realizó fue un análisis para establecer si las variables y aspectos que se plantean en el modelo son importantes para cumplir con el objetivo de la investigación y para el propósito de la simulación.

Par esta simulación como se puede observar en este capítulo en su subdivisión 5.1 se muestra las variables y aspecto que se trabajaran en el modelo, en el que la principal variable son las ventas.

**PASO 2:** Es la representación de los sucesos del sistema, sirve para describir los sucesos y los elementos de un procedimiento de eventos discretos, estos sucesos están relacionados por conexiones que indican si la ocurrencia del suceso es incondicional o está condicionada al cumplimiento de ciertos aspectos.

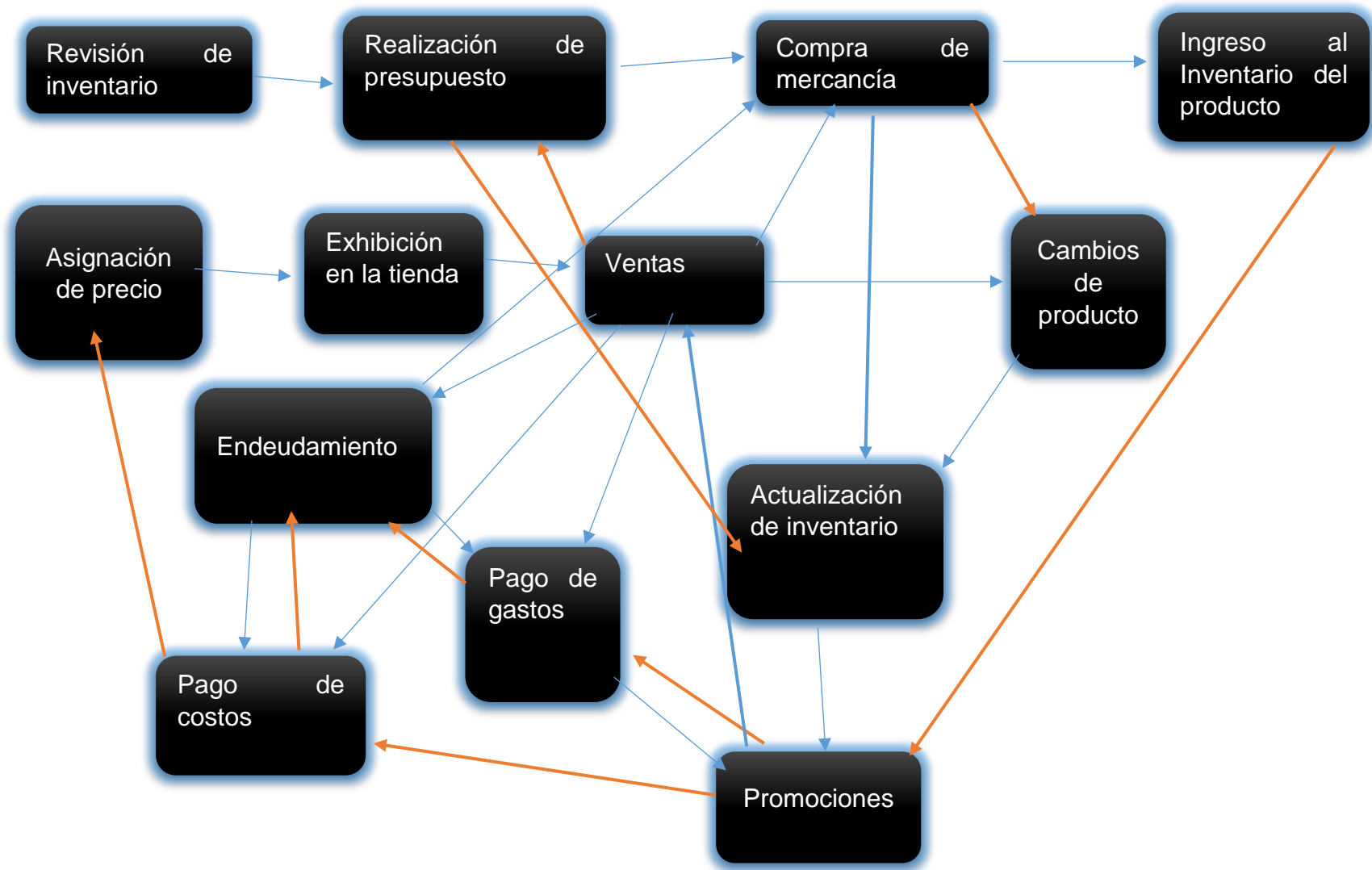
En el modelo planteado en la simulación aplicada se identificaron los siguientes sucesos y conexiones:

Conexión Incondicional	
Conexión Condicional	

### Sucesos

- Revisión de inventario
- Realización de presupuesto
- Compra de mercancía
- Ingreso al Inventario del producto
- Asignación de precio
- Exhibición en la tienda
- Ventas
- Cambios de producto
- Promociones
- Actualización de inventario
- Endeudamiento
- Pago de costos
- Pago de gastos

Figura 34. Sucesos del sistema



Todo los sucesos y las conexiones entre los sucesos presentado en la figura # 32 afecta Ingresos operacionales, Utilidad operacional, los Activos, el Pasivo, el Patrimonio, las Cuentas de orden deudores, las Cuentas de orden a acreedores, el flujo de caja, la Utilidad operacional y en resultados alteran los indicadores presentados en el modelo.

**PASO 3:** En este paso se identificaron de forma explícita los elementos que han de estar en el modelo, se muestra los elementos más significativos para responder a las cuestiones planteadas.

### Sucesos

- Revisión de inventario
- Realización de presupuesto
- Compra de mercancía
- Ingreso al Inventario del producto
- Asignación de precio
- Exhibición en la tienda
- Ventas
- Cambios de producto
- Promociones
- Actualización de inventario
- Endeudamiento
- Pago de costos
- Pago de gastos

### **Variables de estado**

Cantidad de prendas vendidas

Cantidad de prendas cambiadas

Deuda  
Costo de la deuda  
Ingresos operacionales  
Rentabilidad del producto  
Rotación del inventario  
Utilidad del producto

### **Indicadores de análisis financieros**

Indicadores de liquidez  
Indicadores de eficiencia  
Indicadores de endeudamiento  
Indicadores de diagnóstico financiero

### **Reglas de operación**

Las ventas realizadas cubren los costos y gastos de la microempresa  
Los productos comercializados son rentables y generan utilidades  
Se generó valor agregado  
La microempresa tiene liquidez para cumplir con sus obligaciones  
Proyección para el crecimiento de la empresa  
Capacidad de endeudamiento

**Paso 4:** Se realizó la verificación y Validación del procesamiento de los sucesos, a través de la comprobación de que las variables de estado se modificaron adecuadamente ante la ocurrencia del suceso que las afectan.

Diseñado para microempresarios que les apasiona distribuir prendas de vestir, pero no cuentan con el conocimiento necesario para analizar su ejercicio, por

medio de plantillas configurables permite la generación de todos los informes contables y operativos requeridos en la empresa.

Permite definir las variables importantes para realizar un análisis adecuado, teniendo en cuenta las particularidades de las microempresas, por medio de menús amigables que le permite al microempresario navegar por las diferentes ventanas de manera muy fácil para ingresar datos y revisar los informes, Plantillas y formularios totalmente configurable, utilizando el total de la información.

Para iniciar debe ingresar el nombre de la Microempresa y las fechas de los periodos que desea analizar, estos pueden ser años, meses, semanas, o días según el informe esperado, por ultimo solo debe ingresar los datos de su empresa ingresando en las dos opciones que se encuentran ubicadas a los lados, DATOS EJERCICIO y DATOS PRODUCTO, para generar los reportes del centro, ahora si puedes ingresar y analizar la información para tomar decisiones que permitan el crecimiento de la microempresa.

## CASO DE ESTUDIO DG WORKSHOP

Figura. 35 Datos ejercicio DG WORKSHOP

DATOS PERIODO			ER	Balance	FCL	Indicadores	INICIO
DG WorkShop				1/01/2014		1/01/2015	DATOS
<b>Cuentas - Dinero Entra</b>							
	1/01/2014	1/01/2015					
VENTAS DE CONTADO	*****	*****					
VENTAS POR ENVIO	*****	*****					
VENTAS A CREDITO	\$ -	\$ -					
DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$ -	\$ -					
INVENTARIOS	*****	*****					
PEDIDO EN CAMINO	*****	*****					
Caja Basico	\$ 200.000	\$ 200.000					
Cuentas de Ahorra o Corriente	\$ -	\$ -					
Propiedades	\$ -	\$ -					
Computadores y equipos	\$ 2.000.000	\$ 2.400.000					
Mobiliario	\$ 2.000.000	\$ 3.000.000					
Ganchos	\$ 500.000	\$ 800.000					
Arriendo pago por Anticipado	\$ -	\$ -					
Provision para Pedido	\$ -	\$ -					
Capital Inicial	\$ 1.321.287	\$ 1.321.287					
Reservas	10%	10%					
<b>Cuentas - Dinero Sale</b>							
	1/01/2014	1/01/2015					
Envio (DIFERENTE A FLETES)	*****	*****					
<b>COSTOS DE VENTAS</b>							
Arriendo	\$ 500.000	\$ 550.000					
Bodega	\$ -	\$ -					
Servicios Publicos	\$ 75.000	\$ 85.000					
Servicios (Tv, Telefono, Internet)	\$ 80.000	\$ 90.000					
Nomina	\$ 750.000	\$ 800.000					
Industria y Comercia	\$ 100.000	\$ 120.000					
Reservas	\$ -	\$ -					
Depreciacion Acumulada	*****	*****					
Compra mercancia a credito	\$ -	\$ -					
Cuentas por pagar Largo plazo	\$ -	\$ -					
Obligaciones financieras Largo plazo	\$ -	\$ -					
Otros pasivos Largo plazo	\$ -	\$ -					
Cuentas por pagar Terceros Largo Pl:	\$ -	\$ -					
<b>OTROS GASTOS - IMPREVISTOS</b>							
	0/01/1900	0/01/1900					
Startup porranalor	\$ 100.000	\$ 150.000					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
Total	\$ 100.000	\$ 150.000					
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>							
	0/01/1900	0/01/1900					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
N	\$ -	\$ -					
Total	\$ -	\$ -					



GASTOS NO OPERACIONALES		0/01/1900	0/01/1900
remodelacion		\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
reparacion y mantenimiento		\$ 300,000	\$ 300,000
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
<b>Total</b>		\$ 1,300,000	\$ 1,300,000

CUENTAS POR COBRAR		0/01/1900	0/01/1900
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
<b>Total</b>		\$ -	\$ -

CUENTAS POR PAGARA TERCEROS		0/01/1900	0/01/1900
N		\$ 1,000,000	\$ 1,000,000
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
N		\$ -	\$ -
<b>Total</b>		\$ 1,000,000	\$ 1,000,000

Figura 36. Datos producto DG WORKSHOP

DATOS VENTA		Ventas		Inventario		Demanda		Credito		INICIO			
		DG WorkShop		1/01/2014		1/01/2015		DATOS					
1/01/2014	COMPRAS			VENTAS				INVENTARIOS					
Producto	Precio de	Gastos de Trasnsp	Otros Costo	Precio de	Costo Envios	Vent a	Venta Envios	Devolu ciones	Merc ancia	Bode qa	Pedido s	Canti dad x	Tiempo de
CAMISETAS	\$ 15,000	\$ 2,800	\$ -	\$ 48,000,0	\$ 2,000	23	8	0	0	20	1	25	5
CAMISAS	\$ 17,000	\$ 3,300	\$ -	\$ 60,000,0	\$ 3,000	17	5	0	0	15	1	20	7
PANTALON	\$ 22,000	\$ 4,300	\$ -	\$ 85,000,0	\$ 4,000	21	4	0	0	15	1	20	8
4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
7	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
1/01/2015	COMPRAS			VENTAS				INVENTARIOS					
Producto	Precio de	Gastos	Otros Costo	Precio de	Costo Envios	Vent as	Venta Envios	Devolu ciones	Merc ancia	Bode qa	Pedido s	Canti dad x	Tiempo de
CAMISETAS	\$ 18,000	\$ 3,276	\$ -	\$ 52,000,0	\$ 2,100	25	10	0	0	23	1	30	5
CAMISAS	\$ 19,000	\$ 3,900	\$ -	\$ 65,000,0	\$ 3,200	19	7	0	0	16	1	20	7
PANTALON	\$ 25,000	\$ 5,000	\$ -	\$ 90,000,0	\$ 4,200	23	7	0	0	18	1	20	8
4	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
7	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
13	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
14	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0
15	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,0	\$ 1	0	0	0	0	0	0	1	0

DEMANDA	Año									
	Producto	2.011	Envio	Precio	2.012	Envio	Precio	2.013	Envio	Precio
Ventas realizadas	CAMISSETAS	29	1	\$ 30.000,0	30	1	\$ 35.000,0	30	1	\$ 40.000,0
	CAMISAS	20	1	\$ 55.000,0	20	1	\$ 60.000,0	23	1	\$ 90.000,0
	PANTALON	10	1	\$ 75.000,0	15	1	\$ 80.000,0	15	1	\$ 85.000,0
	4	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	5	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	6	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	7	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	8	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	9	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	10	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	11	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	12	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	13	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	14	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0
	15	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0	0	0	\$ 1,0

Figura 37. Estado de resultado DG WORKSHOP

ESTADO DE RESULTADOS		DATOS		INICIO		
DG WorkShop		01/01/2014		01/01/2015		
	ene-14	ene-15	Variacion	\$/Ingresos		
			\$	%	ene-14	ene-15
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
VENTAS DE CONTADO	\$ 46.908.000	\$ 55.260.000	\$ 8.352.000	18%	79%	74%
VENTAS POR ENVIO	\$ 12.288.000	\$ 19.260.000	\$ 6.972.000	36%	21%	26%
VENTAS A CREDITO	\$ -	\$ -	\$ -	0%	0%	0%
<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 59.196.000</b>	<b>\$ 74.520.000</b>	<b>\$ 15.324.000</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>DEVOLUCIONES REBAJAS Y DESCUENTOS EN VENTAS</b>						
DEVOLUCIONES EN VENTAS	\$ -	\$ -	\$ -	0%	0%	0%
<b>TOTAL DEVOLUCIONES REBAJAS Y DESCUENTOS EN VENTAS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
<b>COSTOS DE COMERCIALIZACION</b>						
MERCANCIA	\$ 36.394.836	\$ 47.236.350	\$ 10.841.514	23%	61%	63%
ENVIOS	\$ 564.000	\$ 873.600	\$ 309.600	35%	1%	1%
<b>TOTAL COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 36.958.836</b>	<b>\$ 48.109.950</b>	<b>\$ 11.151.114</b>	<b>23%</b>	<b>62%</b>	<b>65%</b>
<b>UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL</b>	<b>\$ 22.237.164</b>	<b>\$ 26.410.050</b>	<b>\$ 4.172.886</b>	<b>16%</b>	<b>38%</b>	<b>35%</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>						
GASTOS DE ARRIENDO	\$ 6.000.000	\$ 6.600.000	\$ 600.000	9%	10%	9%
GASTOS SERVICIOS (agua, energia, telefono, internet)	\$ 1.860.000	\$ 2.100.000	\$ 240.000	11%	3%	3%
GASTOR POR NOMINA	\$ 9.000.000	\$ 9.600.000	\$ 600.000	6%	15%	13%
GASTO INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ 600.000	\$ 720.000	\$ 120.000	17%	1%	1%
OTROS GASTOS	\$ 1.200.000	\$ 1.800.000	\$ 600.000	33%	2%	2%
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 16.860.000</b>	<b>\$ 18.300.000</b>	<b>\$ 1.440.000</b>	<b>8%</b>	<b>28%</b>	<b>25%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 5.377.164</b>	<b>\$ 8.110.050</b>	<b>\$ 2.732.886</b>	<b>34%</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	0%	0%	0%
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	\$ -	0%	2%	2%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 4.077.164</b>	<b>\$ 6.810.050</b>	<b>\$ 2.732.886</b>	<b>40%</b>	<b>7%</b>	<b>9%</b>
IMPUESTO DE RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	0%	0%	0%
RESERVAS	\$ 407.716	\$ 681.005	\$ 273.288,6	40%	1%	1%
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 3.669.448</b>	<b>\$ 6.129.045</b>	<b>\$ 2.459.597</b>	<b>40%</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>

## **Análisis Horizontal**

Como puede observarse los ingresos por ventas de la microempresa DG WorShop aumentaron del año 2004 al 2005 en \$ 15'324.000, esto es un incremento del 21%, el microempresario no tenía un porcentaje esperado de crecimiento ya que no realizo anteriormente este análisis.

La Utilidad bruta aumento solo un 16% comparado con el ingreso dado que el costo de las ventas aumento un 23% para el mismo periodo, lo que lleva a pensar en las compras que realizo la empresa durante el 2015 aumentaron de precio, estos costos deben disminuir, en caso de aumentar, este aumento no puede superar el aumento que tuvieron las ventas, la microempresa puede mejorar su utilidad bruta a través de un mejor control de sus inventarios, accediendo a otros proveedores, buscando descuentos o lotes en remate.

Los gastos de servicios se incrementaron un 11% esto debe revisarse ya que es superior en relación a otros gastos operativos que se pueden administrar,

## **Análisis Vertical**

Para DG WorkShop el costo de sus ventas representa un 73% de las ventas, este porcentaje es superior al presentado en el 2014, siendo de 62%, nuevamente muestra un mal manejo en las compras, se deben revisar los proveedores y la el cambio en la moneda.

A pesar de que el año 2015, la utilidad bruta sobre los ingresos operacionales disminuyo, la utilidad bruta cambio de 38% a 35%, se puede explicar con el cambio negativo en la participación de las ventas de contado bajando 5%. Se debe realizar mayor esfuerzo en las ventas del local sin descuidar los envíos nacionales.

**Figura 38. Balance General DG WORKSHOP**

BALANCE GENERAL					DATOS		INICIO				
DG WorkShop					01/01/2014		01/01/2015				
ACTIVO	ene-14	ene-15	Variacion	\$/Total Activo		PASIVO	ene-14	ene-15	Variacion	\$/Total Psv+ Ptm	
			\$ %	ene-14	ene-15				\$ %	ene-14	ene-15
<b>CORRIENTE</b>						<b>CORRIENTE</b>					
CAJA (efectivo)	\$ 2.919.448	\$ 5.329.045	\$ 2.409.597 ✓ 45%	26%	34%	PROVEEDORES	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%
BANCOS	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%	OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ - ✗ 0%	9%	6%
PAGOS ATICIPADOS	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%	XXX	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%
INVENTARIOS	\$ 2.302.000	\$ 2.306.000	\$ 4.000 ✗ 0%	21%	15%	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 1.000.000</b>	<b>\$ 1.000.000</b>	<b>\$ - ✗ 0%</b>	<b>9%</b>	<b>6%</b>
MERCANCIA EN TRANSITO	\$ 1.377.003	\$ 1.696.292	\$ 319.289 ! 19%	12%	11%	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>					
XXX	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%	CUENTAS POR PAGAR	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 6.598.451</b>	<b>\$ 9.331.337</b>	<b>\$ 2.732.886 ! 29%</b>	<b>59%</b>	<b>60%</b>	OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%
<b>ACTIVO FIJO</b>						OTROS PASIVOS	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%
PROPIEDADES	\$ -	\$ -	\$ - ✗ 0%	0%	0%	<b>TOTAL PASIVO LP</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ - ✗ 0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
COMPUTADORES	\$ 2.000.000	\$ 2.400.000	\$ 400.000 ! 17%	18%	15%	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>1.000.000</b>	<b>1.000.000</b>	<b>\$ - ✗ 0%</b>	<b>9%</b>	<b>6%</b>
MOBILIARIO	\$ 2.000.000	\$ 3.000.000	\$ 1.000.000 ✓ 33%	18%	19%	<b>PATRIMONIO</b>					
GANCHOS	\$ 500.000	\$ 800.000	\$ 300.000 ✓ 38%	5%	5%	CAPITAL APORTADO	6.021.287	7.721.287	1700000 ! 22%	54%	50%
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 4.500.000</b>	<b>\$ 6.200.000</b>	<b>\$ 1.700.000 ! 27%</b>	<b>41%</b>	<b>40%</b>	RESERVAS	407.716	681.005	273288,6 ✓ 40%	4%	4%
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>11.098.451</b>	<b>15.531.337</b>	<b>\$ 4.432.886 ! 29%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	UTILIDAD DEL EJERCICIO	3.669.448	6.129.045	2.459.597 ✓ 40%	33%	39%
						<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 10.098.451</b>	<b>\$ 14.531.337</b>	<b>4.432.886 ✓ 31%</b>	<b>91%</b>	<b>94%</b>
						<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>11.098.451</b>	<b>15.531.337</b>	<b>\$ 4.432.886 ✓ 29%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

### Análisis Horizontal

En el balance de DG WorkShop podemos observar que la cuenta con mayor crecimiento porcentual fue la de caja, sin embargo, en cifras absolutas las partidas con mayor variación fueron Total activos y Total patrimonio, esto representa la utilidad del ejercicio en el 2015.

Se debe analizar el aporte generado por las inversiones en los activos fijos, ganchos y mobiliario representan el mayor cambio porcentual, en el análisis del estado de resultados las ventas locales disminuyeron en comparación con el año anterior, esta inversión no es consecuente con el cambio y debe considerarse para resultados más eficientes y que representen un gran apoyo para la tienda.

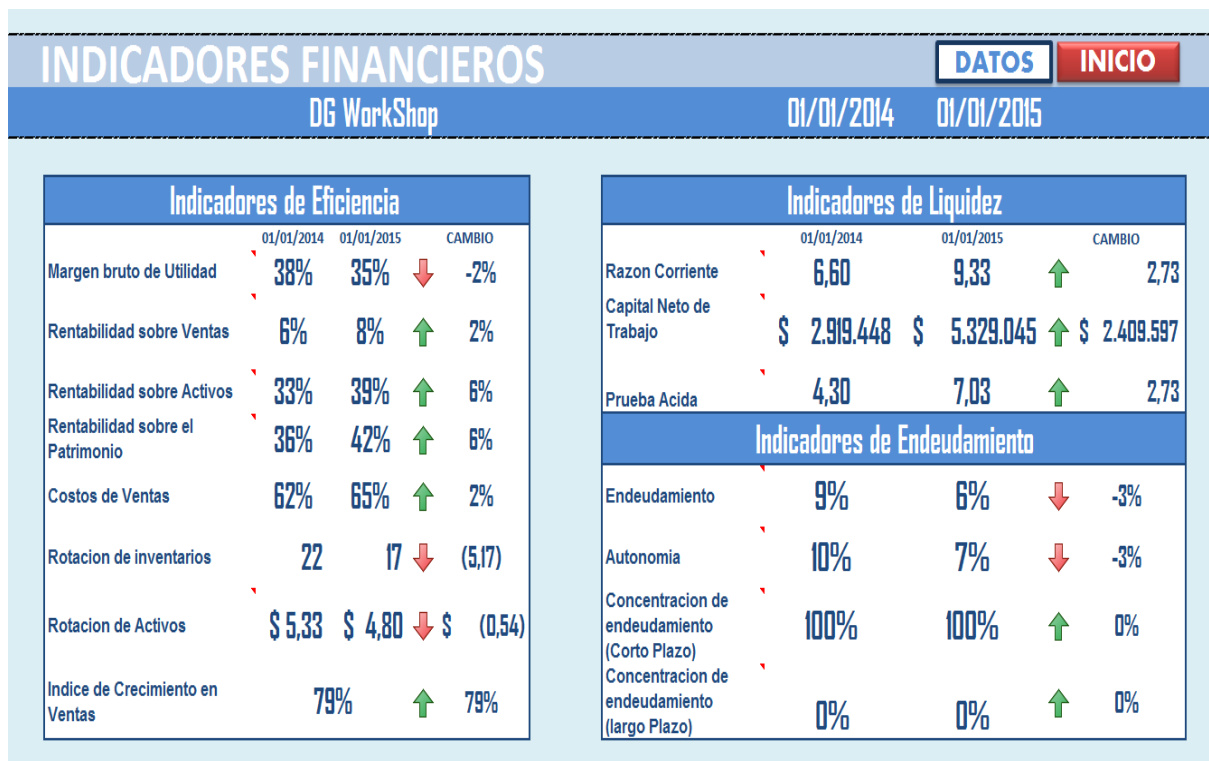
Los pasivos no tuvieron ningún cambio, los que nos indica que la operación de la microempresa fue soportada en su totalidad con el dinero producto de ventas, la empresa obtuvo un crecimiento del 20% durante el año.

### **Análisis Vertical**

Las cuentas más importantes en el balance de DG WorkShop son la de Inventarios y Mercancía en Tránsito y esto tiene su explicación por el carácter comercial que tiene la empresa. Para el 2014 ocupa un 21% y 12% siendo inferior en el 2015 con un 15% y 11%

En los dos periodos caja es la segunda cuenta con mayor participación del activo, se debe pensar en las opciones de inversión que tiene la microempresa o aprovechar descuentos en el mercado, con el fin de mover este dinero para generar mayor inversión apoyando la operación de la tienda.

### **Figura 39. Indicadores Financieros DG WORKSHOP**



Una razón corriente y prueba acida tan altas nos indica que la microempresa no tiene problemas de liquidez, por lo tanto, no tendrá problemas para atender sus responsabilidades a corto plazo.

El capital de trabajo nos muestra la cantidad de capital con el que cuenta DG WorkShop para pagar sus gastos operativos una vez deducidas sus obligaciones a corto plazo.

El margen bruto de utilidad bajo 2% demostrando altos costos en la compra de la mercancía, estos subieron 2% quedando en 65%, sin embargo, la rentabilidad sobre las ventas amento en un 2%.

**Figura 40. Flujo de Caja DG WORKSHOP**

FLUJO DE CAJA				DATOS		INICIO	
DG WorkShop				01/01/2014 01/01/2015			
FCL	ene-14	ene-15	Variación	FJL/\$\$\$			
Utilidad Operacional	\$ 4.077.164	\$ 6.810.050	\$ 2.732.886	40%	✓	100%	✓ 100%
Impuestos	\$ 407.716	\$ 681.005	\$ 273.289	40%	✗	10%	✗ 10%
UODI	\$ 3.669.448	\$ 6.129.045	\$ 2.459.597	40%	✓	90%	✓ 90%
Depreciacion Acumulada	\$ 1.240.000	\$ 900.000	\$ (340.000)	-38%	!	30%	✗ 13%
FCB	\$ 2.429.448	\$ 5.229.045	\$ 2.799.597	54%	!	60%	✓ 77%
INC CT	\$ -	\$ (323.289)	\$ (323.289)	100%	✗	0%	✗ -5%
INC INF V	\$ -	\$ (400.000)	\$ (400.000)	100%	✗	0%	<
<b>Flujo de Caja Libre - FCL</b>	<b>\$ 3.152.737</b>	<b>\$ 4.505.756</b>	<b>\$ 1.353.019</b>	<b>30%</b>		<b>0,77</b>	<b>0,66</b>

EBITDA		ene-15
U OPERATIVA	\$	8.110.050
DEPRECIACION	\$	1.240.000
AMORTIZACION	\$	1.000.000
PROVISIONES	\$	1.981.005
<b>EBITDA</b>	<b>\$</b>	<b>3.889.045</b>

WACC		ene-15
DEUDA	\$	2.696.292
PATRIMONIO	\$	14.531.337
IMP %		19%
TIO		10%
Rentabilidad		20%
<b>WACC</b>		<b>19%</b>

KTNO		ene-14	ene-15
CXC	\$	-	-
INVENTARIOS	\$	2.306.000	2.302.000
CXP PROVEE	\$	1.377.003	1.696.292
<b>KTNO</b>	<b>\$</b>	<b>928.997</b>	<b>605.708</b>

EVA	
	<b>\$ 3.103.006</b>

Este reporte nos muestra que la empresa DG WorkShop en los dos periodos mantiene la UODI al 90% del total de la Utilidad generada por ventas, pero el FCL bajo con relación a las ventas, esto se debe a los gastos realizados en mobiliario y equipo que no brindaron la rentabilidad esperada para el 2015.

El KTNO es positivo lo que indica el ingreso de dinero a la microempresa, la tienda DG WorkShop es una microempresa sencilla y tiene gran liquidez; es sostenible en el tiempo con un alto porcentaje del margen Ebitda lo cual significa una alta capacidad de generación de caja para cumplir con sus obligaciones a futuro; se debe pensar en financiamientos de la actividad e inversiones para continuar y maximizar el crecimiento de la tienda.

El EVA es una medida del rendimiento de la empresa que nos indica cuánto valor se crea con el capital invertido lo que resulta un indicador de valor para este caso.

**Figura 41. Ingreso por producto DG WORKSHOP**

INGRESO POR PRODUCTO														DATOS		INICIO					
DG WorkShop														1/01/2014		1/01/2015					
1/01/2014 PRODUCTO					VENTA					COSTOS											
Produc to	Cost o	Precio de Venta	Costo de Envío	Utilidad	Vent a Loca	Vent a Envío	Catidad Vendid a	Venta Total	Venta s	Envío s	Vent as Total	Utilida d Total	Costo Total ventas	Costo envío s	Devol ucion es	Merc anci a	Costos Totales	% Cost os	% Cost o	% Devol ucion	% Perdi da
CAMISETAS	\$17.800	\$48.000	\$2.900	49%	23	8	31	\$1.488.000	29%	10%	40%	\$936.200	\$551.800	\$16.000	\$0	\$0	\$567.800	32%	1%	0%	0%
CAMISAS	\$20.300	\$50.000	\$3.900	46%	17	5	22	\$1.320.000	22%	6%	28%	\$873.400	\$446.600	\$15.000	\$0	\$0	\$461.600	26%	1%	0%	0%
PANTALON	\$24.300	\$35.000	\$4.000	49%	21	4	25	\$2.125.000	27%	5%	32%	\$1.467.500	\$657.500	\$16.000	\$0	\$0	\$673.500	28%	1%	0%	0%
4	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
5	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
6	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
7	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
8	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
9	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
10	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
11	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
12	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
13	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
14	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
15	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
<b>Total</b>					<b>61</b>	<b>17</b>	<b>78</b>	<b>*****</b>	<b>78%</b>	<b>22%</b>	<b>100%</b>	<b>*****</b>	<b>100%</b>	<b>*****</b>	<b>*****</b>	<b>\$ -</b>	<b>*****</b>	<b>97%</b>	<b>3%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
1/01/2015 PRODUCTO					VENTA					COSTOS											
Produc to	Cost o	Precio de Venta	Costo de Envío	Utilidad	Vent a Loca	Vent a Envío	Catidad Vendid a	Venta Total	Venta s	Envío s	Vent as Total	Utilida d Total	Costo Total ventas	Costo envío s	Devol ucion es	Merc anci a	Costos Totales	% Cost os	% Cost o	% Devol ucion	% Perdi da
CAMISETAS	\$21276	\$52.000	\$2.100	59%	25	10	35	\$1820.000	27%	11%	45%	\$1.075.330	\$744.671	\$21.000	\$0	\$0	\$765.671	32%	1%	0%	0%
CAMISAS	\$22.900	\$55.000	\$3.000	45%	19	7	26	\$1690.000	21%	8%	33%	\$1.094.400	\$595.400	\$22.400	\$0	\$0	\$617.800	26%	1%	0%	0%
PANTALON	\$30.000	\$90.000	\$4.200	67%	23	7	30	\$2.700.000	25%	8%	38%	\$1.800.000	\$900.000	\$28.400	\$0	\$0	\$928.400	28%	1%	0%	0%
4	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
5	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
6	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
7	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
8	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
9	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
10	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
11	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
12	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
13	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
14	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%
15	\$1	\$1	\$1	0%	0	0	0	\$0	0%	0%	0%	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	0%	0%	0%	0%

Las camisetas son el producto que más ventas en la tienda y envíos con un total de 31 ventas, pero su costo reduce su utilidad siendo superada por los pantalones, son el producto que genera mayor utilidad para la tienda participando un 45% en el total de las ventas, se puede notar que la utilidad de todos los productos bajo para el año siguiente por el aumento en el costo de los productos, las camisetas bajaron 4% dejando utilidad de 59% para el 2015, el precio de venta mantuvo la utilidad.

Las camisas generan mayor utilidad unitaria que las camisetas, pero en la utilidad total las camisas superan su utilidad en 1% y 2% en cada año, se debe evaluar la comercialización que se está realizando con este producto para que su utilidad final sea mayor.

Los pantalones son el producto con costos más altos, sin embargo, son el producto que mayor utilidad proporciona, en ventas locales se mantiene en el



medio, pero en las ventas por envió son muy bajas, en general se debe aprovechar más este canal de distribución para conseguir mayor utilidad para la tienda.

Los costos de envió no interfieren en el costo de venta ya que estos costos son asumidos por los clientes, en los dos periodos no se tuvo devoluciones o productos perdidos.

Figura 42. Inventario – Ventas realizada DG WORKSHOP

Inventarios - Ventas Realizadas												DATOS		INICIO	
DG WorkShop												1/01/2014		1/01/2015	
<b>Inventario</b>		<b>Total</b>	<b>1/01/2014</b>		<b>Inventario</b>		<b>Total</b>	<b>1/01/2015</b>							
Inventario Inicial	50		<b>Costos</b>		Inventario Inicial		57	<b>Costos</b>							
Inventario Final	37		Arrendamiento	\$ 500.000	Inventario Final		36	Arrendamiento	*****						
Demanda	78		Espacio Local	30%	Demanda		91	Espacio Local	30%						
Rotacion Inventario Promedio	179%		Bodega Almacenamiento	0	Rotacion Inventario Promedio		196%	Bodega Almacenamiento	0						
	43,5			\$ 150.000			46,5		*****						

Producto	Inventar io Inicial	Pedidos Realizados	Cantidad	Costo	Inventario Final	Precio de venta	Costo Inv Inicial Alm	Costo Inv Final Alm	Pedidos	Tiempo Estimado	Rotacion inventario	Participacion Ventas
CAMISETAS	20	1	25	\$ 445.000	14	\$ 672.000	\$ 60.000	\$ 56.757	1	9	69%	40%
CAMISAS	15	1	20	\$ 406.000	13	\$ 780.000	\$ 45.000	\$ 52.703	1	11	63%	28%
PANTALON	15	1	20	\$ 526.000	10	\$ 850.000	\$ 45.000	\$ 40.541	1	4	71%	32%
4	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
5	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
6	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
7	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
8	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
9	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
10	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
11	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
12	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
13	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
14	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
15	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
1/01/2014	50	3	77	\$ 1.377.003	37	\$ 2.302.000	\$ 150.000	\$ 150.000				

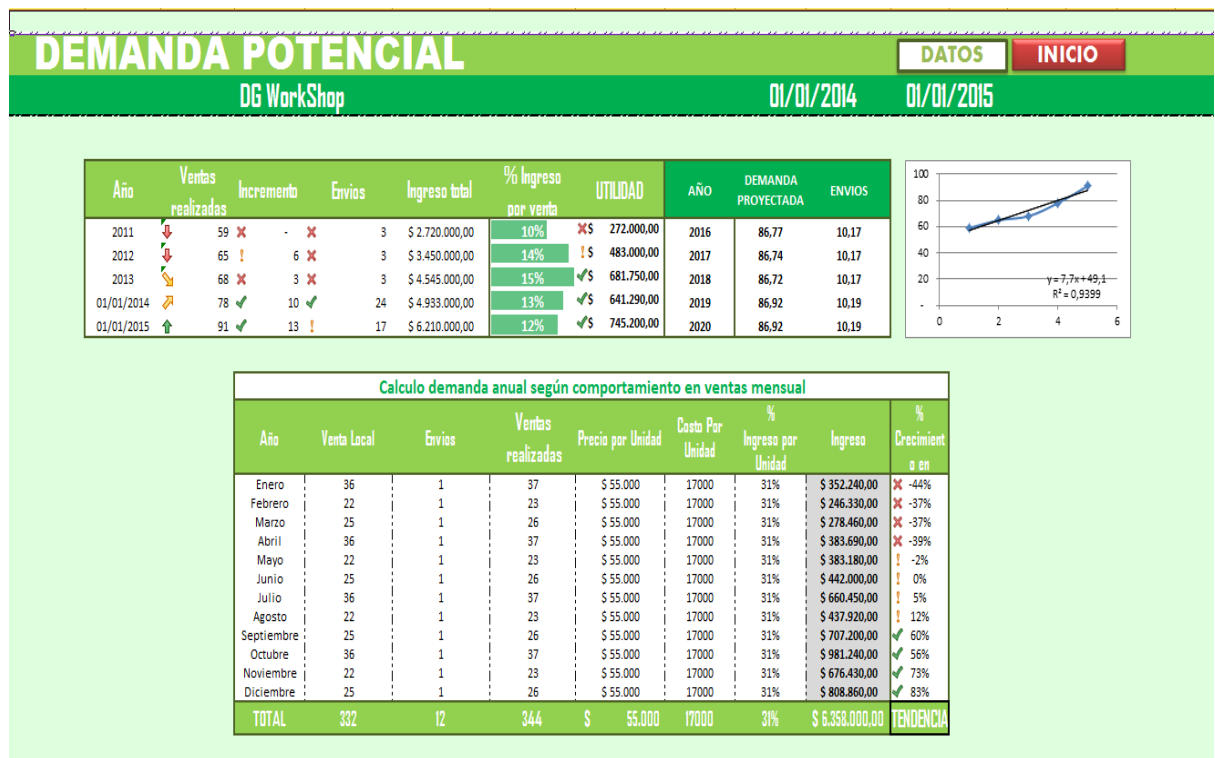
  

Producto	Inventar io Inicial	Pedidos Realizados	Cantidad	Costo	Inventario Final	Precio de venta	Costo Inv Inicial Alm	Costo Inv Final Alm	Pedidos	Tiempo Estimado	Rotacion inventario	Participacion Ventas
CAMISETAS	23	1	30	\$ 638.289	18	\$ 936.000	\$ 69.000	\$ 72.973	1	11	66%	45%
CAMISAS	16	1	20	\$ 458.000	10	\$ 650.000	\$ 48.000	\$ 40.541	1	5	72%	33%
PANTALON	18	1	20	\$ 600.000	8	\$ 720.000	\$ 54.000	\$ 32.432	2	0	79%	38%
4	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
5	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
6	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
7	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
8	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
9	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
10	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
11	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
12	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
13	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
14	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
15	0	0	1	\$ 1	0	\$ -	\$ -	\$ -	0	0	0%	0%
1/01/2015	57	3	82	\$ 1.696.292	36	\$ 2.306.000	\$ 171.000	\$ 145.946				

La demanda aumento haciendo que los inventarios estuvieran más ajustados generando menos costos de almacenamiento, para el segundo año el costo de los pedidos de las camisetos aumento significativamente, esto influye en la utilidad que generan, la microempresa debe buscar que sus costos operativos bajen y

tomar acciones, cambios en proveedores, evaluando el precio de la moneda para no caer en altos costos y maximizar la utilidad.

**Figura 43. Demanda potencial de productos DG WORKSHOP**



Con la información brindada por el propietario de DG WorkShop se espera que la demanda continúe con un crecimiento, los envíos deben reforzarse para generar mayores ingresos, el cálculo de la demanda anual según comportamiento en ventas mensual es muy importante para planear el ejercicio del año y poder trabajar con los diferentes comportamientos del mercado, dando espacio para analizar una posible inversión para fortalecer la marca en el mercado local e incrementar los envíos a nivel nacional.

**Figura 44. Tabla de amortización de DG WORKSHOP**

<b>CREDITO</b>		DATOS	INICIO
DG WorkShop		1/01/2015	
Monto del credito	\$ 2.100.000	Pago cuota	(\$ 72.181,68)
Tasa de Interes	1%	Suma de Pagos	(\$ 2.598.540)
Numero de pagos	36		
Pagos x Año	12		

Cuota	Pago cuota	Cuota Amortizacion	Capital Amortizado	Intereses	Capital	Saldo	100%
1	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.081,68)	(\$ 70.081,68)	\$ 2.100,00	\$ 46.981,68	\$ 2.053.018,32	98%
2	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.139,00)	(\$ 140.220,67)	\$ 2.042,68	\$ 47.545,46	\$ 2.005.472,86	95%
3	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.196,37)	(\$ 210.417,05)	\$ 1.985,31	\$ 48.116,00	\$ 1.957.356,86	93%
4	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.253,81)	(\$ 280.670,85)	\$ 1.927,87	\$ 48.693,40	\$ 1.908.663,46	91%
5	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.311,30)	(\$ 350.982,15)	\$ 1.870,38	\$ 49.277,72	\$ 1.859.385,75	89%
6	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.368,85)	(\$ 421.351,00)	\$ 1.812,83	\$ 49.869,05	\$ 1.809.516,70	86%
7	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.426,45)	(\$ 491.777,45)	\$ 1.755,23	\$ 50.467,48	\$ 1.759.049,22	84%
8	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.484,12)	(\$ 562.261,56)	\$ 1.697,56	\$ 51.073,09	\$ 1.707.976,13	81%
9	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.541,84)	(\$ 632.803,40)	\$ 1.639,84	\$ 51.685,96	\$ 1.656.290,17	79%
10	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.599,62)	(\$ 703.403,02)	\$ 1.582,06	\$ 52.306,20	\$ 1.603.983,97	76%
11	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.657,45)	(\$ 774.060,47)	\$ 1.524,23	\$ 52.933,87	\$ 1.551.050,10	74%
12	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.715,35)	(\$ 844.775,81)	\$ 1.466,33	\$ 53.569,08	\$ 1.497.481,03	71%
13	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.773,30)	(\$ 915.549,11)	\$ 1.408,38	\$ 54.211,91	\$ 1.443.269,12	69%
14	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.831,31)	(\$ 986.380,42)	\$ 1.350,37	\$ 54.862,45	\$ 1.388.406,67	66%
15	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.889,38)	(\$ 1.057.269,80)	\$ 1.292,30	\$ 55.520,80	\$ 1.332.885,88	63%
16	(\$ 72.181,68)	(\$ 70.947,50)	(\$ 1.128.217,30)	\$ 1.234,17	\$ 56.187,05	\$ 1.276.698,83	61%
17	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.005,69)	(\$ 1.199.222,99)	\$ 1.175,99	\$ 56.861,29	\$ 1.219.837,54	58%
18	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.063,93)	(\$ 1.270.286,93)	\$ 1.117,75	\$ 57.543,63	\$ 1.162.293,91	55%
19	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.122,23)	(\$ 1.341.409,16)	\$ 1.059,45	\$ 58.234,15	\$ 1.104.059,76	53%
20	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.180,59)	(\$ 1.412.589,75)	\$ 1.001,09	\$ 58.932,96	\$ 1.045.126,80	50%
21	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.239,01)	(\$ 1.483.828,76)	\$ 942,67	\$ 59.640,16	\$ 985.486,64	47%
22	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.297,49)	(\$ 1.555.126,25)	\$ 884,19	\$ 60.355,84	\$ 925.130,80	44%
23	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.356,02)	(\$ 1.626.482,27)	\$ 825,66	\$ 61.080,11	\$ 864.050,69	41%
24	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.414,61)	(\$ 1.697.896,88)	\$ 767,06	\$ 61.813,07	\$ 802.237,63	38%
25	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.473,27)	(\$ 1.769.370,15)	\$ 708,41	\$ 62.554,83	\$ 739.682,80	35%
26	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.531,98)	(\$ 1.840.902,12)	\$ 649,70	\$ 63.305,48	\$ 676.377,31	32%
27	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.590,74)	(\$ 1.912.492,87)	\$ 590,93	\$ 64.065,15	\$ 612.312,16	29%
28	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.649,57)	(\$ 1.984.142,44)	\$ 532,11	\$ 64.833,93	\$ 547.478,23	26%
29	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.708,46)	(\$ 2.055.850,90)	\$ 473,22	\$ 65.611,94	\$ 481.866,29	23%
30	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.767,41)	(\$ 2.127.618,30)	\$ 414,27	\$ 66.399,28	\$ 415.467,01	20%
31	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.826,41)	(\$ 2.199.444,71)	\$ 355,27	\$ 67.196,07	\$ 348.270,94	17%
32	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.885,47)	(\$ 2.271.330,19)	\$ 296,20	\$ 68.002,43	\$ 280.268,51	13%
33	(\$ 72.181,68)	(\$ 71.944,60)	(\$ 2.343.274,78)	\$ 237,08	\$ 68.818,46	\$ 211.450,05	10%
34	(\$ 72.181,68)	(\$ 72.003,78)	(\$ 2.415.278,56)	\$ 177,90	\$ 69.644,28	\$ 141.805,78	7%
35	(\$ 72.181,68)	(\$ 72.063,02)	(\$ 2.487.341,58)	\$ 118,66	\$ 70.480,01	\$ 71.325,77	3%
36	(\$ 72.181,68)	(\$ 72.122,32)	(\$ 2.559.463,90)	\$ 59,36	\$ 71.325,77	\$ 0,00	0%

El suceso las ventas es muy importante porque afecta de forma directa todos los indicadores del modelo, en los últimos periodos se incrementaron las ventas esto se evidencio en el estado de resultado que se observó mayor ingreso operacional, también estos sucesos afectaron de forma positiva el balance general incrementado los activos y el flujo de caja libre la utilidad operacional fue mayor.

**Paso 5:** El último pasó para la verificación y validación del modelo fue la verificación de las fórmulas y las relaciones ya que la concepción de números y

variables aleatorias están fundados en métodos matemáticos y la mayoría de los modelos tienen leyes de conservación que deben cumplirse.

El estado de resultado, el balance general y el flujo de caja se trabajó bajo los parámetros de las normas contables, los indicadores financieros planteados en el modelo se trabajaron con las formulas ya desarrolladas por otros autores.

### **EBITDA**

Utilidad Operativa + Depreciación +  
Amortización + Provisiones

### **WACC:**

$((\text{Deuda/Activo}) * \text{TIO} * (1 - \text{Imp})) + (\text{Patrimonio/Activo}) * \text{TIO}$

### **KTNO**

CxC + Inventarios - CxP Proveedores

### **MARGEN BRUTO SOBRE VENTAS**

$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$

### **RENTABILIDAD DE UTILIDAD**

$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$

### **RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS**

$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Activo Total}}$

### **RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO**

$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$

### **RAZÓN CORRIENTE**

### **PRUEBA ÁCIDA**

Activo Corriente  
Pasivo Corriente

Activo Corriente – Inventarios  
Pasivo Corriente

### **CAPITAL NETO DE TRABAJO**

Activo Corriente – Inventarios  
Pasivo Corriente

### **ENDEUDAMIENTO**

Pasivo total con terceros  
Activo Total

### **AUTONOMÍA**

Pasivo total con terceros  
Patrimonio

### **INDICE DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS**

Pasivo corriente  
Pasivo total con terceros

El conjunto de todos los aspectos, elementos, sucesos e indicadores anteriormente mencionado construyen el modelo diseñado en esta investigación para el crecimiento de microempresas comerciales en la ciudad de Pereira, en este modelo también se podrá encontrar un comentario en cada indicador que cuente para que sirve y mide el indicador.

## **6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 CONCLUSIONES**

Los microempresarios tienen y conocen muy pocas herramientas financieras para el manejo de la información interna y del mercado, no tienen una cultura investigativa que les permita proyectarse, también se observa que los micro

empresarios no distribuyen los costos de funcionamiento a los productos porque consideran que los productos no deben asumir costos que no involucren proceso de producción y de venta.

En las microempresas se observa muy poco manejo de los procesos sobre el seguimiento en sus ventas, inventarios, relación con proveedores porque consideran que esto disminuya las ventas, prefieren mejorar la atención al cliente como objetivo principal para sostener sus ventas, los micro empresarios no desarrollan o implementan procesos formales, la gran mayoría trabaja bajo una modalidad empírica de ensayo y error.

Los microempresarios presentan una conformidad con sus microempresas, no les gusta tomar riesgo y esto impide el crecimiento, ven los créditos como una deuda donde los únicos beneficiados son las entidades crediticias y no lo ven como una inversión que les traería beneficio para crecer y mejorar.

El sector presenta una tendencia buena, los habitantes de la ciudad de Pereira destina un buen porcentaje de sus ingresos en la compra de ropa, y este sector en particular la gran mayoría de sus ventas las realiza de contado.

Se presenta un desconocimiento sobre herramientas como modelos, metodologías, softwares que le permita al microempresario tener la información del estado de la microempresa que sea de fácil manejo e interactiva, que les permita conocer el día a día de su microempresa y realizar proyecciones para futuras inversiones.

Los indicadores de rentabilidad y de liquidez son de mucha utilidad para el microempresario porque con este se puede conocer los mejores productos y proyectar la microempresa de acuerdo a la liquidez con que se cuenta.

El modelo diseñado es la derivación de una investigación que permitió conocer el sector a través de microempresas que cuenta la realidad en la que se desarrollan este tipo de establecimientos y a partir de la realidad y el contexto encontrado se diseñó este modelo que contribuye a afecta de forma directa a la proyección y crecimiento de las microempresas.

## **6.2 RECOMENDACIONES**

Se recomienda realizar estudios más específicos en el sector para mejorar los procesos y que puedan crecer, porque presenta una muy buena tendencia para proyectos de inversión, también por que la información esta aplicada más a grandes empresas.

Para aplicación y recolección de información se recomienda utilizar otros medios de recolección diferentes a las encuestas que permita conocer con mayor profundidad el sector y el funcionamiento de los establecimientos.

Otras investigaciones se recomiendan investigar varios tipos de microempresas con diferente razón social que permita realizar una comparación que de muestre de los diferentes contextos, realidad o similitud que se pueden encontrar en el sector comercial.

Teniendo en cuenta lo observado durante esta investigación se recomienda más apoyo económico y en especial de formación para los microempresarios, que permita fortalecer los negocios y estos puedan tener una proyección de crecimiento y pasen hacer empresas grandes, ya que este sector mostro un buen impacto de inversión.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- ALCALDIA DE PEREIRA
- AZOFRA PALENZUELA, Valentino. Sobre el análisis financiero y su nueva orientación, 2008, 20 p,
- CAMARA DE COMERCIO DE PEREIRA



- DELFINO, Marcelo A. Planeación financiera y crecimiento.2007, 23 p,
- DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE)
- DIRECCION DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES (DIAN)
- FERNÁNDEZ, Pablo. Métodos de valoración de una empresa. España, 2008, 22 p. Documento de investigación Universidad de Navarra.
- FRANKLIN, Allen; STEWART C, Myers Y RICHARD A, Brealey. Principios de finanzas corporativas. Mexico, 2010,
- FORNERO, Ricardo A. Análisis financiero con información contable. Argentina, 2004, 151 p,
- GARCÍA RAMOS, Constantino, Estrategia basada en el modelo de crecimiento sostenible: El caso del grupo telefonía móviles. España 2006, 2 p, Trabajo Universidad de León.
- GARCÍA LEÓN, Oscar, Administración financiera, fundamento y aplicaciones. Edición 3ª. Editorial Prensa Moderna. Colombia, 1999, 54p.
- GÓMEZ LÓPEZ, Roberto. Modelos económico-financieros de solvencia y rentabilidad empresarial, 2003, 128 p.
- INSTITUTO NACIONAL DE CONTADORES PÚBLICOS DE COLOMBIA.
- RAMÍREZ MOLINARES, Carlos Vicente; CARBAL HERRERA, Adolfo y ZAMBRANO MEZA, Ariel. La creación de valor en las empresas: el valor económico agregado - eva y el valor de mercado agregado - mva en una empresa metalmeccánica de la ciudad de Cartagena, Cartagena, 2012, pag. 159
- REYES, Giovanni y BRICEÑO, Andrea. Propuesta de modelo financiero para crecimiento corporativo sostenible. Colombia, 2010, 61 p. Trabajo de investigación.
- RODRÍGUEZ OCAMPO, José F (2010). Análisis de la relación valor de mercado de las empresas del sector real colombiano y el EVA, Colombia, 2010, p.20

- SABATINO, Teresanna y SMITH, Mercedes. Modelo financiero para evaluar pequeñas y medianas empresas (PYMES). Caracas, 2014, 54 p. Trabajo de grado (especialista en gerencia de empresa). Universidad Simón Bolívar. Decanato de estudios de postgrados. Coordinación de postgrado en gerencia.
- Sabino, Carlos. Diccionario de Economía y Finanzas. Ed.panapo. Caracas. 1991.
- SALAZAR, Andrea; MORALES., Julián Andrés y ARENAS, Juliana. Valoración de empresas por el método de flujo de caja libre aplicado a NETBEAM S.A, Medellín, 2012, 27 p. Trabajo de grado (Especialistas en Gestión Financiera Empresarial). Universidad de Medellín, Facultad de Ingeniería. Especialización en Gestión Financiera Empresarial.
- SARMIENTO, Julio A. Valoración de empresas (métodos contables para la valoración). Colombia, 2006, 52 p,
- VERA COLINA, Mary A. Gerencia basada en valor y gerencia financiera. Revista Tendencias Volumen 1 No 2. 2010,
- de Nariño. Noviembre 2000. Disponible en: <http://www.econfinanzas.com/estrategias/VBM.pdf>. Revisado en: Revisado
- el 23 de octubre de 2011niversidad Javeriana, Departamento de Administración.
- Verificación y Validación Capitulo 6. (anónimo)

## ANEXOS

### Anexo 1. Análisis financiero con información contable

#### DOCUMENTO 1.

**Título:**

Análisis financiero con información contable

**Autores:**

Ricardo A. Fornero

**Años:**

2004

**Objetivo:**

Estudiar las relaciones entre el análisis del rendimiento y del flujo de fondos con el modelo financiero del crecimiento sostenible de ventas y el equilibrio financiero de las metas competitivas y financieras de la empresa.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

Se presentan algunos conceptos que permiten completar la utilización de las herramientas del análisis financiero, respondiendo a algunas preguntas que suscitan las mediciones del desempeño por que el rendimiento y el flujo de fondos de la empresa son las medidas que muestran las facetas económica y financiera del desempeño. Los componentes del flujo de fondos y los componentes del rendimiento son mediciones complementarias: el flujo de fondos ayuda a comprender el impacto que tienen los impulsores del rendimiento.

En las situaciones relativamente estables ambas formas de medición se confirman entre sí. Incluso podría decirse que basta con una sola para describir de un modo completo el desempeño.

Sin embargo, para comprender los procesos de cambio del nivel de actividad (crecimiento o desinversión) es necesario considerar cuidadosamente las dos perspectivas. Estos procesos por lo general son multiperiódicos (se manifiestan en varios años).

Una consecuencia de esto es que el rendimiento y el flujo de fondos *de cada año* muestran sólo una parte del proceso de crecimiento de la empresa.

**Análisis crítico del artículo:**

MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO	MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
Modelo Higgins (1977) plantea el cálculo de la tasa de crecimiento sostenible de ventas.	Se utilizara este modelo como base para medir y mejorar el crecimiento de la empresa

<p>Utilizando las magnitudes finales de activo y endeudamiento. La fórmula de Higgins es:</p> $\alpha = \frac{RD}{\frac{AON_{Final}}{Ventas} - RD}$ <p>donde el coeficiente RD se calcula con el margen ordinario sobre ventas, el coeficiente de distribución de dividendos y el coeficiente de endeudamiento financiero:</p> $RD = \frac{Ganancia\ ordinaria}{Ventas} (1 - div) \left( 1 + \frac{Deuda}{PN} \right)$ <p>Para las situaciones relevantes en las condiciones del modelo simplificado de crecimiento sostenible los resultados son iguales a los que se obtienen con la siguiente ecuación</p> $\text{Crecimiento sostenible de ventas } \alpha = \frac{\text{Rendimiento del patrimonio}}{\text{patrimonio}} \times (1 - div)$ <p>Ambas expresiones del crecimiento sostenible de ventas tienen los mismos supuestos: en los años proyectados no cambian el margen, la rotación, el endeudamiento financiero ni el coeficiente de dividendos.</p>	<p>porque me permite saber qué tasa de crecimiento anual de ventas se puede financiar con el rendimiento que actualmente se obtiene, y con los coeficientes actuales de endeudamiento y de dividendos.</p> <p>También se puede conocer qué crecimiento de ventas permite obtener un excedente Operativo que cubra <i>exactamente</i> los pagos financieros netos de la empresa.</p> <p>Para el diseño del nuevo modelo es importante conocer el crecimiento máximo de las ventas que puede financiarse, si no cambian en los períodos próximos el rendimiento del activo, el endeudamiento financiero, el costo porcentual del pasivo financiero y el coeficiente de dividendos.</p>
---	--

**Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

www.google.com

Frase:

Dirección (URL):

## **Anexo 2. Propuesta de modelo financiero para crecimiento corporativo sostenible**

### **DOCUMENTO 2.**

**Título:**

Propuesta de **modelo financiero** para crecimiento corporativo sostenible

**Autores:**

Giovanni E. Reyes

Andrea Briceño M.

**Año:**

2010

**Objetivo:**

Definir un modelo que contenga los aspectos particulares que afectan una política de crecimiento corporativo sostenible.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

Aspectos como la capacidad técnica y económica en la producción de bienes y servicios, la gestión administrativa y financiera, y las políticas de comercialización o mercadeo, son determinantes para el crecimiento sostenible de las organizaciones, entendido como un proceso dinámico que tiene efecto en la creación de valor de las mismas. En este trabajo se define un modelo que contenga los aspectos particulares que afectan una política de crecimiento corporativo sostenible, a partir de la cuantificación de componentes financieros. Para la realización de este documento se tuvieron en cuenta diversos estudios e investigaciones que exponen conceptos y enfoques que tratan de identificar factores de crecimiento corporativo, tales como planificación, control, dirección, manejo de recursos financieros y humanos, monitoreo y evaluación, entre otros<sup>1</sup>. Sin embargo, el presente documento se limitará a analizar componentes relacionados con la gestión financiera.

**Análisis crítico del artículo:**

<b>MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO</b>	<b>MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>
<b>modelo desagregado de crecimiento Corporativo sostenible.</b> Este modelo se desarrolla a partir de:  Donde :	Se tendrá como base para determinar y complementar un nuevo modelo el presentado en este documento por contar con información y variables

<p>G = Crecimiento corporativo sostenible  Pr = Política de manejo de dividendos y Retenciones</p> $\left(1 + \frac{D}{E}\right) = \text{Política de inversión o reinversión, política financiera}$ <p><math>P_u =</math> Política de precios</p> $\left(\frac{F}{Q_p} + V_u\right) = \text{Política de operaciones (ámbito interno)}$ <p><math>(1 + g_c) =</math> Política de costos (sentido dinámico, en prospectiva)</p> $\left(\frac{Q_v}{A}\right) = \text{Política de mercadeo.}$ <p><b>Ecuación</b></p> $G = (P_r) \left(1 + \frac{D}{E}\right) \left\{ P_u - \left[ \left(\frac{F}{Q_p} + V_u\right) (1 + g_c) \right] \left(\frac{Q_v}{A}\right) \right\}$	<p>indispensables para conocer una empresa y analizar el estado financiero y el direccionamiento de esta.</p> <p>En el modelo financiero se planteara para el crecimiento corporativo sostenible para definirlo se utilizara variables como las políticas plantadas en el documento, con variables concretas obteniendo cálculos aplicables conociendo de manera explícita el crecimiento sostenible de la empresa.</p>
--	---

**Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

www.google.com

Frase:

Modelos financieros+ crecimiento empresarial

Dirección (URL):

file:///C:/Users/Jhon/Downloads/Dialnet-

PropuestaDeModeloFinancieroParaCrecimientoCorporat-4047345%20(1).pdf

**Anexo 3. Planeación financiera y crecimiento**

**DOCUMENTO 3.**

**Título:**

**Planeación financiera** y crecimiento

**Autores:**

Marcelo A. Delfino

**Años:**

2007

**Objetivo:**

Mostrar un modelo de planeación financiero de crecimiento para una empresa.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

Definir que es la planeación financiera como una forma de pensar sistemáticamente en el futuro y prever posibles problemas antes de que se presenten, en este documento se muestra un modelo financiero con sus componentes su objetivo, los pasos para elaborar una proyección teniendo en cuenta algunas variables, la relación entre financiamiento y crecimiento mostrando cual es la posibilidad de crecimiento de una empresa teniendo en cuenta diferentes tipos de financiamiento, también cual es la tasa de crecimiento sostenible a través de un modelo.

**Análisis crítico del artículo:**

MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO	MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN								
<p><b>Modelo</b></p> <p><b>Rubros de balance</b></p> <table border="1" data-bbox="297 1435 911 1857"> <thead> <tr> <th data-bbox="297 1435 578 1516">Fórmulas para el cálculo de los Management ratios</th> <th data-bbox="578 1435 911 1516">Fórmulas para proyectar los rubros de generación Espontánea</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="297 1516 578 1615"><math display="block">\text{Días de ventas} = \frac{\text{Inventarios}}{\text{Costo de Venta}} \times 365</math></td> <td data-bbox="578 1516 911 1615"><math display="block">\text{Inventarios} = \frac{\text{Días de ventas} \times \text{CMV}}{365}</math></td> </tr> <tr> <td data-bbox="297 1615 578 1741"><math display="block">\text{Días de cobranzas} = \frac{\text{Ctas. a cobrar}}{\text{Ventas}} \times 365</math></td> <td data-bbox="578 1615 911 1741"><math display="block">\text{Ctas. a cobrar} = \frac{\text{Días de cobranzas} \times \text{Ventas}}{365}</math></td> </tr> <tr> <td data-bbox="297 1741 578 1857"><math display="block">\text{Días de Pago} = \frac{\text{Deudas comerciales}}{\text{Compras}} \times 365</math></td> <td data-bbox="578 1741 911 1857"><math display="block">\text{Deudas comerciales} = \frac{\text{Días de Pago} \times \text{Compras}}{365}</math></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Calculo por saldo de las cuentas</b></p> $\text{Rotación de inventarios} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventarios}}$ <p><b>Modelo tasa de crecimiento sostenible</b></p> <p>❖ Los activos totales son una proporción <math>t</math> de las ventas:</p> <p>(1) <math display="block">t = AT / V</math></p>	Fórmulas para el cálculo de los Management ratios	Fórmulas para proyectar los rubros de generación Espontánea	$\text{Días de ventas} = \frac{\text{Inventarios}}{\text{Costo de Venta}} \times 365$	$\text{Inventarios} = \frac{\text{Días de ventas} \times \text{CMV}}{365}$	$\text{Días de cobranzas} = \frac{\text{Ctas. a cobrar}}{\text{Ventas}} \times 365$	$\text{Ctas. a cobrar} = \frac{\text{Días de cobranzas} \times \text{Ventas}}{365}$	$\text{Días de Pago} = \frac{\text{Deudas comerciales}}{\text{Compras}} \times 365$	$\text{Deudas comerciales} = \frac{\text{Días de Pago} \times \text{Compras}}{365}$	<p>Se tomara este modelo como herramienta y muestra porque los elementos centrales que trabaja permiten contar con información importante para conocer o diagnosticar el crecimiento de la empresa siendo esta, una importante información para proyectar la empresa.</p> <p>En el modelo se tomara las formulas paletadas para la proyección y el cálculo de los rubros de balance y se ampliara para dar cuenta de los activos, pasivos y patrimonio con los que cuenta la empresa.</p> <p>Para el modelo a platear es útil conocer la tasa de crecimiento interna sostenible porque desde</p>
Fórmulas para el cálculo de los Management ratios	Fórmulas para proyectar los rubros de generación Espontánea								
$\text{Días de ventas} = \frac{\text{Inventarios}}{\text{Costo de Venta}} \times 365$	$\text{Inventarios} = \frac{\text{Días de ventas} \times \text{CMV}}{365}$								
$\text{Días de cobranzas} = \frac{\text{Ctas. a cobrar}}{\text{Ventas}} \times 365$	$\text{Ctas. a cobrar} = \frac{\text{Días de cobranzas} \times \text{Ventas}}{365}$								
$\text{Días de Pago} = \frac{\text{Deudas comerciales}}{\text{Compras}} \times 365$	$\text{Deudas comerciales} = \frac{\text{Días de Pago} \times \text{Compras}}{365}$								

<p>❖ La Ganancia final se mantiene como un porcentaje constante de las ventas:</p> <p>(2) <math>m = GF / V</math></p> <p>❖ La empresa destina siempre la misma proporción de sus Ganancias finales al pago de Dividendos y retiene el resto:</p> <p>(3) <math>d = DIV / GF</math>  (3b) <math>(1 - d) = GR / GF</math></p> <p>❖ Se mantiene la relación entre el Pasivo total y Patrimonio neto, es decir, el coeficiente de endeudamiento es constante (pero no la Deuda, que puede y de hecho aumenta):</p> <p>(4) <math>e = PT / PN</math></p> <p>❖ Como los Activos totales son iguales al Pasivo total más el Patrimonio neto sus aumentos también deben serlo</p> <p>(5) <math>dAT = dPT + dPN</math></p> <p>❖ El aumento en el Patrimonio será igual a las utilidades no distribuidas, que a su vez son iguales a las Ventas del período 1 multiplicadas por el Margen de utilidad sobre ventas y por la tasa de retención:</p> <p>(5a) <math>dPN = V_1 \times m \times (1 - d)</math></p> <p>❖ El aumento en el pasivo total</p> <p>(5b) <math>dPT = V_1 \times m \times (1 - d) \times e</math></p> <p>❖ reemplazando en (5) por (1) y (5a) y (5b)</p> <p>(6) <math>t \times dV = V_1 \times m \times (1 - d) + V_1 \times m \times (1 - d) \times e = V_1 \times m \times (1 - d) \times (1 + e)</math></p> <p>donde <math>dV = V_1 - V_0</math>.  Pero si se despeja <math>V_1</math> y se dividen ambos miembros por <math>V_0</math></p> <p>(7) <math>V_1 / V_0 = 1 + dV / V_0</math></p> <p>❖ Si esta expresión se reemplaza en (6) después de dividir ambos miembros de aquella por <math>t \times V_0</math></p> <p>(8) <math>\frac{dV}{V_0} = \frac{V_1 \cdot m \cdot (1 - d) \cdot (1 + e)}{t \cdot V_0}</math></p>	<p>allí se conocerá el pronóstico de ventas siendo uno de los elementos principales de la planeación.</p> <p>Se podrá diagnosticar o conocer los estados contables proyectados, los requerimientos de activos y financiero porque permite conocer los cambios en los activos totales y el capital de trabajo neto ocupándose de la política de dividendos y endeudamiento de la empresa con las variables de ajuste financiero para conocer los ajustes financieros que se deberán de realizar en la empresa para ampliar sus inversiones para conocer cómo se debe realizar el proceso de endeudamiento.</p>
---	---



❖ Si se reemplaza  $V_1 / V_0$  por (7) y se despeja finalmente se obtiene:

$$(9) \quad \frac{dV}{V_0} = \frac{m \cdot (1-d) \cdot (1+e)}{t - m \cdot (1-d) \cdot (1+e)}$$

❖ Que proporciona la **tasa de crecimiento sostenible** que mide el ritmo de aumento de las ventas ( $dV / V_0$ ) que la empresa puede mantener siempre que se cumplan las condiciones (1) a (4)

❖ Se puede avanzar un poco más reemplazando en (9)  $m$ ,  $(1-d)$  y  $(1+e)$  por (1), (2) y (3b):

$$(10) \quad \frac{dV}{V_0} = \frac{\frac{GF \cdot GR \cdot AT}{V \cdot GF \cdot PN}}{\frac{AT}{V} - \frac{GF \cdot GR \cdot AT}{V \cdot GF \cdot PN}} = \frac{\frac{GF \cdot GR}{PN \cdot GF}}{1 - \frac{GF \cdot GR}{PN \cdot GF}}$$

❖ dividiendo ambos miembros por  $AT / V$  y reemplazando:

$$(11) \quad \boxed{TCS = \frac{dV}{V_0} = \frac{R_{OE} \cdot r}{1 - (R_{OE} \cdot r)}}$$

### Tasa de crecimiento interna

❖ La tasa de crecimiento está dada por el punto en que se cruzan las dos líneas  $dAT$  y  $dGR$ . En ese punto el aumento requerido en activos es exactamente igual al aumento en utilidades retenidas.

$$(12) \quad \boxed{TIC = \frac{R_{OA} \cdot r}{(1 - R_{OA} \cdot r)}}$$

### Criterio de búsqueda

Meta buscador:

[www.google.com](http://www.google.com)

Frase:

Modelos financieros+ crecimiento empresarial

Dirección (URL):

<http://marcelodelfino.net/files/Planeamiento.pdf>

### Anexo 4. Modelo financiero para evaluar pequeñas y medianas empresas (PYMES)

**DOCUMENTO 4:**

**Título:**

**Modelo financiero** para evaluar pequeñas y medianas empresas (PYMES)

**Autores:**

Teresanna Sabatino Soldano

Dulcefe Mercedes Smith

**Años:**

**2004**

**Objetivo:**

Diseñar un modelo financiero para evaluar pequeñas y medianas empresas (PYMES) a través de estados financieros e indicadores financieros proyectados para utilizarlos como herramienta de análisis.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

Se desarrolla un modelo financiero capaz de evaluar y medir de qué manera son afectados los estados financieros de la pequeña y mediana empresa como consecuencia de emprender un nuevo proyecto o inversión que implique una disminución importante en su flujo de caja, utilizando indicadores financieros como herramienta de análisis, para brindar a las PYMES una herramienta de interpretación de la dinámica que acontece una vez tomada la decisión de un proyecto o una inversión en la empresa para lograr una dirección y control proactivo.

**Análisis crítico del artículo:**

<b>MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO</b>	<b>MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>
<p>Para el análisis de este modelo se necesitan detallar las razones financieras básicas para el estudio financiero, así como el método para calcularlas y que es lo que mide, este último aspecto es de mucha utilidad para manejar las estrategias a seguir con la empresa, una vez que se conoce el estado financiero de la misma.</p> <p>Se tendrán en cuenta indicadores y variables que afectan el estado financiero</p>	<p>El uso de este modelo financiero se puede aplicar y complementar porque se considera que los indicadores necesarios para su desarrollo son muy básicos teniendo en cuenta que el objeto de estudio son empresas pequeñas.</p> <p>Para el modelo se complementaran con nuevos indicadores como el de sostenibilidad para conocer la</p>
<p><b>Variaciones o tendencias</b></p>	

Indican aumento, disminución o estabilidad.

Rubro	Método para Calcularla
Venta	$\frac{\text{Ventas año Actual} - \text{Ventas Año Anterior}}{\text{Ventas Año Anterior}} * 100$
Activos	$\frac{\text{Activos Año Actual} - \text{Activos Año Anterior}}{\text{Activos Año Anterior}} * 100$
Pasivo	$\frac{\text{Pasivo Año Actual} - \text{Pasivo Año Anterior}}{\text{Pasivos Año Anterior}} * 100$
Patrimonio	$\frac{\text{Patrimonio Año Actual} - \text{Patrimonio Año Anterior}}{\text{Patrimonio Año Anterior}} * 100$

capacidad de reinversión por ser importante para la formulación del modelo de crecimiento.

### Capacidad de pago

Razón	Método para Calcularla	¿Qué mide?
Razón Corriente o Circulante	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Circulante}}$	Capacidad para liquidar deudas a corto plazo.
Prueba del Ácido	$\frac{\text{Act. Circ.} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Circulante}}$	Capacidad para liquidar deudas a corto plazo sin vender sus inventarios.
Solvencia General	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Total}}$	Capacidad para liquidar deudas a largo plazo
Apalancamiento Financiero con Activos Fijos	$\frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Activos Fijos}} * 100$	% total de fondos proporcionado por la empresa
Apalancamiento Financiero con Activos Totales	$\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Total Activo}} * 100$	% total de fondos proporcionado por los acreedores.

### Indicadores de rendimiento

Razón	Método para Calcularla	¿Qué mide?
Rendimiento Operacional de las Ventas	$\frac{\text{Utilidad Neta en Operac.}}{\text{Ventas Netas}} * 100$	Productividad de la compañía después de gastos no operacionales. Mide la eficacia con que la administración conduce la empresa.
Rendimiento del Patrimonio Neto	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Prom. Patrimonio Neto}} * 100$	Retorno sobre la inversión tangible. Productividad financiera de la empresa.
Rendimiento de los Ingresos	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ingresos Totales}} * 100$	Rendimiento de los ingresos en función de la utilidad neta generada.
Rendimiento de los Activos	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$	Rendimiento de los activos en función de la Utilidad Generada.
Razón de Costo de Ventas a Ventas Netas	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}} * 100$	Margen total disponible para cubrir Costos de Ventas y rendir Utilidades.

Razón de Gastos Operativos a Ventas Netas	$\frac{\text{Gastos Operativos}}{\text{No. Acciones en Circulación}} * 100$	Ganancias disponibles a propietarios de acciones corrientes.
Razón (Activo Fijo – Terreno) a Ventas Netas	$\frac{\text{Activos Fijos – Terrenos}}{\text{Ventas Netas}}$	Nos muestra si el uso que se le esta dando al activo fijo es mas adecuado. Ayuda a determinar la conveniencia o no de que la empresa mantenga inversiones excesivas en activos permanentes.
Razón Activo Total Neto a Patrimonio Neto	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	Nos muestra el número de veces que el Activo Total cubre el patrimonio Neto de la empresa.

### **Eficiencia Administrativa**

Razón	Método para Calcularla	¿Qué mide?
Rotación del Patrimonio	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Total de Patrimonio}}$	Si una empresa genera suficiente volumen de negocios para cubrir el patrimonio de la empresa.
Rotación de Activos Fijos Netos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos Netos}}$	Productividad de Ventas en activos fijos de planta.
Rotación de Activos Brutos	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Fijos Brutos}}$	Productividad de Ventas en activos fijos totales.
Rotación de Activos Totales	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Total de Activos}}$	Si una empresa genera suficiente volumen de negocios para el tamaño de su inversión en activos.
Rotación de Activos Circulantes	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Circulantes}}$	Si una empresa genera suficientes negocios para cubrir el Activo circulante.
Promedio de Cobranzas	$\frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas totales en 360 días}}$	Periodo en que las cuentas permanecerán sin cobrar. Es un indicador de eficiencia Gerencial.
Promedio Rotativo de Inventario	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Inv. de produc. terminados}}$	Numero de veces que el inventario rota, es decir, es vendido y repuesto en el periodo contable.

## Endeudamiento

Razón	Método para calcularlo	¿Qué mide?
Endeudamiento a Corto Plazo	$\frac{\text{Pasivo Circulante}}{\text{Patrimonio Neto}}$	El total de participación en un negocio por parte de todos los acreedores en relación con la participación de los accionistas.
Endeudamiento a Largo Plazo	$\frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Patrimonio Neto}}$	Grado con el cual el negocio descansa sobre deudas a largo plazo en su total estructura de capital
Endeudamiento Total (Deuda/Capital)	$\frac{\text{Total Pasivo}}{\text{Patrimonio Neto}}$	Grado con el cual el negocio descansa sus deudas en su estructura de Capital.
Cobertura de Intereses o Razón de Endeudamiento	$\frac{\text{Utilidad antes Int. e ISLR}}{\text{Gastos por intereses.}}$	Capacidad de la empresa para cubrir los gastos generados por intereses de las deudas.
Patrimonio Neto Tangible	$\text{Patrimonio Neto} - \text{Activo Intangible}$	Capital disponible para el momento.

## Criterio de búsqueda

Meta buscador:

[www.google.com](http://www.google.com)

Frase:

Modelos financieros + pequeñas empresas

Dirección (URL):

<http://159.90.80.55/tesis/000129322.pdf>

## **Anexo 5. Valoración de empresas por el método de flujo de caja libre aplicado a NETBEAM S.A**

### **DOCUMENTO 5.**

#### **Título:**

**VALORACIÓN DE EMPRESAS** POR EL MÉTODO DE FLUJO DE CAJA LIBRE APLICADO A NETBEAM S.A

#### **Autores:**

ANDREA SALAZAR VÁSQUEZ  
JULIÁN ANDRÉS MORALES MARULANDA  
JULIANA ARENAS VALENCIA  
UNIVERSIDAD DE

#### **Años:**

2012

#### **Objetivo:**

Obtener una valoración de la sociedad Netbeam S.A. mediante el método de Flujos de Caja libre que permita conocer a los socios su valor actual.

#### **Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

Este trabajo busca encontrar el valor económico actual de la compañía NetBeam S.A, bajo la metodología del flujo de caja libre descontado, utilizando todas las herramientas necesarias para poder hacer un análisis veraz.

Para el cálculo de los flujos de caja futuros, se toma como base la proyección de los Estados Financieros, soportado por el plan de negocios de la administración de la empresa y las proyecciones estimadas de algunas variables macroeconómicas como la DTF y la Inflación, así como los índices internos de proyección ventas y márgenes operacionales para hallar la base de sus utilidades futuras para la reinversión en capital de trabajo neto operativo y activos productivos que garanticen la continuidad del negocio.

Luego de obtenido el valor de los flujos futuros de la empresa y calculándolos a valor presente se proceden a ajustar con el valor del Costo Promedio Ponderado de Capital (CPPC o WACC) cuyo cálculo se define en el marco teórico y la sumatoria de estos resultados nos proporciona el valor actual de la empresa calculado mediante el método de valoración de Flujo de Caja Libre.

#### **Análisis crítico del artículo:**

<b>MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO</b>	<b>MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>
<b>Valoración por Flujo de Caja Libre</b>	Conocer el valor real de una empresa a partir de los flujos de caja libre es importante para el desarrollo

<b>Ingresos Operacionales</b>	\$ xxx
✓ Costos y Gastos Operacionales	\$ (xxx)
= Utilidad Operativa	\$ xxx
- Impuestos	\$ (xxx)
= UODI (Utilidad Operativa Después de Impuestos)	\$ XXX
<b>+/- Reversión :</b>	
+/- Movimiento del capital de trabajo neto operativo (KTNO)*	+/- \$ xxx
<b>+/- Flujo de inversión y/o reposición de activos fijos (CAPEX)*</b>	
- Depreciaciones, Amortizaciones e Impuestos	- \$ xxx
<b>= Flujo de Caja Libre</b>	<b>\$ XXX</b>

del modelo porque se puede conocer la capacidad financiera de la empresa y se hay un valor económico agregado que pueda permitir el crecimiento de la empresa.

El modelo se trabajara con los flujos de caja libre como partida para conocer el estado de la empresa y desde allí formular indicadores utilizando como tasa de descuento el costo de capital.

$$V = \sum_{t=1}^n \frac{FCL_t}{(1+CPPC)^t} + \frac{\text{Valor Terminal}_n}{(1+CPPC)_n}$$

Donde la primera parte de la formula expresa el Valor de los Flujos de Caja de la empresa de su *Periodo Relevante* que va hasta donde se pueda pronosticar los Flujos de Caja relativamente certeros, y se acaba cuando la empresa llega a su estado de madurez, entiéndase este como el periodo de tiempo en que la empresa puede capturar valor.

La segunda parte de la fórmula de la Valoración por el método del **FCL**, corresponde a los Flujos de Caja Subsiguientes.

### **Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

www.dogpile.com

Frase:

Valoración financiera+ empresa

Dirección (URL):

<http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/362/Valoraci%C3%B3n%20de%20empresas%20por%20el%20m%C3%A9todo%20de%20flujo%20de%20caja%20libre%20aplicado%20a%20NetBeam%20S.A.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## Anexo 6. Valoración de empresas (métodos contables para la valoración)

### DOCUMENTO 6.

**Título:**

Valoración de empresas (métodos contables para la valoración)

**Autores:**

Julio A. Sarmiento S.

**Años:**

2006

**Objetivo:**

Mostrar métodos de valoración contable de una empresa a partir del balance general.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

En este documento se muestran métodos de valoración contable de una empresa a partir del balance general, definiendo la valoración como un modelo usado para calcular un rango de valores entre los cuales se encuentra el precio de la empresa, también muestra cual es el proceso de negociación de una empresa, el proceso de valoración de una empresa, la valoración de una empresa a partir del estado de resultado realizando un análisis para Colombia con algunas empresas que se encuentran en el país, se puede encontrar el procedimiento de evaluación de una empresa o un proyecto a partir de modelos y fórmulas para su análisis.

**Análisis crítico del artículo:**

MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO	MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
<p><b>Modelo “Price Earnings Ratio” o Relación precio ganancia.</b> objetivo es encontrar la cantidad de dinero invertido por cada peso que genera la empresa:</p> <p>PER = Precio de la acción / Utilidad por acción</p> <p><b>Empresa con crecimiento constante</b></p>	<p>Este modelo presentado en muy importante porque permite conocer el crecimiento de una empresa a través de relación precio ganancia y para el modelo que se quiere desarrollar es importante conocer esta información.</p> <p>Sin embargo el modelo que se va a desarrollar es para empresa pequeña que no transa en la bolsa y por lo tanto no se contaría con algunos</p>



$$PER = \frac{\frac{P}{G} * (1 + g)}{e - g}$$

Donde

PER: Relación Precio Ganancia (Price Earnings Ratio)

P : Precio de la última acción transada

G : Utilidad de la acción

g : Factor de crecimiento constante

e : Costo del patrimonio

### **Empresa con un periodo de crecimiento acelerado seguido**

#### **Por un crecimiento constante.**

$$PER = \frac{\frac{P}{G} * (1 + g) * \left[ 1 - \frac{(1 + g)^n}{(1 + e_{hc})^n} \right]}{e - g} + \frac{\frac{P_t}{G_t} * (1 + g)^n * (1 + g_t)}{(e_t - g_t) * (e + g)^n}$$

Donde

PER: Relación Precio Ganancia (Price Earnings Ratio)

P : Precio de la última acción transada en el período de crecimiento acelerado

G : Utilidad de la acción en el período de crecimiento acelerado

g : Factor de crecimiento en el período de crecimiento acelerado

e : Costo del patrimonio en el período de crecimiento acelerado

P : Precio de la última acción transada en el período de crecimiento constante

G : Utilidad de la acción en el período de crecimiento constante

g : Factor de crecimiento en el período de crecimiento constante

e : Costo del patrimonio en el período de crecimiento constante

n : Número de períodos de crecimiento

indicadores y variables que son importante, por esta razón se tratara de trabajar la misma función pero con otros indicadores y variables remplazando precio de la última acción transada y la Utilidad de la acción, para conocer el crecimiento de la empresa.

acelerado	
-----------	--

**Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

www.dogpile.com

Frase:

Valoración de empresas

Dirección (URL):

<http://www.javeriana.edu.co/decisiones/Julio/presentaciones/valoracion.pdf>

**Anexo 7 Modelos económico-financieros de solvencia y rentabilidad empresarial**

**DOCUMENTO 7.**

**Título:**

**Modelos económico-financieros** de solvencia y rentabilidad empresarial

**Autores:**

Roberto Gómez López

**Años:**

**2003**

**Objetivo:**

Mostrar modelos económicos financieros para el estudio y valoración de una empresa a partir del análisis contable.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

Es un manual de formación y divulgativo de contenidos y elementos propios del análisis contable, por lo que no está centrado en una línea de investigación, reconociéndose su valor principalmente como un elemento o herramienta más de formación, en la tarea docente de facilitar mecanismos de comprensión y ayuda; muchos del material de este documento están basados en las líneas de trabajo docente que se desarrolla en el Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Málaga, y que por tanto nacen bajo este posicionamiento, con la idea de darle una mayor amplitud académica a los diversos conceptos y contenidos que se desarrollan.

**Análisis crítico del artículo:**

<b>MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO</b>	<b>MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b>
---	--

<p><b>Modelos: Patrimonial versus Dinámico</b></p> <p><b>Modelo de Solvencia Económico-Financiero acerca de ciertos ratios.</b></p> <p>Una propuesta alternativa del modelo económico-financiero, donde prevalece el criterio de la capacidad de generar recursos de la empresa que nos pueda definir estáticamente la probable evolución del equilibrio financiero de la misma.</p> <p>ratio para medir estáticamente la solvencia a corto plazo</p> $\frac{\text{FONDO DE MANIOBRA}}{\text{NECESIDADES DE FINANCIACIÓN}} \geq 1$ <p>Fondo de Maniobra = Financiación Básica - Activo Fijo  Necesidades de Financiación = A. Comercial - P. Comercial.</p> <p>De esta forma, el Activo Comercial, que por sus características- rotatorias y permanentes- no debería hacer frente a ningún endeudamiento financiero que demande recursos generados, pues los recursos en él invertidos resultan de necesaria reinversión Inmediata, queda de este modo respaldado por financiación permanente.</p> <p>ratio que determina la probable situación de Solvencia estática a largo plazo.</p> $\frac{\text{ACTIVOS FIJOS CÍCLICOS}}{\text{DEUDAS LARGO PLAZO}} \geq 1$	<p>Para el modelo se utilizaran los ratios como indicadores para el análisis del equilibrio financiero de la empresa, no se utilizaran los tradicionales que esta basadas en la comparación de rubricas activas y pasivas, identificando limitaciones de este indicador</p> <p>Para este modelo se tendrá en cuenta el propuesto en el documento como alternativa para medir y analizar la capacidad de generar fondo de una empresa conociendo de esta manera la solvencia en la que se encuentra una empresa.</p>
---	---

<p>se relaciona Inversión a largo no permanente con Financiación a largo no permanente, únicos activos capaces de “autofinanciarse” son los que integran la mencionada rúbrica de Activos Fijos Cíclicos.</p>	
---	--

### **Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

www.dogpile.com

Frase:

Modelos financieros+ pequeñas empresas

Dirección (URL):

<http://www.ugr.es/~rgomezl/documentos/publiclibros/AnalisisContable/AnalisisContable.pdf>

## **Anexo 8. Métodos de valoración de una empresa**

### **DOCUMENTO 8.**

**Título:**

Métodos de **valoración de una empresa**

**Autores:**

Pablo Fernández

**Años:**

2008

**Objetivo:**

Demostrar las ventajas y desventajas de diferentes métodos de valoración de una empresa para la toma de buenas decisiones.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

Se presentan métodos de valoración que son comúnmente utilizados, muestra las desventaja de utilizar cada uno de ellos y justificando el método correcto de valoración porque aunque algunos son conceptualmente “incorrectos” y carecen conceptualmente de sentido en la mayoría de los casos se siguen utilizando. La valoración de una empresa requiere los métodos conceptualmente “correctos” para valorar empresas con expectativas de continuidad son los basados en el descuento de los flujos de fondos: considerando a la empresa como un ente generador de flujos de fondos y, por ello, sus acciones y su deuda son valorables como otros activos financieros.

**Análisis crítico del artículo:**

<p style="text-align: center;"><b>MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</b></p>
<p><b>Modelo free cash flow</b></p> <p>Para calcular el valor de la empresa mediante este modelo, se realiza el descuento (la actualización) de los free cash flow utilizando el coste promedio ponderado de deuda y acciones o coste promedio ponderado de los recursos la (WACC).</p> <p>E+D= valor actual (FCC; WACC), donde</p> $WACC = \frac{E K_e + D K_d (1-T)}{E + D}$ <p>Siendo: D = Valor de mercado de la deuda, E = valor de mercado de las acciones, Kd= Costo de la deuda antes de impuesto = rentabilidad exigida a la deuda, T= tasa impositiva, Ke = rentabilidad exigida a las acciones, que refleja el riesgo de la misma.</p> <p>El WACC se calcula ponderando el costo de la deuda (Kd) y el costo de las acciones (Ke), en función de la estructura financiera de la empresa. Esta es la tasa relevante de este caso, ya que como estamos valorando la empresa en su conjunto (deuda más acciones) se debe considerar la rentabilidad exigida a la deuda y a las acciones en la proporción en la que financia la empresa.</p>	<p>En el proyecto tomara o tendrá en cuenta la WACC por ser la tasa para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión, conociendo de esta forma el coste de capital. .</p> <p>Sin embargo esta será utilizada como un complemento para el modelo que perita dar cuenta en la valoración de un proyecto de inversión,</p>

**Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

www.dogpile.com

Frase:

Análisis económico+ financiero de empresas

Dirección (URL):

<http://www.iese.edu/research/pdfs/di-0771.pdf>

**Anexo 9. Estrategia basada en el modelo de crecimiento sostenible: El caso del grupo telefonía móviles.****DOCUMENTO 9.****Título:**

Estrategia basada en el **modelo de crecimiento sostenible**: El caso del grupo telefonía móviles.

**Autores:**

**Constantino García Ramos**

**Años:**

**2006**

**Objetivo:**

Aplicar el modelo de crecimiento sostenible, descomponiéndolo en sus elementos y señalando los factores que más influye sobre el mismo.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

El modelo de crecimiento sostenible es una herramienta útil para las empresas como indicador de la expansión de las mismas pueden financiar mediante la retención de los excedentes financieros que generan, sin necesidad de una mayor dependencia del mercado financiero. En este trabajo, con los datos contenidos en las cuentas anuales del Grupo Telefónica Móviles durante el periodo 2000-2004, se ha aplicado el modelo de crecimiento sostenible, descomponiéndolo en sus elementos y señalando los factores que más influyen sobre el mismo. Adicionalmente se han realizado una serie de propuesta de mejora del mismo, para poder afrontar con éxito la situación de clara expansión en la que está inmerso el grupo y que previsiblemente continuará en los próximos años

**Análisis crítico del artículo:**

MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO	MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
<p><b>Modelo Sallenave</b></p> <p>Expresión matemática</p> <p>Tasa de crecimiento sostenible=Tasa de crecimiento extrínseco + tasa de crecimiento intrínseco</p> $G = \frac{D}{E} (r\acute{a}-i) \cdot P + r\acute{a} \cdot P$ <p>G: tasa de crecimiento sostenible  D: importe de las fondos ajenos  E: importe fondos propios  r<math>\acute{a}</math>: es la rentabilidad económica,  i: coste de la financiación ajena  P: tasa de retención de beneficios</p>	<p>Este modelo fue utilizado en el documento para analizar una empresa grande de telefonía pero el modelo Sallenave puede ser adaptado a empresas pequeñas.</p> <p>Para el modelo se calculara la tasa de crecimiento a partir de la rentabilidad de los recursos propios porque entre mayor sea la rentabilidad de los recursos propios mayor será la relación entre el valor de la empresa con relación al valor contable.</p>

**Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

Frase:

Dirección (URL):

dialnet.unirioja.es/download/articulo/2483083.pdf

**Anexo 10. Sobre el análisis financiero y su nueva orientación**

**DOCUMENTO 10.**

**Título:**

Sobre el **análisis financiero** y su nueva orientación

**Autores:**

Valentino Azofra Palenzuela

**Años:**

**2008**

**Objetivo:**

Proponer un modelo de análisis basado en la creación de valor y provisto de una estructura de desarrollo.

**Resumen:** (QUÉ, CÓMO, PARA QUÉ)

El trabajo propone un modelo de análisis basado en la creación de valor y provisto de una estructura de desarrollo acorde con el marco conceptual e interpretativo de la moderna teoría financiera. Un modelo, en suma, que permite al analista financiero vincular el valor de mercado de las acciones con una serie de variables representativas de las políticas financieras de la empresa entrelazadas entre sí a través de la denominada red de valor.

**Análisis crítico del artículo:**

MODELO PRESENTADO EN EL ARTÍCULO	MODELO PROPUESTO EN ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
<p><b>Modelo valoración por Gordon y Shapiro.</b></p> <p>El ratio del valor de la empresa puede descomponerse:</p> $\frac{VM}{VC} = \frac{RRP - (RRP * RET)}{K - (RRP * RET)} = \frac{RRP}{K} + \frac{g[RRP - K]}{K[K - g]}$ <p>VM= valor de mercado            VC= valor contable            RRP= rentabilidad de los recursos propios            BN= beneficio neto            RP= recursos propios            K= coste de capital            g=tasa de crecimiento sostenible= RRP x RET            RET= tasa de retención de beneficios</p> <p>En la expresión el ratio de valoración aparece descompuesto en dos sumandos. El primero, que se interpreta como el valor del ratio en situación de no</p>	<p>El modelo financiero presenta para la valoración y el análisis de datos contables se trabajara con ratio de pérdida y ganancia de inversión para determinar el valor del mercado a partir de los recursos invertidos.</p> <p>La estructura del modelo mantendrá un equilibrio a corto plazo desde la inversión, teniendo en cuenta la característica de las empresas proyectado con los FCL y la rotación de los activos.</p>



<p>crecimiento, representa el (índice de creación de valor), mientras que el segundo refleja la creación del valor atribuible a las oportunidades de reinversión que ofrece el crecimiento de la empresa.</p>	
---	--

**Criterio de búsqueda**

Meta buscador:

www.google.com

Frase:

Modelos financiero+ análisis empresa

Dirección (URL):

file:///C:/Users/Jhon/Downloads/Dialnet-SobreElAnálisisFinancieroYSuNuevaOrientacion-789667.pdf

“METODOLOGIA DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL PARA LA MICROEMPRESA EN PEREIRA – SECTOR COMERCIAL”

**Anexo 11. Encuesta para la recolección de información para el diseño de la metodología de crecimiento.**

**INSTRUMENTO PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

**OBJETIVO:** Conocer el estado financiero de las microempresas del sector comercial en Pereira que permita diseñara una metodología de crecimiento.

**Ciudad:**

**Fecha:**

**Encuesta No.**

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Nombre o Razón Social: \_\_\_\_\_  
NIT o CC: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
Teléfono y/o Fax: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_

**Ubicación:**

Zona Industrial \_\_\_\_\_ Zona Residencial \_\_\_\_\_  
Zona semi-industrial \_\_\_\_\_ Zona Comercial: \_\_\_\_\_

**Naturaleza Jurídica:**

Persona Natural \_\_\_\_\_ Sociedad Limitada: \_\_\_\_\_  
Sociedad por Acciones \_\_\_\_\_ Otra (Cual?) \_\_\_\_\_  
Simplificadas \_\_\_\_\_

**INFORMACIÓN DEL ENCUESTADO**

Cargo: \_\_\_\_\_  
Sexo: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_ Edad: 25 – 35 años \_\_\_\_\_ 35 – 45 años \_\_\_\_\_ Más 45 \_\_\_\_\_  
Nivel de educación del gerente: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**PRIMERA PARTE: PREGUNTAS RELACIONADAS CON LA ORGANIZACIÓN**

**I. AREA COMERCIAL**

1. ¿Hace cuánto se creó la microempresa?  
\_\_\_\_\_
2. ¿De las ventas realizadas asigne un porcentaje según la forma de ventas que realiza la microempresa? (Marque con una X)

De contado   
A crédito

3. ¿si su empresa lleva más de 2 años cual ha sido el comportamiento de su ventas en los últimos años?  
(Marque con una X)

Crecimiento	<input type="checkbox"/>
Estancamiento	<input type="checkbox"/>
Decrecimiento	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cómo realiza las compras la microempresa? (Marque con una X)

	%
De contado	<input type="checkbox"/>
A crédito	<input type="checkbox"/>
En consignación	<input type="checkbox"/>

¿Cuánto es el porcentaje de interés que paga cuando compra? A: (Marque con una X)

A crédito	<input type="checkbox"/>
En consignación	<input type="checkbox"/>

5. ¿Tiene disminución y aumento en ventas por temporadas? (indique los meses y porcentaje) (Marque con una X)

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	
				D                      A
Enero			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Febrero			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marzo			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Abril			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mayo			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Junio			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Julio			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agosto			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Septiembre			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Octubre			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Noviembre			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diciembre			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Existen sistemas de control en los siguientes aspectos (opción múltiple):

	SI	NO
Proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facturación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Productos y/o Servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesores comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plan de mercadeo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cliente (postventa)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inventarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Canales de distribución	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Tiene acuerdos o alianzas vigentes con (opción múltiple):

	SI	NO
Proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empresas del Sector	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. ¿cuáles son los mayores riesgos que se presenta en el sector?

Capital de riesgo	<input type="checkbox"/>
Compras muy caro	<input type="checkbox"/>
Mala estructura administrativa	<input type="checkbox"/>
No inversión de utilidades	<input type="checkbox"/>
No se conocen los costos financieros	<input type="checkbox"/>
No distribución de los costos	<input type="checkbox"/>
Mal manejo de inventarios	<input type="checkbox"/>
Cambios en el precio del dólar	<input type="checkbox"/>
Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>

## II. ÁREA FINANCIERA

1. ¿La información de los estados financieros le está permitiendo tomar decisiones oportunas frente al quehacer del negocio?

Si  No

2. Realiza presupuestos escritos Si  No

Periodicidad:

Diaria  Semanal  Mensual   
Bimensual  Trimestral  Anual   
Otra  ¿Cuál? \_\_\_\_\_

### PASIVO

3. ¿Tiene actualmente o ha tenido la microempresa pasivos?

Si  No

4. ¿Con que entidades se financio o se financia la microempresa? (marque con una X)

Entidades financieras   
Accionistas   
Otros   
¿Cuál? \_\_\_\_\_

5. ¿Tiene claro cuál es el costo de sus pasivos (deudas), es decir cuánto paga de intereses?

Si  No

6. ¿Cuál es el interés que paga por el crédito?

\_\_\_\_\_

7. ¿Conoce qué entidades están otorgando créditos y recursos económicos para el desarrollo de su empresa?

Si  ¿Cuáles? \_\_\_\_\_  
No

**ACTIVO**

8. ¿A cuanto asciende actualmente los activos de la microempresa?

---

9. ¿Ha realizado algún tipo de análisis que le permita determinar cuál es la rentabilidad de su negocio?

Si  No

10. ¿Qué tipo de herramientas utiliza para determinar si su negocio es bueno desde el punto de vista financiero?

Indicadores  Programas  Asesorías   
Ninguno  Otros  Cuales \_\_\_\_\_

11. ¿Existen algunos aspectos que le impidan cumplir puntualmente con sus obligaciones?

Si  No

Como:

Cartera morosa   
Disminución de ventas   
Plan de pagos   
Otros  ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

12. ¿Qué porcentaje de sus utilidades reinvierte en la micro empresa?

---

13. ¿Qué porcentaje espera recrecer anualmente en la micro empresa?

---

**II. ÁREA CONOCIMIENTO (PERSONAS)**

1. ¿Cuántos empleados tiene la microempresa?

Menos de 1 a 2	Entre 3 a 4	Entre 5 a 6	Entre 6 a 7	Entre 8 a 10

2. ¿Cuál es el rango salarial promedio de los colaboradores?

	Menos de 1 SMLV	Entre 1 y 3	Entre 3 y 6	Más de 6
Operativo				
Administrativos				
Directivos				
Tops	689.454.00	2'068.362.00	4'136.724.00	