

**ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA EN LAS PYMES
LITOGRÁFICAS DE SAN JUAN DE PASTO Y SU INCIDENCIA EN LA TOMA DE
DECISIONES ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS EN LOS AÑOS 2009 - 2010.**

ANDRÉS MAURICIO ROJAS MEZA

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SAN JUAN DE PASTO
2012**

**ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA EN LAS PYMES
LITOGRÁFICAS DE SAN JUAN DE PASTO Y SU INCIDENCIA EN LA TOMA DE
DECISIONES ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS EN LOS AÑOS 2009 - 2010.**

ANDRÉS MAURICIO ROJAS MEZA

**Trabajo final presentado como requisito para optar por el título de
Especialista en Alta Gerencia**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SAN JUAN DE PASTO
2012**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación:

Firma del Presidente de tesis

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Agosto de 2012

RESUMEN

Desde este punto de vista, las finanzas corporativas cobran gran valor y son un conocimiento estratégico para promover el desarrollo empresarial, así mismo se debe conocer y utilizar apropiadamente las fuentes de financiación de tal manera que se consoliden los recursos empresariales y se contribuya a la generación de valor haciendo un uso apropiado de la información financiera disponible en la empresa y no solo se utilicen como un referente para medir los excedentes o déficits económicos de un periodo identificando las principales prácticas financieras y como se genera la información y su uso en este importante subsector económico; para de este modo ofrecer al empresario pyme una serie de herramientas que le permitan optimizar el uso en la generación de información financiera.

ABSTRACT

From this point of view, corporate finance charge and are valuable strategic insight to promote business development, also must be known and appropriately use funding sources so that enterprise resources are consolidated and contribute to the generation value by making appropriate use of available financial information on the company and not just used as a benchmark for measuring economic surpluses or deficits for a period identifying the main financial practices and how information is generated and that in this important subsector economic, to thereby provide the SME entrepreneur a number of tools to optimize use in generating financial information.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	12
1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN.....	13
1.1 TITULO.....	13
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
1.2.1 Descripción del problema.....	13
1.2.2 Formulación del problema.....	14
1.3 OBJETIVOS	15
1.3.1 Objetivo general.....	15
1.3.2 Objetivos específicos:	15
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	15
1.5 DELIMITACIÓN	16
2. MARCO DE REFERENCIA.....	17
2.1 MARCO TEORICO	17
2.1.1 Origen de la imprenta.....	17
2.1.1 Antecedentes del diseño gráfico en Colombia.....	20
2.1.3 Características de las pequeñas empresas colombianas.....	24
2.1.4 Retos para las organizaciones contemporáneas.....	27
2.1.5 La contabilidad como sistema de información para la toma de decisiones ...	29
2.1.6 importancia de las finanzas en las pymes.....	32
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	35
2.3 MARCO LEGAL - JURÍDICO.....	37
2.3.1 Normatividad de las PYMES.....	38
2.3.2 La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento.....	39
2.3.3 Ley de Ciencia y Tecnología.....	40
2.3.4 Visión regulativa de la Contabilidad.....	42
2.4 MARCO CONTEXTUAL	43
3. ASPECTOS METODOLOGICOS	46

3.1 METODOLOGIA	46
3.2 POBLACION Y MUESTRA	47
3.3 TECNICA DE ANALISIS DE INFORMACION	47
3.4 COBERTURA TEMPORAL.....	48
3.5 COBERTURA ESPACIAL.....	48
4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	49
4.1 CRONOGRAMA	49
4.2 RECURSOS A EMPLEAR	49
4.3 PRESUPUESTO.....	50
5. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	51
5.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR LITOGRAFICO....	51
5.2 ANÁLISIS SOBRE LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA Y LA TOMA DE DECISIONES.....	55
5.2.1 Generación de información contable y financiera	56
5.2.2. Gestión de la información tecnológica y toma de decisiones	68
6. PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO FINANCIERO PARA EL SECTOR LITOGRAFICO DE SAN JUAN DE PASTO	72
6.1 BASES GENERALES DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	73
6.2 ELEMENTOS DEL PLAN FINANCIERO	76
6.3 LA ESTRATEGIA FINANCIERA REPRESENTADA POR EL BALANCED SCORECARD.....	78
6.4 ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA CREACIÓN DE VALOR (FINANCIAMIENTO, RENTABILIDAD Y LIQUIDEZ).....	80
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIONES.....	86
BIBLIOGRAFÍA.....	88
NET GRAFÍA.....	91
ANEXOS.....	92

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Clasificación de las PYMES colombianas	41
Cuadro 2. Componentes del marco regulativo de la contabilidad en Colombia.....	42
Cuadro 3. Aplicación del Direccionamiento Estratégico.....	74
Cuadro 4. Etapas, descripción y componentes del plan financiero	77
Cuadro 5. Perspectivas y decisiones administrativas para la creación de valor y ventajas competitivas.....	79
Cuadro 6. Variables que garantizan la permanencia y crecimiento de la empresa	82

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tipo de empresa	51
Tabla 2. Número de años en el mercado	52
Tabla 3. Número de años en el mercado en relación con el tipo de políticas financieras.	53
Tabla 4. Número de empleados	54
Tabla 5. Informes contables que se elaboran.....	56
Tabla 6. Informes financieros que se elaboran.....	57
Tabla 7. Propósito de la producción de estados financieros.....	58
Tabla 8. Fuente de recursos de financiamiento.....	59
Tabla 9. Políticas de liquidez y efectivo.....	61
Tabla 10. Políticas de cartera.	61
Tabla 11. Políticas de inventarios	62
Tabla 12. Políticas de cuentas por pagar	62
Tabla 13. Políticas sobre renovación de maquinaria y equipos	63
Tabla 14. Promedio en años de actualización de maquinaria y equipos.	63
Tabla 15. Sistema de costos de Producción.	64
Tabla 16. Relación Ventas totales frente a inversión en activos.....	66
Tabla 17. Indicador de variación en ventas, activos y rotación del activo.....	67
Tabla 18. Relación análisis de estados financieros y uso eficiente de recursos	68
Tabla 19. Relación análisis de estados financieros y retos del mercado.	69
Tabla 20. Uso de indicadores en la toma de decisiones.....	70
Tabla 21. Aplicación del punto de equilibrio financiero.	71

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE OBJETIVOS	93

INTRODUCCIÓN

La actual coyuntura de globalización; y la inminente entrada en vigencia de tratados de libre comercio ha producido que diferentes subsectores económicos entre los cuales se incluye el subsector litográfico enfrente desafíos propios de la internacionalización pyme; para afrontar estos desafíos los distintos actores regionales, nacionales e incluso internacionales que promueven el desarrollo económico y la competitividad PYME han contribuido al desarrollo de acciones en el corto y largo plazo que buscan la sostenibilidad y el fortalecimiento organizacional, basados en la recopilación de información y el estudio de problemas comunes en cada subsector productivo, que para el caso de este proyecto investigativo corresponde a las empresas litográficas vinculadas a la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Industrias (Acopi), regional Nariño; y que trasciendan las acciones convencionales como la búsqueda de créditos e incentivos fiscales, herramientas supremamente útiles pero que requieren mejoras en modelos productivos, técnicos y de staff para su optimización.

Dado que las finanzas en la empresas constituyen un factor clave a la hora de tomar decisiones y proyectar el futuro organizacional; realizar un estudio sobre el comportamiento financiero del sector litográfico en las pymes de la ciudad de Pasto fundamentado en el análisis de los principales estados financieros, es la base de este proyecto investigativo; que tiene por objeto mejorar la toma de decisiones financieras y contribuir a su vez a que estas organizaciones respondan, desde la óptica de las finanzas y la toma de decisiones a los retos de un entorno altamente competitivo.

Este proyecto investigativo se compone principalmente de la definición del problema, los objetivos que se pretenden alcanzar con el desarrollo del trabajo, la justificación que mostrara al lector la importancia de este estudio y los diferentes marcos como el teórico, conceptual, legal contextual y la metodología requerida para llegar a unas conclusiones oportunas.

Con el desarrollo del siguiente trabajo de investigación se marcaran referentes sobre las más comunes prácticas contables así como otras herramientas financieras que mejoren la interpretación de la información y propendan por el crecimiento de la empresa a partir de la toma de decisiones más acertadas.

1. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TITULO

Análisis de la información financiera en las pymes litográficas de San Juan de Pasto y su incidencia en la toma de decisiones administrativas y financieras en los años 2009 - 2010.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Descripción del problema. Los acelerados cambios presentados a nivel mundial y sus incidencias en todas las organizaciones del planeta, requieren por parte de los directivos de las empresas en el mundo y para el caso del estudio del sector litográfico PYME de San Juan de Pasto, hacer uso apropiado de la información contable, que junto con estrategias financieras permitan a estas organizaciones mejorar sus condiciones de competitividad; no se puede desconocer que dentro de la problemática local de las PYMES “predomina una fuerte competencia entre éstas por el mercado local, enmarcada en una fuerte guerra de precios que los obliga a disminuir, cada vez más, su margen de ganancia y pago salarial.... No mejoran por falta de recursos y no obtienen recursos porque no mejoran”¹.

El habitual uso y aplicación de la contabilidad financiera, tradicionalmente se apoya en el cumplimiento de los principios de contabilidad generalmente aceptados, mediante los cuales se elaboran los Estados Financieros, empleados en la planeación y el control, “los estados financieros básicos proporcionan gran parte de la información que necesitan los usuarios para toma decisiones económicas acerca de las empresas”². Pero esta información no es la suficiente para generar mejores prácticas en la gerencia; debido a que habitualmente estos informes financieros solo son analizados en función de los excedentes y no trascienden más allá en la toma de decisiones.

Desde el punto de vista económico y social, las organizaciones, basan el control de sus recursos materiales, en la contabilidad con el fin de obtener un adecuado sistema de información que registre, de manera oportuna y fidedigna la forma como se han originado los recursos y a su vez como se han empleados éstos, optimizando el desarrollo del objeto social, “la Contabilidad ha tratado de satisfacer

¹BEDOYA, Barco Fernando. Micro y Pequeña Industria: Una alternativa para la promoción de la cooperación y la asociatividad. Revista tendencias. Vol VI Nos. 1-2. Diciembre de 2005.

²ESTUPIÑAN, Rodrigo. Análisis Financiero y de Gestión. Ecoe Ediciones. Segunda edición. Bogotá 2.006 p1

las necesidades de información de los agentes económicos, llevando el registro de las cuentas y de la gestión de sus bienes”³

De esta manera, se presentan debilidades en el manejo administrativo y de tipo estratégico por cuanto se deben establecer objetivos claros, que vayan ligados a las capacidades administrativas y que den respuesta a los cambios del mercado. “la actividad de la dirección estratégica se relaciona con el establecimiento de objetivos y metas para la organización y el ambiente que le permita lograr sus objetivos y que estos a su vez sean congruentes con las capacidades de la dirección y sensibles a las demandas del entorno”⁴.

Toda empresa que carece de metas claras y de una administración eficiente no responderá con éxito a los continuos desafíos y cambios del mercado actual.

En la práctica de los negocios, el análisis de los estados financieros, se limita tradicionalmente al uso de técnicas que permiten una interpretación global de los resultados económicos; sin embargo, para enfrentar decisiones a mediano y largo plazo, en un mundo cambiante y altamente competitivo, se necesita recurrir a nuevas herramientas de análisis financiero como el Flujo de Caja Libre (FCL), la Utilidad Antes de Intereses, Impuestos, Depreciaciones y Amortizaciones (EBITDA), el cuadro de manejo integral (BSC) y el Valor Económico Agregado (EVA), herramientas que actualmente las pymes no contemplan como referente en la toma de decisiones y que tiene como propósito medir el valor empresarial y promover la evaluación financiera de proyectos que de igual modo incluyan una revisión de los costos de producción y la definición del punto de equilibrio; caso contrario estas organizaciones no dispondrían de información vital para proyectar su futuro y mejorar sus niveles de competitividad.

1.2.2 Formulación del problema

¿Es el análisis de la información financiera empleada por los directivos de las PYMES litográficas de San Juan de Pasto, ajustado a las necesidades de cada empresa en entornos globales competitivos para la toma de decisiones, partiendo desde su recolección hasta la formulación estrategia de soluciones empresariales?

³ OCAMPO, Carmen. Et all. Algunas relaciones entre contabilidad y cultura. En: Revista Contaduría Universidad de Antioquia. 2008 No. 52 L. Vieco e Hijas Ltda., p238.

⁴ AGUILERA, Adriana. RIASCOS, Sandra. Direccionamiento estratégico apoyado en las TIC. En: revista Estudios Gerenciales. Vol. 25 No. 111. Publicaciones ICESI. 2009. p131

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general. Analizar la información financiera empleada en las PYMES litográficas de San Juan de Pasto durante los años 2009 y 2010, su incidencia y uso en la toma de decisiones.

1.3.2 Objetivos específicos:

- ✓ Determinar los principales procesos de generación de información financiera empleados por las PYMES litográfica de la ciudad de Pasto.
- ✓ Diagnosticar las principales prácticas financieras en las organizaciones objeto de estudio y la información que se obtiene de las mismas.
- ✓ Formular estrategias para un mejor desempeño financiero enfocado a la competitividad de las PYMES litográficas, en la ciudad de Pasto.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación, busca ahondar en el aprovechamiento de instrumentos contables, que integrados con el análisis financiero, la planeación estratégica y un continuo feedback, permitan maximizar el uso de los informes contables en las micro, pequeñas y medianas empresas litográficas de la ciudad de Pasto.

Dada la importancia del manejo contable en las organizaciones como base de la información sobre la estructura financiera de las mismas, se trabaja con las pequeñas y medianas empresas del sector litográfico, bajo la premisa de que estas organizaciones además de estar obligadas a llevar contabilidad de conformidad con la normatividad comercial, contable y tributaria, poseen un proceso básico de generación de estados financieros.

En la fase diagnóstica de la investigación se requerirá apelar a elementos intangibles como la cultura empresarial, no observados convencionalmente, para establecer su relación con el desempeño económico y financiero de las organizaciones objeto de estudio y en este sentido se presenta el interés práctico por la relación entre la competitividad organizacional y el proceso de uso de la información financiera para la toma de decisiones.

El interés de los distintos actores de la sociedad nariñense es contribuir al desarrollo de la micro y pequeña industria, el cual no puede limitarse a acciones convencionales como la búsqueda de créditos e incentivos fiscales; se requiere una estrategia que busque la sostenibilidad y su fortalecimiento organizacional, el estudio de problemas comunes para cada uno de los sectores productivos y en

particular el sector litográfico. Demostrando así como el uso adecuado de la información, administrativa y financiera que genera la empresa permitirá dar una visión más global y soluciones más precisas a los escenarios empresariales para el sector artes graficas.

La importancia de este proyecto investigativo; radica en generar una integración plena entre la academia y el sector productivo, buscado que desde la teoría se pueda mejorar la eficiencia y optimizar el aprovechamiento de los recursos disponibles de las empresas, en la generación de información que redunden en mejores condiciones para el empresario, quien consciente de sus debilidades mejore intrínsecamente el resultado de su actividad.

1.5 DELIMITACIÓN

El trabajo se realizará en las empresas matriculadas ante la Cámara de Comercio de Pasto, y en particular las vinculadas a la Cooperativa de Litógrafos de Occidente y a la Asociación Colombiana de las Micro, Pequeñas y Medianas Industrias (ACOPI), se tendrá en cuenta la información correspondiente a los periodos 2009-2010.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Origen de la imprenta

Antecedentes históricos⁵

“La historia indica que el nacimiento de la imprenta se remonta hacia los años 600 A.C en China, cuando se reproducen por primera vez y de forma múltiple, dibujos y textos con la ayuda de caracteres de imprenta tallados en tablas de madera técnica que se conoce como xilografía.”

“El invento se atribuye a los monjes budistas, que impregnaban los tipos tallados para luego imprimir con ellas sobre seda o papel de trapos. La necesidad de imprimir libros surge de las disputas entre los eruditos a cerca de la autenticidad de los textos antiguos, decidiendo a partir de ese momento reproducir mediante grabado los textos de importancia cultural, para su difusión popular.”

“Los caracteres móviles de imprenta y, con ellos, la composición tipográfica, se deben al alquimista chino Pi Cheng (1040). Éste crea tipos estándar que podían fabricarse en serie. Inicialmente los signos creados correspondían a palabras completas. Se realizaban con arcilla sobre moldes en negativo y posteriormente se cocían. Una vez terminados se unían sobre un marco metálico componiendo frases, unidos todos con masa adhesiva, y se procedía a la impresión.”

“Con la composición tipográfica surgió un modo de impresión mucho más rápido y flexible que la xilografía. A partir de entonces, la cultura pudo llegar a todas las capas de la sociedad.”

“Estas técnicas llegaron a Occidente mucho después. Se dice que fue el holandés Laurens Coster (Siglo. XIV) quien primero utilizó tipos móviles de madera, sin embargo universalmente se considera inventor de la imprenta a Johannes Gutenberg (Siglo.XV), por su creación de los tipos móviles de plomo fundido, mucho más resistentes, de allí deriva el nombre propio de tipografía. El inventor conocía la dificultad de imprimir con páginas enteras talladas en madera e ideó un modo más racional de impresión, basado en tipos móviles.”

“En 1447 consiguió imprimir un pequeño calendario y en 1451 una gramática de latín, aunque su obra cumbre sería una Biblia. A partir de su muerte, 1468, su

⁵.<http://www.guillermotull.com/TEC/BREVE%20HISTORIA%20DE%20LA%20IMPRESION.pdf>

invento se extendió paulatinamente por toda Europa, y permaneció prácticamente inalterable hasta principios del siglo XX.”

“Las técnicas han ido sucediéndose y variando con el paso del tiempo. En 1446 un maestro alemán grababa sobre planchas de cobre con ayuda de un buril. Una vez cubiertas con tinta, ésta quedaba retenida en el interior de las líneas de la imagen grabada mientras que el resto de la tinta desaparecía al limpiar la plancha. Después la impresión se realizaba sobre papel húmedo y con la ayuda de una prensa. Esta técnica sería mejorada en 1878 por el austriaco Karl Klietsch, valiéndose de la aplicación de cilindros (heliograbado).”

En 1710, dos inventos confieren un gran impulso a las técnicas de impresión:

- Jakob Christof Le Blon, descubre la tricomía (reproducción de imágenes en colores a partir de tres básicos: rojo, azul y amarillo)
- J Van der Mey, inventa, la estereotipia. Este proceso permitirá la reproducción masiva, rápida y barata de formas de impresión en relieve Basadas en planchas de plomo.

“En 1796, el austriaco Alois Senefelder inventa la técnica de impresión denominada litografía. Se trata del primer proceso de impresión en plano. Para esta técnica se emplean como soporte placas de piedra caliza que absorben las sustancias grasas y el agua, aunque éstas no se mezclan entre sí. Si se dibuja o escribe sobre dicha piedra con un color graso y acto seguido se humedece la superficie con agua, ésta penetrará en la piedra sólo en aquellos lugares no cubiertos por los trazos escritos. Si se aplica después tinta grasa de impresión sobre la piedra, las zonas mojadas no la aceptan, mientras que queda adherida al resto de la plancha, pudiendo procederse así a la impresión.”

“Posteriormente, en 1826, Alois patentaría la litografía en color, logrando una técnica simplificada para lo que hasta ese momento sólo podía realizarse a mano. Aunque esta técnica sería mejorada en 1867 por C. Tessie du Motay, con la fotolitografía, siguiendo las investigaciones de las propiedades químicas de una cola de cromato sometida a la acción de la luz; investigaciones que ya habían realizado anteriormente William Henry Fox Talbot (1832)y Alphonse Louis Poitevin (1855).”

“En 1822, después de que el francés Simón Ballanche concibiera la idea de construir una máquina automática para componer textos, el estadounidense William Church logra construir la primera máquina de este tipo, la componedora. La idea era mecanizar y facilitar al máximo la complicada tarea de componer manualmente los tipos de plomo de la tipografía, uno a uno, formando textos completos, como se hacía desde Gutenberg. De todos modos, el hecho de que la máquina cometiera ciertos errores hizo que no se impusiera de modo universal. Habría que esperar la invención de la linotipia en 1884.”

“En 1846, el inglés Smart inventa una rotativa para la impresión litográfica, en la que todo el proceso se automatiza excepto para la entrada (alimentación) y salida (retirada) del papel. Surge así la primera imprenta de offset automática.”

“Aunque en 1845 Richard Hoe (EEUU) ya había obtenido una patente referida a la primera rotativa moderna. La gran demanda en este período de grandes tiradas de los periódicos existentes, llegando a superar incluso la producción de libros, hizo posible el éxito de las rotativas.

Así, en 1848 el diario londinense The Times, pone en funcionamiento por primera vez una rotativa rápida de este tipo. Esta máquina fue perfeccionada por Augustus Applegath y Edward Cooper, ingenieros ingleses, siguiendo el principio de la máquina inventada por Hoe, aunque seguía trabajando únicamente con pliegos sueltos de papel.

Algunos años después, en 1851, el constructor británico T. Nelson logra por fin desarrollar una rotativa para la impresión sobre bobinas continuas de papel y, más tarde, en 1863, el inventor estadounidense William A. Bullock obtendrá la patente de la primera prensa rotativa para la impresión de libros sobre papel continuo, modelo para las rotativas posteriores.

A partir de este momento se darán algunos problemas, que van a ser corregidos años después. Son, por ejemplo, los cuellos de botella producidos en las fases de cortado y plegado del material impreso, así como la lenta tarea de la composición de los textos a mano. Será en 1884 cuando Ottmar Mergenthaler logre mecanizar este último proceso con la linotipia.

El inglés Black, inventó en 1850 una máquina plegadora automática capaz de plegar en octavo hasta dos mil pliegos por hora, al estar equipada con dispositivos de plegado y corte.

Es importante mencionar también a los técnicos ingleses Johnson y Atkinson, que en 1853 consiguieron construir una máquina completa de fusión de caracteres de imprenta, que era capaz de fabricar hasta 30.000 caracteres diarios. Este dato es especialmente relevante porque desde el instrumento manual ideado por Gutenberg para fundir tipos, apenas había variado esta técnica.

Por su parte, en 1859 el fotógrafo inglés Warren de la Rue desarrolla un nuevo procedimiento que permite elaborar planchas para imprimir libros, a partir de cola y glicerina. Esta técnica, denominada hectografía, se convertirá muy pronto en el procedimiento estándar empleado para imprimir normalmente pequeñas tiradas.

En 1881, el muniqués Georg Meisenbach, obtuvo una patente referida a un proceso fotográfico de impresión conocido como autotipia, basado en las técnicas del heliogravado y en las propiedades que adquirirían ciertas resinas a través de la

acción de la luz sobre ellas (palidecían, se oscurecían...). Aunque se considera inventor de la autotipia al científico británico William Henry Fox Talbot, en 1852. En 1890 Max Levy introducirá diversas mejoras, consiguiendo una mayor calidad en las imágenes (tramas más finas).”

“En 1884 destaca un hito importante en la historia de la impresión, el invento de la linotipia por parte del relojero alemán Ottmar Mergenthaler, basado en la composición totalmente automatizada de los textos. La innovación consistía en la posibilidad de poder escribir una a una las líneas del texto mediante un teclado, en lugar de ir componiéndolas letra a letra con sus correspondientes tipos de plomo manualmente. Así, una vez finalizada la composición de una línea, se fundía el molde de impresión en negativo, con plomo líquido, obteniéndose un sello de plomo para la impresión.

En 1904 la técnica de la litografía, y en general y mundo de la impresión, llega a su punto máximo con el desarrollo de la impresión en offset, utilizada en la actualidad. El offset fue desarrollado por dos técnicos de forma independiente: por un lado el alemán Caspar Hermann y por otro el impresor Ira W. Rubel. El primero obtiene su método a partir de la tradición histórica de la litografía, el segundo con la invención pero de un modo casual, tras un fallo de uno de sus operarios en una rotativa.

Actualmente la autoedición, con la incorporación de computadoras a las múltiples facetas y etapas de la edición, ha supuesto una revolución de consecuencias impredecibles en este campo. Una ventana abierta a la libertad de edición en el ya cercano siglo XXI se produjo a través de Internet, la invención del CD-ROM, la multimedia, que facilitaron edición a gran escala de documentos desde el propio domicilio o centro de trabajo.”

2.1.1 Antecedentes del diseño gráfico en Colombia. Colombia es uno de los países con mayor tradición histórica en el campo de las artes gráficas, la obra impresa más antigua del país data del siglo XVII. Una de las referencias más documentadas y que ilustra el desarrollo en sus primeros años de esta industria es la de la Imprenta Nacional de Colombia.

Durante los primeros días de la independencia el Gobierno realizaba los trabajos de carácter oficial y legislativo con imprentas improvisadas y deficientes.

“En 1812 existían en Bogotá dos imprentas adquiridas en los Estados Unidos para Cundinamarca; una, llamada hasta 1881 "Imprenta del Estado" que después de la Batalla de Boyacá, se llamó "Imprenta del Gobierno" y la otra, llamada "El Sol", que posteriormente pasó a ser propiedad del sabio Caldas.”

El Gobierno contó con una verdadera imprenta oficial a partir del 18 de mayo de 1894, cuando, en la presidencia de don Miguel Antonio Caro, se adquirió la que

entonces era la mejor imprenta de Bogotá: la de "Echavarría Hermanos", en cuyas instalaciones se organizó definitivamente la Imprenta Nacional. Se emitió entonces el Decreto Ejecutivo número 504 que la dejaba bajo la dependencia del Ministerio de Gobierno.

La presencia de la Imprenta Nacional está estrechamente vinculada a los momentos cruciales y decisivos de la historia del país, siendo testigo de excepción de la gestión de gobernantes y dirigentes, en cumplimiento de su principal misión: garantizar la fidelidad jurídica y administrativa, mediante la reproducción y la divulgación de las normas oficiales, para la conservación de la memoria del Estado de generación en generación⁶.

Hasta los años 30 la industria litográfica en Colombia se fundamentaba en empresas pequeñas, la mayoría se ubicaron en la ciudad de Bogotá, había once máquinas offset bicolores para la época, con lo cual abastecían el mercado interno y de las regiones principalmente.

La victoria de los aliados al final de la segunda guerra mundial contribuyó enormemente a la globalización del mundo, el comercio entre las naciones se reemprendió con un vigor renovado y se dio un auge económico sin precedentes para la humanidad, a partir de esta década nace una nueva etapa para la litografía en Colombia "cuando empresas como Carvajal en los años 50 importan nuevas máquinas de Alemania"⁷

Datos históricos de la imprenta en Pasto

Los antecedentes de en la ciudad de Pasto se remontan al año 1837, cuando "Pastor Enriquez, el "sabio analfabeta" pastuso, pues no sabía leer ni escribir, pero poseía los rudimentos de las ciencias, hizo funcionar en este día la primera imprenta que hubo en Pasto, con el nombre de "**Imprenta imparcial de Enriquez**". El la construyó de madera, fundió el metal para los tipos y fabricó la tinta"⁸

En los orígenes de la primera imprenta de la ciudad, seguramente fue posible iniciar la divulgación del pensamiento local y en particular apoyar la actividad docente, el culto católico y hasta la poesía; por cuanto en ella "se publicaron las primeras cartillas para escuela, algunas vidas de santos y novenas, un sin número

⁶ Reseña Histórica de la Imprenta Nacional. Disponible en: http://servoaspr.imprenta.gov.co/portal/page?_pageid=416,427517&_dad=portal&_schema=PORTAL.

⁷ Historia de Carvajal S.A. Disponible en: http://www.carvajal.com.co/historia/historia_files/05-1930.html

⁸ Álvarez, Jaime.S.J. Este día en San Juan de Pasto y en Nariño. Biblioteca Popular Nariñense. Tipografía Javier 1988. P. 293.

de hojas políticas sueltas y seis o siete periódicos, entre ellos el volcán, las máscaras y otros. Se imprimieron varias obritas didácticas, entre ellas un tratado de moral del señor Juaquin Lorenzo Villanueva y algunas colecciones de versos, como la titulada de “Ocios poéticos de Benjamín Gálvez”.⁹

Se tiene noticia que fue hacia la mitad del siglo XIX cuando se introduce desde el extranjero y por el océano pacífico una máquina de impresión, y no solo esto, por cuanto las regiones permanecieron por mucho tiempo aisladas al no contar con carreteras para ir de las provincias a la capital. “La primera máquina que existió en lo que hoy es Departamento de Nariño, la introdujo en Barbacoas don Mariano Rodríguez, a mediados del siglo XIX. Se estrenó con una pequeña hoja periódica titulada “El Pezcador”.¹⁰

La industria gráfica en América Latina: Situación actual y perspectivas. Colombia¹¹

Los atentados ocurridos en Estados Unidos el 11 de septiembre de 2001 agravaron la desaceleración económica mundial y dificultaron la situación de los países en desarrollo, como los de América Latina, pues acentuaron las restricciones a las inversiones de riesgo. La industria gráfica latinoamericana sintió los efectos negativos de la economía mundial.

“Este sector representaba para la época un conjunto de 42.000 empresas y empleaban medio millón de personas, equivalente al 5% del peso económico del negocio en todo el mundo y el 17% de las industrias de ese segmento en el planeta. Sin embargo la incorporación de tecnología a la actividad de impresión y conversión ha sido bastante dinámica en ésta década. Las importaciones de maquinaria y equipo iniciaron entre 1990 y el 2000 y fueron de 8.071 millones de dólares. En el 2001 ingresaron equipos por valor de 1.168 millones de dólares, si bien se registran reducciones en las cifras disponibles para Brasil, México y Colombia, es evidente que la región siguió preparándose para el futuro.”¹¹

“En el sector gráfico de Colombia, los reflejos de una oportuna política enfocada en las exportaciones están arrojando resultados positivos, es la segunda más importante de Latinoamérica, no sólo por la calidad de sus productos y servicios, procesos de internacionalización de algunas firmas y ventas hacia el exterior, así lo demostraron las cifras de exportación del 2008 las cuales indican que Venezuela

⁹ Herrera Luciano. Memorial sobre el estado industrial y progreso artístico de las Provincias del Sur. Citado por Álvarez, Jaime.S.J. Este día en San Juan de Pasto y en Nariño. Biblioteca Popular Nariñense. Tipografía Javier 1988. P. 54.

¹⁰ Ibíd. P.123

¹¹ La industria gráfica en América Latina: Situación actual y perspectivas. Disponible en: artesgraficas.com/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/ARCHIVO/ARTICULOS/doc_21712_HTML.htm l?idDocumento=21712. Carlos Silgado, Ricardo Viveiros y Bernardo Jaramillo, Sao Paulo, Enero 2003

ocupaba el primer lugar de destino comercial con ventas por más de 140 millones de dólares, donde 60.7 millones corresponden a libros.”¹¹

“En segundo lugar se encuentra Estados Unidos con ventas por 34,8 millones de dólares, de los cuales 24 millones son de categoría libros, 2,4 millones a impresos publicitarios y comerciales; 1,5 millones a empaques; 0,5 millones a cuadernos y 0,25 millones a etiquetas.

“En tercer lugar se encuentra México, le siguen Ecuador, Panamá, Costa Rica, Perú, Puerto Rico, Guatemala, República Dominicana, Chile, Argentina y El Salvador, entre otros.”¹¹

“Según cálculos del Departamento Nacional de Estadísticas (DANE) y el área de investigación económica de la Asociación Colombiana de la Industria Gráfica de la Comunicación Gráfica (Andigraf), el sector de libros participó en exportaciones colombianas entre enero y diciembre del 2008 con un 47%, el de empaques y papel con 18%, artículos escolares y de oficina con un 11%, publicaciones periódicas y material publicitario con 8%, empaques de plástico y sus sustratos 6% y etiquetas con un 2%.”¹¹

“En materia de importaciones la participación del sector de los libros en lo corrido del año anterior fue de 30%, juegos 15%, material publicitario y comercial un 14%, empaques de plásticos y sus sustratos 13%, artículos escolares y de oficina 12%, empaques de papel y cartón 8%, publicaciones periódicas 4% y formas comerciales y valores y etiquetas con un 2%.”¹¹

La Asociación Nacional de industrias gráficas Andigraf, informó que en cuanto a los indicadores de materia primas, el año anterior exportaron US\$184 millones, lo que representa un incremento del 20% en valor y 6% en volumen, respecto al 2007. Así mismo, importaron US\$512 millones con un incremento del 4% en valor y un decrecimiento en volumen de 3%. Al respecto, María Reina Andrade, presidenta de Andigraf, dijo que “el año pasado el sector exportó 151.000 toneladas de materia prima, siendo Venezuela y Estados Unidos, nuestros principales destinos, e importamos 277.000 toneladas, en especial de Estados Unidos, Canadá y Brasil”¹².

“Estas cifras indudablemente ratifican que la industria gráfica colombiana cada vez más se posiciona a nivel mundial convirtiéndose en una de las mejores de América Latina.”¹²

“Con relación a la tecnología, las máquinas de la industria tipográfica y litográfica colombiana han sido fabricadas por las empresas Campeador, Chander y Humbard principalmente, el sector tiene la necesidad de reacomodarse permanentemente a

¹² La industria gráfica en América Latina: Situación actual y perspectivas. Disponible en: artigraficas.com/

las condiciones de la demanda, ordenes de trabajo y servicios que se pueden ofrecer a partir de transformaciones efectivas en las técnicas. Las necesidades y el mercado potencial parecen exceder y transformar las formas de usar la tecnología y los servicios de impresión, haciendo cada vez más importante la actualización de los portafolios de servicios en todo el sector. Los rápidos cambios que presentan las tecnologías empleadas, llevan a que este sector se ajuste constantemente a los procesos, conocimientos y servicios globales ofertados para competir y permanecer; esto lo hace doblemente versátil, ya que también se presentan los ajustes propios a la demanda del mercado local. Con todo, los procesos de competencia hacen que sea necesario, para las personas dedicadas a las artes gráficas, abrir la caja negra de las tecnologías e interrumpir varios procesos internos para continuar en el mercado con los recursos del presente.”¹²

2.1.3 Características de las pequeñas empresas colombianas. De acuerdo con los resultados del documento CONPES 3484 de 2007, “POLÍTICA NACIONAL PARA LA TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA Y LA PROMOCIÓN DE LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS: UN ESFUERZO PÚBLICO-PRIVADO”, emitido en Colombia “Las Microempresas en su mayoría son establecimientos que ocupan menos de 5 empleados y se dedican principalmente a desarrollar actividades del sector comercio (especialmente del comercio al por menor) y del sector servicios”¹³

Las características más relevantes de las pequeñas empresas son: poseen un alto nivel de informalidad, un bajo nivel tecnológico y de formación del talento humano, aspectos que se convierten en limitantes para el acceso a recursos financieros. También se ha establecido que con relación al mercado en el que operan las microempresas es bastante limitado y su articulación con otras empresas es débil. Un alto porcentaje de esas empresas vende sus productos y servicios en nichos de mercado locales, principalmente a consumidores de bajos ingresos, donde los requisitos de calidad, precio y volumen son poco exigentes.

“Las Microempresas tienen un acceso limitado al sector financiero. Según Castañeda y Fadul (2002) el apalancamiento que usan los Microempresarios al momento de iniciar su negocio proviene principalmente de los ahorros acumulados por la familia y de los ingresos de trabajos anteriores (72%). Los préstamos de amigos y familiares, constituyen otra importante fuente de financiación (16%), mientras que los bancos y las financieras tan solo representan el 5% y las ONG el 4%. El limitado acceso a fuentes de financiamiento formal, se explica en parte porque para las Microempresas es muy difícil satisfacer los requisitos que el mercado formal impone (garantías, documentación etc.) y porque las condiciones de los créditos no se ajustan a sus requerimientos”¹⁴. No se observa posibilidades

¹³ Ministerio de Comercio Industria y Turismo. CONPES 3484. Pág. 4.2007

¹⁴ Ibid. Pág. 5

de acceder a recursos a largo plazo fuente principal para una modernización o reconversión productiva, es decir no se vislumbra fuentes alternativas de financiamiento.

La situación de la empresa nariñense, no está distante de la descripción sobre la realidad nacional de la microempresa, la cual cubre las necesidades del mercado regional y el abastecimiento en términos de productos procesados proviene de ciudades del interior del país, excepto por algunos lácteos y manufacturas. El sector litográfico se abastece de la principal materia prima, el papel, de productores ubicados en las ciudades de Cali y Bogotá.

Aspectos de índole empresarial

Una buena administración debe utilizar los recursos organizacionales de manera efectiva, con el fin de alcanzar los objetivos y metas que satisfagan a los distintos grupos de interés, es decir el posicionamiento económico, pero además el progreso de las personas vinculadas en la empresa. Para tal efecto, existe el proceso administrativo, que busca interrelacionar las diferentes etapas que lo componen, representados por la planeación, la organización, la dirección y el control. “En consecuencia, administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y de utilizar todos los recursos organizacionales disponibles para conseguir los objetivos organizacionales establecidos que incluyen no sólo categorías económicas como tierra, capital y trabajo, sino también información y tecnología. Es obvio que las personas constituyen el elemento inteligente y dinámico que manera, opera y agiliza todos estos recursos”¹⁵

Como lo afirma Chiavenato, son las personas, quienes con su capacidad, desempeño y gestión promueven la integración del proceso administrativo y dinamizan el cambio. Resaltar el papel de las personas como la riqueza intelectual de la empresa es un deber de la sociedad contemporánea; así mismo, juega un papel importante la tecnología que contribuye a materializar todo el proceso administrativo y la gestión empresarial. Las tecnologías de información y comunicación (TIC) incluyen desde el análisis estratégico hasta el desarrollo de planes y programas operativos.

De otra parte, en la actualidad, para que una organización sea y se mantenga competitiva, debe ser innovadora y gestionar el conocimiento como un factor clave de éxito, de ésta manera será posible alcanzar mejores niveles de desempeño. Las empresas del sector industrial de la ciudad de Pasto, y de manera más puntual de la actividad litográfica, deben innovar sus estilos administrativos, con esto vienen cambios que generan valor en la estructura, funciones y procesos de la

¹⁵ CHIAVENATO, Idalbeto. Administración en los nuevos tiempos. Mc. Graw Hill. Interamericana S.A. Bogotá. 2002. P4

organización. “Mientras la innovación operativa gira alrededor de los procesos del negocio (compra, producción, comercialización, despacho de pedidos, servicio al cliente, etc.), la innovación administrativa va dirigida a los procesos de gestión de la compañía.”¹⁶

Toda organización requiere de la innovación en todos los niveles, pasando desde los directivos hasta los de carácter operativo. El ser innovador implicar retar el pensamiento y hacer de éste una mente estratégica, parafraseando a Gary Ham¹⁷, es necesario concentrarse en preguntas como: ¿Cuáles son los retos que el futuro le plantea a la compañía?; ¿Cuáles son los complejos actos de malabarismo que su empresa al parecer nunca logra hacer bien?; ¿En dónde están la brechas más grandes entre la retórica y la realidad?; ¿Cuáles son las incompetencias que afligen a su empresa y a otras organizaciones como ella?

El diagnóstico para las pequeñas empresas

Diagnosticar es el arte de conocer mediante la observación de síntomas, el análisis de causas y sus posibles efectos. Estos elementos llevados al campo administrativo se enfocan a identificar los problemas, las causas que los originan y sus consecuencias en el desempeño administrativo, financiero y por ende en los resultados de la gestión empresarial.

El diagnóstico es “una herramienta de la dirección, que permitirá ayudar a comprender (el pasado y presente) y actuar (en el presente y futuro)”¹⁸. El diagnóstico se puede realizar de manera interna y externa. El primero se refiere a conocer la situación empresarial desde el punto de vista funcional, técnico, gestión del talento humano y manejo de recursos financieros. El segundo, tiene que ver con el análisis del entorno, condiciones económicas, evolución de la tecnología y del mercado y de las características socio-culturales que rodean a la empresa. Realizar un diagnóstico empresarial significa responder a las tendencias comerciales imperantes en el siglo XXI, en la denominada “economía del libre mercado”.

En el diagnóstico funcional según los planteamientos de Thibaut¹⁹, se deben considerar objetivos comerciales, técnicos, financieros y de dirección entre otros. El objetivo del diagnóstico comercial consiste en asegurar que el contenido de la función se encuentre acorde con los conocimientos, técnicas y métodos existentes según la actividad.

¹⁶ HAMEL, Gary. El Futuro de la Administración. Editorial Norma S.A. Bogotá. 2008. p25

¹⁷ Ibid. p51 y p52

¹⁸ THIBAUT, Jean Pierre. Manual de Diagnóstico en la empresa. Edit. Thomson-Paraninfo. Madrid 2001. Pág. 17.

¹⁹ Ibid.

Los objetivos para el diagnóstico técnico son: Evaluar los resultados de la empresa, sus conocimientos técnicos, sus medios humanos y materiales y su organización en el terreno industrial, definir lo que se debe hacer a corto y mediano plazo para mantener e incluso incrementar su competitividad.

Desde el diagnóstico de la función de gestión y finanzas, los objetivos buscan verificar si la empresa utiliza los sistemas y métodos de gestión acordes con el tamaño y naturaleza de sus actividades, evaluar si dispone de los medios financieros suficientes que aseguren su perpetuidad y desarrollo y determinar si se integra de forma correcta el elemento financiero en su proceso de formulación estratégica.

Estos componentes se tendrán en cuenta en el diagnóstico financiero para a las Pymes del sector litográfico en el medio.

2.1.4 Retos para las organizaciones contemporáneas. Realizar un estudio sobre los cambios en el entorno global y las finanzas particularmente, es el interés de este documento. En ésta parte del proyecto de investigación se presenta una breve reflexión sobre las condiciones del entorno. La economía mundial es cada vez más globalizada y competitiva, los usuarios de la información financiera requieren de nuevos y mejores procedimientos contables que les brinden mayor confiabilidad, transparencia y comparabilidad. Desde este punto de vista, las finanzas corporativas cobran gran valor y son un conocimiento estratégico para promover el desarrollo empresarial, así mismo se debe conocer y utilizar apropiadamente las fuentes de financiación de tal manera que se consoliden los recursos empresariales, “Todo el esfuerzo desarrollado por la gestión financiera debe tender hacia un fin: maximizar el valor de la empresa. Ese fin corresponde, por lo general, al propósito de los accionistas, inversionistas o dueños de incrementar su propia riqueza, es decir su inversión”²⁰ Es claro entonces, el interés, desde el punto de vista económico, por crear valor y retribuir a los propietarios márgenes de rentabilidad que compensen sus inversiones, con apropiados niveles de rentabilidad.

Así las cosas, cerca de iniciar la segunda década del Siglo XXI el mundo de los negocios enfrenta procesos de estandarización en diferentes dimensiones, el proceso de globalización como parte de la ideología neo liberal, cada vez toma más fuerza.

Para el caso de la economía, ésta es cada vez más globalizada y competitiva, los diferentes grupos de interés (inversionistas, directivos, proveedores, gobierno, etc.), requieren de nuevos procedimientos administrativos, financieros y contables

²⁰ ORTIZ, Héctor. Análisis Financiero aplicado. Universidad Externado de Colombia. Sigma Editores. 2004. Bogotá. Pág. 28.

que brinden mejores resultados, al igual que mayor confiabilidad, y transparencia para el desarrollo de los objetivos organizacionales y su proyección ante la comunidad.

Desde los años los setenta, las organizaciones empresariales se presentan en un entorno de significativos cambios políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos. Los principales factores que han motivado estos cambios son:

- a. La velocidad en la respuesta a los cambios y toma de decisiones
- b. Incremento significativo de fusiones, adquisiciones empresariales y alianzas estratégicas.
- c. Las nuevas necesidades de los consumidores, lo cual obliga a las empresas a anticiparse a las expectativas de sus clientes, mejorando la calidad de sus productos y servicios (aseguramiento, certificación y estandarización de los procesos)
- d. El permanente cambio técnico y en especial de tipo tecnológico y el manejo de las TIC (tecnologías de información y comunicación)
- e. Los cambios constantes en los modelos de administración y en los sistemas contables que llevan a las empresas a tener adecuados sistemas de información cuantitativa y cualitativa para desarrollar ventajas competitivas.
- f. La gestión del conocimiento, y la valoración del talento humano como eje protagonista en la innovación y creación de valor empresarial.
- g. La gestión financiera concebida desde dos puntos de vista: la primera desde la información contable acompañada de procesos tecnológicos para generar calidad y confiabilidad en los Estados Financieros; y la segunda se enfoca a la administración eficiente del capital de trabajo y los flujos de efectivo.

Estos aspectos que hacen parte del modelo económico imperante, la globalización e internacionalización que han originado a nivel mundial condiciones diferentes para que las empresas puedan ser competitivas, ser rentables, y posicionarse en el mercado a escala mundial. En la práctica cotidiana de los negocios, gestionar mejores niveles de desempeño, no es una tarea fácil de alcanzar, más aún desde el enfoque financiero, sin embargo, no se puede desconocer que en las herramientas financieras tradicionales, existe un potencial para el análisis y la proyección económica de la organización. “La comprensión de los estados financieros es un paso esencial en el análisis financiero y en la emisión de conceptos que por su contenido sirvan de apoyo a la toma de decisiones a los internos y externos”²¹

Los cambios presentados en el siglo XXI han generado en los ejecutivos la necesidad de aprender constantemente en el campo de la gerencia financiera, así estarán mejores preparados para enfrentar los retos de la globalización económica,

²¹ CORREA, Jaime. De la partida doble al análisis financiero. En: Revista Contaduría Universidad de Antioquia. No.46. Talleres gráficos de Impresos Marín Sierra Medellín. 2006. p183

política y social. La Gerencia financiera se constituye en un conocimiento que apoya la mejor toma de decisiones. De esta manera, se requiere abordar su estudio, desde lo contable, financiero y los modelos de representación de flujos de efectivo modernos.

Para Colombia, desde finales del siglo XX el replanteamiento de ordenamiento global, ha llevado al Estado a responder competitivamente en el nuevo mercado con el “programa de apertura económica y modernización de la economía” manifestado por varias medidas adoptadas para lograr la modernización del aparato productivo y consolidado a través de reformas estructurales de los regímenes cambiario, laboral, tributario y financiero, entre otros. De forma tal que, el programa de modernización se ha dirigido fundamentalmente a acelerar progresivamente la productividad interna generando nuevas posibilidades e incentivos para los sectores con mecanismos de adecuación de la carga tributaria. “La evolución de la creación y el desarrollo de las empresas, sus grados de encadenamiento e integración, así como los incentivos y la regulación para mejorar la productividad y eficiencia son factores básicos para diseñar políticas para enfrentar la internacionalización de la economía.”²².

2.1.5 La contabilidad como sistema de información para la toma de decisiones. En todas sus actividades, el hombre ha experimentado la necesidad de controlar el desarrollo de estas y para ello se ha valido de diferentes mecanismos y herramientas. Actualmente la sociedad en permanente cambio, por fenómenos propios del desarrollo técnico y científico y de complejas actividades, ha impulsado al hombre a ser más analítico, más investigador, para que las decisiones que tome en el desarrollo económico y el bienestar de la comunidad, sean cada vez más acertadas y benéficas en la solución de los problemas.

En el sentido estrictamente económico y social, las organizaciones, para controlar sus recursos materiales, se valen de la contabilidad con el fin de contar con una adecuada herramienta de información que registre la forma como se han originado los recursos y a su vez se han aplicado sus recursos, optimizando el desarrollo del objeto social.

En este apartado del proyecto de investigación, se hace una breve referencia a la contabilidad, vista no únicamente desde la dimensión financiera, sino desde sus concepciones teóricas. A través de la historia se ha demostrado que el conocimiento y la investigación son vitales para la Contabilidad y en consecuencia para la profesión. “La construcción del conocimiento contable (desde una visión científica), presenta sus inicios en el siglo XVIII, tiempo donde se promueve la consideración de la contabilidad como ciencia; diversos investigadores, buscan

²² Visión Colombia II Centenario. Departamento Nacional de Planeación. Editorial Planeta S.A. 2.005 Bogotá. P.75

abordar su progreso científico que viene gestionando un camino de lo pragmático a fundamentos conceptuales teóricos,” “Quizá uno de los mayores problemas que en el orden conceptual haya tenido que soportar el desarrollo de la ciencia contable ha sido, sin duda, la falta de rigor metodológico en el análisis de las propuestas alternativas, que han tratado de marcar una orientación”.(Canibano, 1997, p4) de esta forma el profesor Cañibano profundiza en el conocimiento contable mediante tres programas de investigación: El programa legalista, el programa económico y el programa formalizado.

- Programa legalista: Este programa se remonta a los orígenes de la partida doble y surge de la utilización de la información contable usado para mostrar el patrimonio del comerciante como prueba de su garantía respecto al cumplimiento de sus obligaciones actuales y futuras. Se sitúa en los comienzos de la disciplina contable, en lo que respecta a la utilización del principio contable de partida doble. (Canibano, 1997, p26)
- Programa económico: Gira en torno a la función de la Contabilidad capaz de ofrecer una base de cifras reales, que se adapten al medio, quedando la información contable estrechamente vinculada al conocimiento de la realidad económica.
- Programa formalizado: Viene impulsado por la revolución en el campo de la informática y de la cibernética; el elemento característico de este programa es el intento de abstraer, del cuerpo global del conocimiento teórico, aquellos principios sobre los cuales descansa todo el conocimiento teórico contable; se trata de reducir las proposiciones contables a cálculos lógico matemático.

De los tres programas expuestos, se considera al interior del grupo, que aquel que presenta más relación con el tema de las finanzas, es precisamente el programa económico, por cuanto la información contable debe representar la realidad económica de las empresas, sector tipográfico. De aquí el interés e importancia por identificar los procesos contables y el uso de la información financiera para la mejor toma de decisiones.

“Por otra parte, el profesor Richard Mattessich luego de estudiar las propuestas de programas de investigación de Lakatos, redes teóricas de Stegmuller y grupos de campos de investigación de Bunge, presenta tres tradiciones investigativas en Contabilidad.”²³

- Tradición investigativa No. 1, denominada “Programa de la Gerencia” que concede a la contabilidad la función de la supervisión del principal (inversionista) sobre la dirección (ejecutivo), es decir la contabilidad es un sistema de información y control útil para evaluar la gestión y resultados de la administración (dirección).

- Tradición investigativa No. 2, es “El programa valuación-inversión” que considera como finalidad de la disciplina contable la aproximadamente correcta valuación económica de derechos y obligaciones. El soporte formal de esta tradición investigativa descansa en los modelos de matemáticas financieras.
- Tradición investigativa No. 3, “Programa información – estrategia” donde el mismo autor aclara su carácter propositivo. Este programa invita a la construcción teórica y diversificación de los sistemas contables en el micro y macro nivel. Así como en la Contabilidad de costos y la Contabilidad gerencial será preciso construir hipótesis auxiliares para nuevos sistemas y cimentar teorías específicas para la creación de valor económico y social “Mattessich, considera a la contabilidad como una ciencia aplicada que persigue un fin práctico como es el de medir los factores de riqueza en una entidad económica”²³

En las tres tradiciones investigativas planteadas se observa la tendencia que presenta el profesor Mattessich a la contabilidad como un poderoso conocimiento para la proyección empresarial de los negocios. Se resalta, la tradición investigativa No.3 (Programa información – estrategia) el cual requiere que en las organizaciones, en el nivel micro, se maneje información para medir le gestión financiera y la creación de valor.

No se quiere dejar a un lado el interés por los planteamientos de Cañibano y Mattessich, para quienes la Contabilidad se proyecta como una verdadera ciencia de carácter empírico, social y aplicada y por lo tanto requiere de un nivel multidisciplinario al encontrarse con otras disciplinas científicas en su manejo pragmático y de carácter aplicativo en el manejo de los negocios, sin embargo, solo se cita para efectos del manejo teórico y su proyección con los aspectos prácticos; además no se puede desconocer que en manejo empresarial la contabilidad hace parte de los sistemas de información y comunicación, del cual se desprende el paradigma de la utilidad de la información una mejor toma de decisiones y la planeación organizacional. “Desde este enfoque, su vínculo como proceso como la planeación de negocios, juiciosamente estudiado por Oakes, Townley y Cooper, es muy estrecho y, por ello, tal documento es un texto interdisciplinario de las visiones heterodoxas en contabilidad. La relación de la contabilidad con la planeación de negocios hoy se materializa en instrumentos de contabilidad estratégica como el Cuadro de Mando Integral o Balanced Scorecard, entre otros” (Gómez, 2.009, p219).

Ahora bien, los fundamentos teóricos anteriormente citados, se llevan a la práctica en el modelo contable aplicado en el país, que para el caso colombiano se regulan en disposiciones comerciales, contables y tributarias, entre los cuales se puede nombrar el código de comercio, el decreto 2649 de 1993 y las disposiciones del

²³ MEJIA, Eutimio. La contabilidad internacional y su implicación en las relaciones empresariales. En: Revista Legis internacional de Contabilidad y Auditoria No. 31. Editorial Legis. p140

Estatuto Tributario. Esto lleva a identificar que el modelo contable colombiano, se encuentran concebidos desde un enfoque tributario y no como sistema de información útil para la toma de decisiones; al respecto el Dr. Edgar Fernando Nieto (Ex contador general de la Nación) manifiesta “la información contable es un extraño híbrido que propicia la confusión, impide la transparencia, la claridad y la comparabilidad de los estados financieros de la empresa nacional.”

2.1.6 importancia de las finanzas en las pymes. La sociedad, se encuentra Constituida por personas que forman agrupaciones a través de instituciones de gobierno, empresas y organizaciones profesionales, quienes para lograr sus propósitos deben contar con un aporte humano y una inversión material, y en la medida de su crecimiento van requiriendo de una amplia información financiera que les permita controlar el cumplimiento de sus gestiones y orientar el efectivo alcance de los objetivos, se debe recalcar que según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para el año 2007 la PYMES en Colombia generan el 63% del empleo nacional.

De aquí la importancia que éste tipo de organizaciones gestionen sus limitados recursos financieros de manera estratégica. La financiación de los proyectos empresariales de las PYMES presenta un alto riesgo, tanto por los costos de los intereses como por la ausencia de los mismos, “en este sentido, las empresas pequeñas enfrentan problemas de falta de recursos financieros, fuentes inadecuadas de financiamiento y alto endeudamiento que las somete a una carga pesada de deuda y a un riesgo mayor de fracaso.”²⁴

La adecuada gestión de recursos, lleva a pensar en los factores que intervienen en la producción, que se requieren generalmente en cierta proporción en toda empresa moderna y productiva, clasificados así: La tierra: En el sentido económico comprende los recursos naturales (hierro, carbón, petróleo, etc.), el capital: Existe en forma de bienes o de dinero, se constituye en un factor determinante para impulsar y desarrollar la gestión (maquinaria, edificios, muebles, etc.), y se considerados como el producto de la tierra y el la labor humana. El trabajo: Incluyen esfuerzos humanos ya sean físicos o intelectuales canalizados hacia el cumplimiento de los objetivos. Finalmente frente a las condiciones de la sociedad de la información, se tiene el conocimiento: Hoy en día constituye una de las fuerzas de mercado, pues quien lo posee adquiere fácilmente los tres anteriores. Como se observa, estos cuatro factores de producción son necesarios para mejores resultados en la organización, vale la pena destacar que frente a la sociedad contemporánea el conocimiento aplicado en la consecución de metas es determinante, más aún desde la perspectiva financiera que permite la preparación

²⁴ ARIAS, Alberto. Cese de las actividades de las PYMES en el área metropolitana de Cali (2000-2004): Un análisis de supervivencia empresarial” En: Cuadernos de administración No.35 Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá 2008. Javegraf. p251

y análisis de la información financiera, los estudios de financiamiento del proyecto y la determinación de fuentes y usos de recursos.

En este sentido, el de carácter financiero, el experto Oscar León García²⁵ manifiesta: “el objetivo básico financiero, está relacionado con el incremento del patrimonio de los accionistas. A su vez, este incremento se ha relacionado en los últimos años con un concepto de hoy por hoy es el eje conductor de las decisiones que se toman en las empresas. Ese concepto se denomina valor agregado.”

Generar información financiera, es disponer de una serie de elementos que sean aplicados al sistema contable y que a su vez se materializan en los procesos contables de las empresas sector litográfico de la ciudad de Pasto. En esta parte del proyecto se hace referencia a las finanzas. Se parte del hecho que las empresas son organismos complejos, influenciados por factores internos y externos, además, cuentan con recursos financieros y no financieros que hacen parte de los flujos de recursos que van desde la constitución de la empresa, pasando por el desarrollo del objeto social (compra, producción, venta) hasta obtener el resultado del ejercicio y redistribuir los bienes a los propietarios.

Este proceso de origen y aplicación de los recursos se conoce como finanzas. De ahí que las empresas implanten sistemas de control que además de servir como medio de información sean un mecanismo para planear sus actividades y a la vez instrumento eficaz para la toma de decisiones.

Tomar mejores decisiones implica desarrollar estrategias de aprendizaje y crecimiento que permitan la optimización de procesos con el fin de brindar productos de calidad para los clientes y además encontrar una rentabilidad sostenida, con el uso óptimo de recursos, para minimizar gastos y optimizar los ingresos. Estos elementos hacen parte del direccionamiento estratégico que de acuerdo con Humberto Serna “las organizaciones para crecer, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia dónde van, es decir, haber definido su direccionamiento estratégico”²⁶.

La implementación de sistemas de información financiera en las PYMES es otro de los aspectos que hacen crecer el negocio en el mercado, es una estrategia para generar información de calidad y con oportunidad. Según Norman Correa, ex presidente nacional de Acopi (Asociación Colombiana de pequeñas y medianas industrias, existen en el país más de 625.000 empresas en las cuales el manejo contable presenta debilidades, cuando afirma “admito que en las micro y pequeñas

²⁵ GARCIA, Oscar. Administración Financiera. Fundamentos y aplicaciones. Prensa Moderna Impresores. 2009. P5

²⁶ SERNA, Humberto. Gerencia estratégica. Décima edición. 3R Editores. Bogotá. 2008. P58

empresas cometemos el pecado, porque hay mucho desorden en la información contable.... Eso es clave para cualquier entidad financiera.²⁷

Retomando el tema del direccionamiento estratégico, se debe tener en cuenta que uno de sus propósitos, es obtener mejores niveles de rentabilidad, entendido éste como “la rentabilidad de una inversión determinada y expresada por la relación entre los resultados y los recursos empleados.”²⁸ La rentabilidad puede ser del capital, de la operación. La primera relaciona la utilidad con el capital invertido, mientras que la segunda determina la eficiencia económica del negocio al relacionar la utilidad con los activos totales.

Ahora bien, la gestión financiera, se debe enfocar a mejorar la rentabilidad del negocio y la generación de efectivo; obtener apropiados niveles de liquidez es fundamental para que la organización pueda cubrir oportunamente sus obligaciones en el corto y largo plazo y con ello disminuir los riesgos. La gestión financiera se debe enfocar además a administrar los riesgos financieros que se refieren a la posibilidad de tener pérdidas por altos niveles de endeudamiento y no alcanzar su punto de equilibrio.

Generar oportunidades, crear valor y mejorar los niveles de rentabilidad, son los propósitos de las organizaciones, para tal efecto, éstas deben materializar su misión y gestionar en forma eficiente y eficaz sus recursos financieros, es decir, hacer de la empresa un negocio atractivo, “Una empresa puede considerarse como un buen negocio y por lo tanto afirmarse que está cumpliendo su Objetivo Básico Financiero si genera un corriente de efectivo que le permita:

- Reponer el capital de trabajo
- Atender el servicio de la deuda
- Atender los requerimientos de inversión en reposición de activos fijos
- Repartir utilidades entre los socios de acuerdo con sus expectativas”²⁹

El empresario (sea a gran o pequeña escalad) del siglo XXI debe formarse dos sentidos. El primero tiene que ver con la gestión, la administración estratégica y en general las nuevas tendencias administrativas que aportan elementos clave para el logro de sus objetivos organizacionales; el segundo en la gerencia efectiva de los recursos financieros, de tal manera que se maximicen las utilidades, se construya valor y se mantengan apropiados niveles de liquidez para la inversión en capital neto de trabajo operativo y la inversión de activos fijos de la empresa.

²⁷ CORREA, Norman. Diario Portafolio. Casa editorial El Tiempo. Martes 6 de mayo de 2.008

²⁸ SALVIDAR, Antonio. Planeación Financiera de la empresa. CES impresores. México. 1999. P18

²⁹ GARCIA, Oscar. Administración Financiera. Fundamentos y aplicaciones. Prensa Moderna Impresores. 2009. P13

2.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación se presenta una serie de términos que permiten realizar una mejor interpretación conceptual y afianzan la interpretación de la información obtenida en el desarrollo de la presente investigación.

Informes financieros

Son los estados financieros básicos de una empresa, reglamentados por la normatividad contable y demás informes de carácter cuantitativo que reflejan los resultados y la posición financiera de un ente económico en determinado periodo. Los informes financieros, son el mejor apoyo para la toma de decisiones, de la calidad y confiabilidad de éstos, se proyecta un mejor futuro y viabilidad financiera de la organización.

Diagnostico financiero

“El diagnostico de los resultados obtenidos durante un periodo de operaciones comerciales representa la etapa final del ciclo de actividades que compete desarrollara la gerencia financiera. El diagnóstico cumple el propósito de valorar las realizaciones de la gerencia mediante la utilización de relaciones e instrumentos matemáticos que permiten visualizar las tendencias y la situación empresarial en un momento determinado en aspectos como la liquidez, el endeudamiento, la lucratividad, la eficiencia aplicada al empleo de factores productivos, la intensidad de uso de la capacidad instalada, la expansión de los negocios, la cobertura de los costos, el grado de respaldo de las deudas, el crecimiento de la inversión y el afianzamiento de la imagen corporativa.”³⁰

Es una análisis general de la salud financiera de una empresa, es decir descomponer aspectos contables y de financiamiento de la empresa para conocer su estado actual. Incluye el estudio de fortalezas y debilidades de la organización en cuanto a la administración de su liquidez y la construcción o destrucción de valor

Toma de decisiones

“Es el tercer uso estratégico de la información en la organización, una vez que, el tomador de la decisión ha comprendido los cambios y tiene un conocimiento para actuar, debe escoger entre las diferentes opciones que exista para dar salida a una situación y, es, en ese momento que se da lugar a la toma de decisión”³¹

³⁰ ORTIZ, Gómez Alberto. Gerencia financiera: Un enfoque estratégico. Edit. Mc Graw Hill. 1997. P 350

³¹ GONZALES, Patricia, et al. Una aproximación al modelo de toma de decisiones, usada por los gerentes de las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en Cali. En: Revista Contaduría. Universidad de Antioquia No.52. Edit. Uniantioquia. 2008. P 143

La toma de decisiones financieras implica la decisión es una elección entre dos o más alternativas posibles, dentro de la empresa. Los propietarios y/o directivos son los responsables de tomar la decisión, de acuerdo con las opciones posibles; así desde la óptica financiera, tomar una decisión implica proyectar niveles de endeudamiento y utilidad que sean apropiados para la empresa; se debe tener en cuenta el riesgo existente entre la decisión y los niveles de rentabilidad.

Estrategia

Desde la visión administrativa el concepto generalizado es el que se conoce como el “Modo en el que la empresa pretende ganar dinero a largo plazo”³², así mismo es definida como “la orientación de largo plazo que dan los altos directivos a su organización. Por tanto al hablar de estrategia se abarcan tres elementos importantes: el rumbo que se desea seguir, el carácter de largo plazo y la responsabilidad de quien fija la estrategia, la alta dirección.

Es primordial entender que la estrategia no está definida por la fijación de objetivos de largo, mediano o corto plazo (resulta necesario precisar que significan exactamente estos términos) sino por la duración de los efectos de las decisiones que toma la alta dirección, porque lo estratégico es el comprometimiento de los recursos vitales de la empresa para su sobrevivencia en el futuro.

Decisiones estratégicas.

Escoger entre varias alternativas, cuando las hay, hace pensar en la necesidad de recurrir a metodologías y modelos de análisis de decisiones estratégicas en las organizaciones, entendiendo estas como “aquellas decisiones que son difícilmente reversibles, usualmente no son replicables, implican riesgo, el lapso que transcurre entre el momento en que se toma la decisión y aquel en que se puede observar sus resultados es largo y finalmente, tiene un impacto importante en el futuro de la empresa”³³

Competitividad

Desde la perspectiva empresarial, es la capacidad para manejar el conocimiento, innovar y mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permita mantener y mejorar su posición competitiva en el mercado. Las empresas integran un conjunto de aspectos relacionados con la gestión del talento humano, la calidad, mejores niveles de rentabilidad y adecuada información financiera y no financiera para crear ventajas competitivas. De acuerdo con el Consejo Nacional de Política Económica Política y Social, (CONPES 2899 de 1997), la

³² JARILLO, José Carlos. Dirección Estratégica. Serie MC Graw Hill de Management. 1992. España. P35

³³ CASTILLO H, Mario. Toma de decisiones en la empresa: Entre el arte y la técnica. Facultad e Administración- Universidad de los Andes. Ediciones Uniandes.2008 P22

competitividad es El esfuerzo por crear una economía más competitiva debe ser el resultado de un trabajo integrado de las empresas y el estado, que tendrá especial competencia en el desarrollo de un espacio macroeconómico adecuado para la inversión, promover la competencia y desarrollar una adecuada estructura física y social, y de igual manera, superar las fallas del mercado en aspectos como el desarrollo tecnológico, medio ambiente y educación.

Estrategia competitiva

“Conjunto de acciones que una empresa pone en práctica para asegurarse una ventaja competitiva sostenible. Es obvio que obtener una ventaja competitiva no puede por definición, ser un asunto fácil, pues una ventaja competitiva es aquello que preserva los beneficios frente a los competidores, presentes o potenciales, y éstos están también a la búsqueda de su ventaja competitiva”³⁴

2.3 MARCO LEGAL - JURÍDICO

La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo. Específicamente, el artículo indica:

“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. [...]. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. [...]. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. [...]

Así mismo, en el Artículo 58 la Constitución Política hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público o social, y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria. El artículo establece: Se garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley por motivo de utilidad pública o interés social resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá dar paso al interés público o social. [...] El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad [...]

³⁴ JARILLO, José Carlos. Dirección Estratégica. Serie MC Graw Hill de Management. 1992. España. P35

La propiedad intelectual también es declarada por la Constitución en el Artículo 61, el que señala: “[...] el Estado protegerá la propiedad intelectual por tiempo y mediante las formalidades que establezca la Ley”. Esta sentencia es complementada con el numeral 24 del Artículo 150, que establece que compete al Congreso “[...] regular el régimen de propiedad industrial, patentes y marcas y las otras formas de propiedad intelectual [...]”, y con el Artículo 189, que dice: “[...] corresponde al Presidente de la República como Jefe de Estado, Jefe del Gobierno y Suprema Autoridad Administrativa conceder patente de privilegio temporal a los autores de invenciones o perfeccionamientos útiles, con arreglo a la Ley”.

2.3.1 Normatividad de las PYMES. La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley MIPYME. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales.

La ley establece la inclusión de las políticas y programas de promoción de pymes en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno. El Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006 es el primero que cumple con esta obligación. Al respecto se resalta la estrategia de promoción a las pymes con los objetivos: eliminación de las restricciones de acceso al financiamiento a menores costos, y diseño y desarrollo de instrumentos de apoyo integral⁴. Este plan da prioridad al apoyo financiero en cabeza.

De Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las pymes (FOMIPYME).

El acceso a los mercados financieros también es tratado por la Ley MIPYME, mediante el Artículo 6 de la Ley 35 de 1993, en el cual se fijan las normas para regular la actividad financiera, bursátil y aseguradora. En dicho artículo se faculta al gobierno nacional para determinar temporalmente la cuantía de recursos que el sistema financiero debe prestar o invertir en los diferentes sectores o actividades económicas. El espíritu de la ley es eliminar los obstáculos que impidan a las pymes acceder al mercado financiero institucional. También se autorizan a los Fondos de Pensiones para adquirir Títulos de Emisión Colectiva emitidos por grupos organizados de pymes.

La ley trata explícitamente la creación de empresas y autoriza al Fondo Nacional de Garantías (FNG) a destinar los recursos que el Artículo 51 de la Ley 550 de 1999, o ley de Intervención Económica y Reactivación Empresarial, debe destinar

a las pequeñas y medianas empresas. También obliga a los municipios y departamentos a establecer regímenes impositivos especiales con el fin de estimular la creación y fortalecimiento de las pymes, y la reducción de aportes parafiscales por la creación de pymes.

2.3.2 La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento. La Ley 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país “[...]5. Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país. A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad. Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales y la opción de hacer planes de negocios, a cambio del trabajo de grado.

El Estado establece sus obligaciones para posibilitar la protección y garantía de esta ley, entre los que se encuentran: buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Asimismo, promete buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito.

Su marco institucional está compuesto por las entidades adscritas a la Red Nacional de Emprendimiento entre las cuales se encuentran el Extraído de la Ley 1014 de 2006, Artículo 2. “Objeto de la ley”.

Política pública y creación de empresas en Colombia

Los delegados de la Red deberán ser permanentes. Para garantizar la efectividad de la ley, a nivel región, habrá una Red Regional para el Emprendimiento, entre cuyos delegados se podrán encontrar instituciones como la Gobernación Departamental, el SENA, la Cámara de Comercio y la alcaldía, entre otros.

Por medio de las redes será posible establecer mesas de trabajo y formular planes estratégicos para permitir el desarrollo integral y sostenido de la cultura de emprendimiento en el país. Como función importante de éstas, se plantearán instrumentos para examinar la calidad de los programas que se estén implementando. Se promoverán, a su vez, estudios de emprendimiento para conocer el nivel nacional y regional de creación, promoción y apoyo a las nacientes empresas.

2.3.3 Ley de Ciencia y Tecnología. La Ley 29 de 1990, llamada Ley de Ciencia y Tecnología, es el marco que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico. Es la ley soporte del establecimiento de incubadoras de empresas y de parques tecnológicos en Colombia. La ley señala el marco dentro del cual el Estado y sus entidades se pueden asociar con particulares en “actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnología”.

La Ley de Ciencia y Tecnología es desarrollada mediante los decretos 393, 591 y 585 de 1991, que reglamentan las modalidades de asociación y los tipos de proyectos que pueden ser incluidos como actividades científicas y tecnológicas. Específicamente se afirma que son objeto de la ley los “[...] proyectos de innovación que incorporen tecnología, creación, generación, apropiación y adaptación de la misma, así como la creación y el apoyo a incubadoras de empresas de base tecnológica [...]”. El Decreto 393 dicta las normas sobre asociación; el 591 regula los tipos de contratos que generen las asociaciones; y el 585 crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, y señala al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología como organismo de dirección y coordinación, y como asesor principal del gobierno nacional en lo que respecta al desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Con relación a las Pymes (CONPES 3484), se encuentra como característica fundamental que la gran mayoría se dedica a “una gran variedad de actividades del sector servicios (59.2%). El comercio y la industria le siguen en importancia similar con 21.5% y 19.3%, respectivamente”³⁵.

Los documentos oficiales estiman que un alto porcentaje de estas ejecuta prácticas empresariales informales, por el costo elevado que representa operar formalmente, son múltiples los trámites, a pesar de que mediante la implementación de Centros de Atención Empresarial en las Cámaras de Comercio se ha reducido muchos trámites, y la preocupación persiste en el ámbito de los impuestos y las responsabilidades laborales.

El documento advierte que las características que limitan su desarrollo son: “i) su baja capacidad de innovación, ii) el bajo uso de tecnologías de información y comunicaciones (TIC), iii) el limitado acceso al financiamiento adecuado, iv) los problemas para la comercialización de sus productos y la obtención de insumos, y v) la limitada participación en el mercado de la contratación pública”.

³⁵ Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Departamento Nacional de Planeación DNP. Documento CONPES 3484. 2007. Pág. 6.

Ley 1150 de 2007. Mediante la cual se reforma la contratación pública, establece varias modificaciones que permiten ampliar las oportunidades de participación para Mipymes y Pymes, entre ellas se presentan:

- La exigencia de requisitos para participar en los procesos de selección adecuados y proporcionales a la naturaleza del contrato a suscribir y a su valor. Art. 5. Selección objetiva.
- La reserva de procesos de selección cuya cuantía no supere los 750 salarios mínimos para esos segmentos empresariales. Art 12. De la promoción del desarrollo.
- La posibilidad de subcontratación preferente de las Microempresas y las Pymes en las contrataciones. Art 12. De la promoción del desarrollo. Par. 2do
- El establecimiento de líneas de crédito blando para la generación de capacidad financiera y de organización de los proponentes asociados en Microempresas y en Pymes. Art 12. De la promoción del desarrollo. Par. 2do
- La eliminación del cobro del valor de pliegos de condiciones o términos de referencia. Art 2.Par 4to.

Las disposiciones normativas que regulan las actividades comerciales, industriales y de servicios en las PYMES colombianas se encuentran dadas por la Ley 905 de 2.004, la clasificación se presenta (Cuadro.1) por el número de trabajadores vinculados y el valor de activos vinculados a la organización.

Cuadro 1. Clasificación de las PYMES colombianas

Clasificación	No. De Trabajadores	Valor de activos en SMMLV
Micro empresa	No superior a 10 Trabajadores	Inferior a 500, excluida la vivienda.
Pequeñas empresas	11 a 50 Trabajadores	Entre 501 hasta 5000
Medianas empresas	51 a 200 Trabajadores	Entre 5001 hasta 30000
Grandes empresas	Más de 200 Trabajadores	Más de 30000

Fuente: Esta Investigación a partir de la Ley 905 de 2.004. Congreso de la República.

Como se observa, organizaciones que serán objeto de estudio, además de las vinculadas a Acopi, regional Nariño, son micro y pequeñas empresas del sector litográfico.

Por otra parte, se toman los aspectos relacionados con la contabilidad, por cuanto el trabajo se proyecta desde los elementos contables y financieros.

2.3.4 Visión regulativa de la Contabilidad. En el sentido estrictamente económico y social, las organizaciones, para controlar sus recursos financieros, materiales y no materiales se valen de la Contabilidad con el fin de contar con una adecuada información que registre la forma como se han originado los recursos y a su vez la forma que se han aplicado dichos recursos, optimizando el desarrollo del objeto social.

Un modelo contable se estructura sobre la base de tres conceptos: el capital a mantener, la unidad de medida y los criterios de medición. Cada uno de ellos refleja una realidad patrimonial, financiera y económica de una organización en sus estados contables, que para el caso de Colombia se representa por la regulación contable de carácter público, por cuanto es el Estado el encargado de normalizar la contabilidad, y de esta manera “Colombia es un Estado de Derecho. La Constitución Política es la norma suprema, ninguna norma puede ser contraria al espíritu de la constitución de lo contrario sería declarada inexecutable.

La reglamentación contable pública del modelo contable colombiano, , en ejercicio de la facultad constitucional que tiene el Presidente de la República para reglamentar las leyes, fue expedido el 29 de diciembre de 1993 el Decreto 2649, por medio del cual se fijan los principios y normas contables generalmente aceptados en Colombia. El decreto reúne en un solo cuerpo las normas en materia de contabilidad mercantil. La estructura del decreto reglamentario 2649 de 1993 se divide en cuatro títulos. A su vez, los títulos se dividen en capítulos y éstos en secciones.

Así mismo, existe el Decreto Reglamentario 2650 de 1.993 que estructura el Plan único de cuentas, conocido como PUC, en donde se presenta una serie de cuentas para la identificación y clasificación de partidas de balance, estado de resultados, estados de cambios en el patrimonio y estado de flujos de efectivo. La regulación contable busca garantizar que todos los hechos económicos se reconocen y se transmiten correctamente a los usuarios de la información tal como se indica en el cuadro 2.

Cuadro 2. Componentes del marco regulativo de la contabilidad en Colombia

Objetivos y cualidades de la información ----	Marco Conceptual
Reconocimiento de los hechos económicos	---- Identificar, registrar
Clasificación	---- Verificación de afirmaciones
Estados financieros y sus elementos	---- Estructura y presentación
Registro de libros	---- Comprobantes y soportes

Fuente: Elaboración a partir del Decreto 2649 de 1990

Estos elementos se configuran en los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (P.C.G.A.) que se integran en el conjunto de postulados, conceptos y limitaciones, que fundamentan y circunscriben la información de la Contabilidad financiera para que esta sea comprensible, clara y confiable.

Entonces, la Contabilidad financiera, se constituye en información estratégica para la asignación de costos, la fijación de precios y con esto proyectar decisiones para participar con éxito en el mercado; es decir, suministrar a la administración los datos necesarios para una mejor marcha de los negocios, que sea la piedra angular de precios, costos y rentabilidad. Estos componentes se establecen en los Estados Financieros (Artículos 19 al 27 del Decreto 2649 de 1993. Vale la pena hacen mención al Estados de Cambios en la posición financiera y el estado de flujos de efectivo que posibilitan la gestión financiera de las PYMES. “El Estado de Cambios en la Situación Financiera y el Estado de Flujos de Efectivo, son herramientas de análisis conjuntas que se emplean para analizar el movimiento de recursos de una empresa y que en compañía del Flujo de Caja libre y el Presupuesto de Efectivo, se convierten en un cuarteto cuya primera impresión es que dicen lo mismo o que son redundantes, pero que profundizando en su estudio posibilitan la gestión de recursos de una manera más acertada”³⁶

2.4 MARCO CONTEXTUAL

“El Municipio de Pasto está situado en el sur occidente de Colombia, en medio de la cordillera de los Andes en el macizo montañoso denominado nudo de los Pastos y la ciudad está situada en el denominado Valle de Atriz (Valle de Atures), al pie del Volcán Galeras.”³⁷

“El territorio municipal ocupa un espacio de 1.181 Km² de superficie aproximadamente y el área urbana es de 26.4 Km². Hunde su ancestro común en el inmenso territorio que se llamó Huntullacta, tierra de los mayores, tierra grande en lengua quechua.”³⁷

“La ciudad ha sido centro administrativo, cultural y religioso de la región desde la época de la colonia, cuando fue fundada en 1537 por Sebastián de Belalcazar y la llamó la Villa de Pasto. El día 17 de junio de 1559, le fueron concedidos los títulos de ciudad y otorgado el escudo de armas, en dos cédulas reales distintas firmadas en Valladolid por la princesa Doña Juana, hermana del rey Don Felipe II.”³⁷

“Los datos correspondientes al Censo General realizado por el DANE, indican que para junio de 2005, el municipio de Pasto contaba con 382.612 habitantes y las

³⁶ ORTIZ, Héctor. Análisis Financiero aplicado. Universidad Externado de Colombia. Sigma Editores. 2004. Bogotá. Pág. 32.

cifras proyectadas sugieren un crecimiento, el cual arroja para el año 2010 un total de 411.137 habitantes.”³⁷

El mismo censo indicó que con relación a la actividad económica, el municipio contaba con 2547 organizaciones empresariales dedicadas a la industria, 12876 dedicadas a la actividad comercial, 6646 dedicadas a los servicios y 943 dedicadas a otras actividades. Esta ciudad se ha caracterizado por su dedicación a la actividad comercial, tal vez por encontrarse ubicada estratégicamente en la zona andina y desde donde se coordina actividades hacia la zona de la costa pacífica, el vecino país del Ecuador y el departamento del Putumayo.

Para la misma fecha se reportó un total de 96 casos de empresas dedicadas a la actividad litográfica, este dato comparado con el censo de ACOPI del último año, indica que el sector ha tenido un crecimiento promedio de una empresa por año dedicada a esta actividad.

El plan de desarrollo municipal de Pasto 2008-2011, “Queremos mas-podemos más”, establece que Nariño no es un municipio competitivo de acuerdo con el estudio realizado por la CEPAL en el año 2004, lo que indicó la necesidad de trabajar en la formulación de políticas de competitividad y establecimiento de sinergias para superar esta situación.

Es por ello que se encontró la posibilidad desde la academia para contribuir en el desarrollo, enfocándose principalmente en las empresas, por cuanto “Una de las bases del bienestar económico de la población se encuentra sustentada en la existencia de micro, pequeñas y medianas empresas que generan un considerable porcentaje de las oportunidades laborales, estas se tropiezan con una deficiente infraestructura que impide incluirse exitosamente en el escenario globalizado vigente, una debilidad manifiesta en la capacitación del recurso humano hacia habilidades laborales específicas (educación pertinente), incipientes actitudes de emprendimiento y asociatividad, una fuerte carga tributaria y parafiscal, la indecisión inherente a la zona de frontera que limitan la formalización, el pánico económico recurrente o al menos la incertidumbre latente que se ha generado al conocerse la reactivación del Volcán Galeras en los últimos veinte años; todo lo anterior presenta un panorama adverso para el desarrollo de nuestra región”³⁷.

De esta manera en lo pertinente al sector empresarial el plan contempla la necesidad de trabajar en “el tema de cultura empresarial y asociatividad, se fortalecerá la Agencia de Desarrollo Local, la incubadora de empresas y el parque tecnológico como entidades de apoyo y gestión de empresas generadoras de desarrollo y tecnología, potenciar las bases para el Parquesoft”³⁸.

³⁷ ALCALDIA MUNICIPAL DE PASTO, Plan de Desarrollo Municipal “Queremos más-podemos más”. Consejo Municipal de Pasto. Mayo de 2008.

³⁸ *Ibíd.*

En este sentido se prevé un trabajo arduo en torno a la consolidación de las pequeñas industrias en la ciudad, quienes requieren el apoyo desde la academia y los gremios en función de fortalecer y flexibilizar su dinámica productiva y de competencia, aspectos que permitirán garantizar su sostenibilidad en un mercado cada vez más competitivo.

Las Artes Gráficas en la Ciudad de San Juan de Pasto³⁹.

En la ciudad de San Juan de Pasto se encuentran ubicadas 114 empresas del sector de Artes Gráficas de las cuales 86 empresas se encuentran registradas ante Cámara de Comercio de Pasto.

La mayoría de las empresas cuentan con no más de 10 empleados, es decir 96% de ellas son microempresas, mientras que el 4% restante corresponde a pequeñas empresas. Aunque pareciera que no existe una contribución significativa por empresa en la generación de empleo, se ha encontrado que el sector de Artes Gráficas estaría aportando a la ciudad 378 empleos directos aproximadamente. Valga aclarar que el presente estudio se realiza en las empresas afiliadas a la Cámara de Comercio.

La tercera parte del total de las empresas en la ciudad de San Juan de Pasto tiene menos de 5 años en el mercado regional, lo que indica que el sector es atractivo y permite a los empresarios adaptarse a las tendencias futuras, en su mayoría proyectan brindar servicios de impresión con mayor cobertura tales como diseño y digitalización, entre otras.

³⁹ ACOPI. Mimeógrafos. UDENAR. FACEA. Diagnóstico de la competitividad del sector litográfico en San Juan de Pasto. 2009.

3. ASPECTOS METODOLOGICOS

3.1 METODOLOGIA

La presente investigación es de carácter aplicado o también denominada activa o dinámica, según los lineamientos de Tamayo y Tamayo⁴⁰, Es el estudio y aplicación de la investigación a problemas concretos, en circunstancias concretas, que para este caso corresponde al análisis de la gestión de la información financiera de las pymes litográficas de Pasto.

El tipo de Investigación aplicado es descriptivo. La investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. Trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es presentar una interpretación correcta. Los estudios de carácter descriptivo identifican características del universo de investigación, señalan formas de conducta y actitudes del universo investigado, establecen comportamientos concretos, este tipo de estudios acuden a técnicas específicas en la recolección de información, como las encuestas, que serán aplicados a directivos de las pymes litográficas de Pasto.

El paradigma es cuantitativo porque las variables objeto de estudio son medibles, evaluables y cuantificables, además se trabaja con encuestas.

El enfoque es empírico analítico, por que se basa en la experiencia y analiza la información para proyectar soluciones sobre el manejo de la información financiera para una mejor toma de decisiones y la proyección financiera de las Mipymes litográficas de Pasto.

Método Inductivo - Deductivo: Inductivo por cuanto va de lo particular a lo general y Deductivo por cuanto analiza el entorno y se lo llevan al impacto que tiene sobre el manejo financiero en los aspectos administrativos y la proyección gerencial de las pymes litográficas de Pasto.

Las fuentes de recolección de información serán primarias y secundarias.

Fuentes Primarias: Toda investigación se basa en hechos, los cuales han de ser detectados, experimentados e interpretados objetivamente para garantizar el resultado de la investigación. Se efectuarán encuestas a gerentes y propietarios de las pymes litográficas de Pasto. (Anexo 1) Además de entrevistas a directivos de ACOPI (Anexo 2).

⁴⁰ TAMAYO Y TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. Cuarta Edición. Editorial Limusa. México 2003

Fuentes Secundarias: Se recurre a la consulta de material didáctico (tesis de grado, libros, monografías, estudios, revistas, etc.) alusivo al manejo financiero; además de Información obtenida en bibliotecas, internet y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales de la última década (Cámara de Comercio, ACOPI, etc.).

3.2 POBLACION Y MUESTRA

Población: está constituida por la totalidad de los individuos que son objeto de estudio en la presente investigación y que está representada, por gerentes y propietarios de las empresas litográficas objeto de estudio. De manera específica, de acuerdo con las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Pasto, a mayo de 2010 existen 86 de carácter litográfico.

Muestra: El estudio requiere de una muestra estadística para poblaciones finitas.

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

En la cual:

N = Población

Z = Número de unidades que acompañan al error estándar : 1,96

E = Error estimado por los investigadores : 0.05

S = Desviación estándar de la población (conocida o estimada en anteriores estudios o de una prueba piloto)

n = Resultado obtenido

Tamaño muestral

n = 15

3.3 TECNICA DE ANALISIS DE INFORMACION

Se realizará mediante la tabulación de las encuestas, que serán representadas gráfica y porcentualmente; así mismo, se realizará la interpretación y análisis de las respuestas, argumentando con las bases teóricas consultadas en el marco referencial.

Para la interpretación de las entrevistas se recurrirá a la matriz de triangulación de la información, la cual permite identificar las principales ideas de las respuestas obtenidas de los expertos entrevistados, acompañado por el análisis que será realizado por los investigadores del presente estudio.

3.4 COBERTURA TEMPORAL

Los años que se han escogido para el desarrollo de este proyecto investigativo son 2009 y 2010; dado que a la fecha y según la normativa colombiana las empresas ya han presentado ante los distintos estamentos públicos y privados, sus resultados oficiales de los perdidos contables anteriormente anotados, en lo referente a declaraciones tributarias y estados financieros.

3.5 COBERTURA ESPACIAL

El trabajo se desarrollara principalmente sobre las empresas localizadas en el municipio de Pasto; dado a que en este municipio se encuentra el mayor número de pymes litográficas del departamento de Nariño y además tiene sede los principales gremios que las agrupan y representa.

4. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1 CRONOGRAMA

Las actividades se han programadas para el término de cuatro meses aproximadamente, en el cuadro se observa la programación de las tareas

AÑO 2011		MESES														
ACTIVIDADES		Sept.			Oct.			Nov.			Dic.					
1	Asesoría de investigación	■	■	■	■											
2	Elaboración de la propuesta	■	■	■	■											
3	Construcción del proyecto					■	■									
4	Autorización Institucional															
5	Trabajo de campo							■								
	- Recolección de información															
	- Sistematización								■							
	- Análisis de la información									■						
6	Elaboración del informe de avance										■					
7	Socialización con asesor											■				
8	Correcciones y ajustes												■	■		
9	Entrega informe final														■	
10	Socialización final del trabajo de grado															■

4.2 RECURSOS A EMPLEAR

Los recursos a emplear para el desarrollo del presente trabajo son:

- Computador portátil.
- Modem de internet.
- Teléfono fijo.
- Teléfono celular.

- Elementos de oficina.
- Registro Cámara de Comercio y Acopi.

4.3 PRESUPUESTO

Los ingresos con que se cuenta y los gastos en que se incurrirá para el desarrollo de la presente investigación serán asumidos en su totalidad por el investigador:

INGRESOS		VALOR
CONCEPTOS		
Aporte de recursos personales		\$ 4.900.000
TOTAL INGRESOS		\$4. 900.000
GASTOS		
Tiempo del Investigador por los cuatro meses		\$4.000.000
Transportes		\$ 100.000
Textos y demás útiles		\$ 300.000
Papelería		\$ 200.000
Fotocopias		\$ 50.000
Servicio de Internet		\$ 150.000
Imprevistos		\$ 100.000
TOTAL GASTOS		\$ 4.900.000
TOTAL INGRESOS MENOS GASTOS		\$ 0

5. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR LITOGRAFICO

El sector litográfico de Pasto, hace parte del grupo de Mipymes que la Cámara de Comercio de la localidad registra dentro de la categoría *otros servicios*. Las Medianas y pequeñas empresas representan el 5,6% de un total de 10406 establecimientos de comercio incorporados al registro mercantil de su jurisdicción para el año 2011.

Por su parte, en Colombia “las Mipymes representan el 96,4 % de los establecimientos empresariales, y generan el 80,8 % del empleo del país, con presencia en los diferentes sectores productivos.”⁴¹. lo anterior demuestra la importante participación de la PYME en el aparato productivo nacional. Las empresas litográficas objeto de estudio y que hacen parte de este grupo son reconocidas por su aporte al desarrollo económico y al empleo de la ciudad.

La descripción y análisis de datos, corresponde a la información suministrada por una muestra de 15 microempresarios. A continuación se presentan las principales características de estos negocios:

Tabla 1. Tipo de empresa

Tipo de empresa	Frecuencia	%
Persona natural	13	87
Persona jurídica	2	13
TOTALES	15	100

Fuente: Esta Investigación

De acuerdo con la muestra, el 87% de las empresas del sector corresponden a personas naturales y el 13% a personas jurídicas, esta composición es similar en la totalidad de empresas de los diferentes sectores de la economía de Pasto y del Departamento de Nariño. “De acuerdo a la naturaleza jurídica durante el año 2010, los empresarios optaron por constituirse principalmente como persona natural (92,6%) y Sociedad Limitada (4,0%)”⁴²

⁴¹ DANE. Censo Económico 1990 y 2005. Cálculos CDM y DNP-DDE. Citado por CONPES 3484. 2007.P. 3.

⁴² Cámara de Comercio de Pasto. Anuario estadístico 2009.

Tabla 2. Número de años en el mercado

Número de años en el mercado	Frecuencia	%
De 1 a 9 años	6	40
De 10 a 20 años	6	40
De 20 a 39 años	2	13
Más de 40 años	1	7
TOTALES	15	100

Fuente: Esta Investigación

Gráfico 1.



Las empresas del sector son relativamente jóvenes, con el desarrollo de la investigación se encuentra que tan solo una supera los cuarenta años de existencia. El 40% no superan los diez años de antigüedad, y otro 40% se ubican en el rango de los veinte años. Muy pocas empresas del sector son de tradición, y han logrado posicionarse en el mercado, destacándose como las más grandes en su ramo, con mejores condiciones administrativas, organizacionales y financieras.

Varios informes de diferentes cámaras de comercio del país datan la cantidad de empresas que anualmente nacen pero que de igual modo se liquidan. Este es un fenómeno inevitable y relevante para el estudio por cuanto permitió constatar las consecuencias de la mala toma de decisiones financieras.

Los resultados de las investigaciones de la Cámara de Comercio de Pasto reportan para el año 2010 un total de 268 nuevos registros de establecimientos comerciales

incluidas las sociedades anónimas y limitadas, de igual forma una cancelación de un total de 4,5 registros mensuales, los resultados fueron similares para la vigencia 2009. Lo anterior denota una tasa considerable en “mortalidad” empresarial en la ciudad.

En ciudades del interior del país, el número de empresas que cierran sus puertas al público también es alto, según la Cámara de Comercio de Bogotá “mensualmente se liquidan en promedio el 16% de las empresas constituidas y de 100 empresas creadas, al cabo de cinco años, solo dos permanecen y las que logran sobrevivir tienen un camino empedrado”⁴³

Tabla 3. Número de años en el mercado en relación con el tipo de políticas financieras.

Políticas en cuanto a:	Número de años en el mercado							
	De 1 a 9	%	De 10 a 20	%	De 20 a 39	%	Más de 40	%
Liquidez y efectivo								
Cartera								
Inventarios								
Cuentas por pagar							1	6,7
Renovación de equipos								
Líquides, cartera, inventarios y cuentas por pagar excepto renovación de maquinaria	4	26,7			2	13,3	2	13,3
No se toman, no existen políticas			6	40,0				
TOTAL	4		6		2		3	15

Fuente: Esta Investigación

Con el desarrollo de la anterior tabla se buscó encontrar la relación entre el número de años en el mercado y las buenas prácticas financieras, se infiere que la variable permanencia está asociada como factor de sostenibilidad y como consecuencia de las decisiones financieras pasadas para las micro-empresas.

Con relación a las políticas que fundamentan las decisiones adoptadas, se estableció que aquellas que han logrado posicionarse, el 13,3 %, inclina las decisiones hacia el capital de trabajo, el 6,7% a decisiones de financiamiento y ninguna a decisiones de inversión en cuanto a maquinaria se refiere.

En este sentido, las organizaciones independientemente de los años de permanencia en el mercado, le dan poca importancia a las políticas para la toma de decisiones de inversión en equipos y maquinaria. Aquellas que tienen menos años en el mercado, el 26,7%, centran su atención en decisiones de capital de

⁴³ Revista Gerente. No 151. Grupo Colombia Gerente S.A. P. 66. Agosto de 2010.

trabajo operativo y las que pasan de 10 años no han definido sus políticas y no les preocupa la toma de decisiones en los temas señalados.

Lo anterior indica que para los propietarios, la administración eficiente del capital de trabajo es una de las decisiones esenciales y que de acuerdo a su manejo se determina la sobrevivencia de la organización, estas se refieren a las decisiones sobre activos y pasivos de corto plazo; además el capital de trabajo es una de las principales dificultades financieras a las que se enfrenta este tipo de organización.

Por el contrario, el tema crítico y sobre el cual no definen los pasos a seguir se relaciona con la renovación de maquinaria, situación que puede ubicar a las empresas en un clima de incertidumbre, en especial cuando el avance tecnológico a nivel internacional se caracteriza por su constante evolución otorgando a las empresas mejores condiciones en términos de cantidad y calidad de los productos.

Tabla 4. Número de empleados

<i>Número de empleados</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
<i>De 1 a 9</i>	11	73
<i>De 10 a 49</i>	4	27
<i>Más de 50</i>	0	0
<i>TOTALES</i>	15	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 2.



Los empleos generados por las empresas del sector litográfico se reducen al mínimo necesario para operar la maquinaria y equipo de impresión y litografía.

La mayoría de empresas no cuenta con personal capacitado en funciones trascendentales en la industria como la de diseño, prescinden de la contratación permanente de profesionales, prefieren contratar por obra y eliminar en lo posible la carga laboral.

Además se han constituido varios establecimientos que ofrecen servicios de edición y que son propiedad de profesionales dedicados al diseño gráfico. De acuerdo con el anuario de la Cámara de Comercio el sector litográfico aporta, aunque en menor escala, a la generación de empleo.

El sector micro concentra buena parte de la fuerza laboral "...un análisis de los empleos generados en los establecimientos de comercio en el municipio de Pasto por sector económico y tamaño, se puede observar que durante el año 2009, el 96% se concentró en las microempresas, seguida por la pequeña empresa con un 16,6% y la mediana y gran empresa con una participación de 8,22% y 5,9% respectivamente."⁴⁴.

El sector litográfico condiciona su capacidad de generación de empleo en dos variables: la primera ligada a la necesidad de contar con conocimientos técnicos especializados en cuanto a la operación de los equipos, actividad que se aprende por transmisión de conocimientos entre generaciones por tratarse de empresas familiares y la segunda reside en que las pequeñas empresas concentran su atención en el desempeño de la producción y restringen su atención hacia la comercialización. Los gastos de mano de obra indirecta asumidos de manera permanente afectan los costos de producción y esto hace que la contratación para otras funciones como la investigación y desarrollo, diseño, comercialización y mantenimiento entre otras, sean indirectas, por temporadas o por obra.

5.2 ANÁLISIS SOBRE LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA Y LA TOMA DE DECISIONES.

En este aparte se destaca en términos cuantitativos, la capacidad de generación de información contable por parte de las empresas y se infiere la importancia que los propietarios o administrativos otorgan a la misma, así como su incidencia en la competitividad.

⁴⁴ Anuario Estadístico 2009. Cámara de Comercio de Pasto. P. 21.

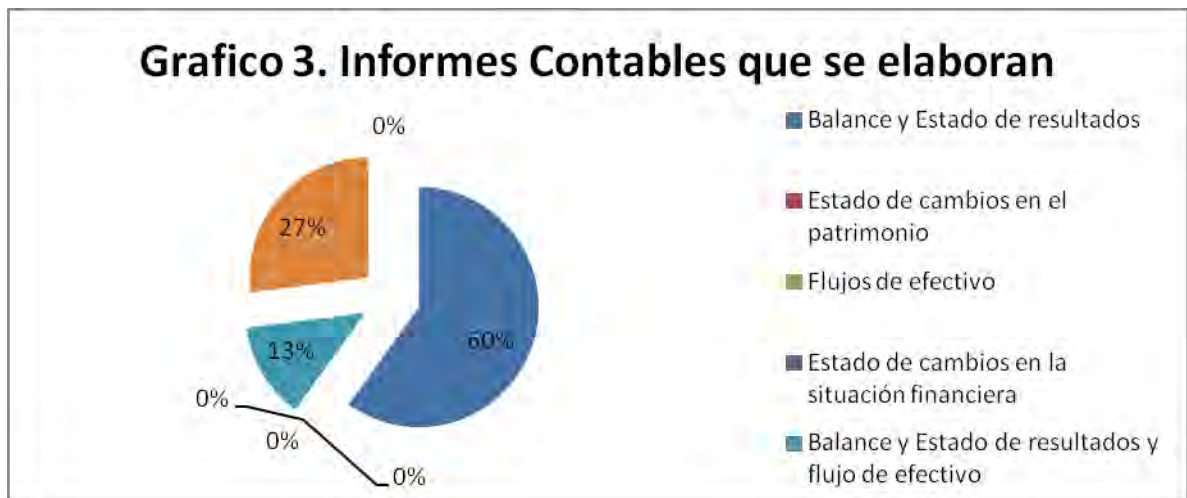
5.2.1 Generación de información contable y financiera

Tabla 5. Informes contables que se elaboran.

Detalle	Frecuencia	%
Balance y Estado de resultados	9	60
Estado de cambios en el patrimonio	0	0
Flujos de efectivo	0	0
Estado de cambios en la situación financiera	0	0
Balance y Estado de resultados y flujo de efectivo	2	13
Todos los anteriores	4	27
Otro Cual	0	0
TOTALES	15	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 3.



Al tabular la información se encontró que el 60% de las empresas elaboran el Balance y el Estado de Resultados, dos de los informes contables básicos establecidos en el reglamento general de contabilidad (Dec. 2649 de 1993); dos de ellas, es decir el 13%, elaboran adicionalmente el flujo de efectivo y tan solo 4 correspondiente al 27% del total, obtienen todos los estados financieros reglamentarios.

De lo anterior se deduce que los microempresarios locales no le otorgan importancia al producir información contable y menos aun comprenden su relación con la sostenibilidad. Su interés se reduce a la revelación de información a través de dos estados financieros, asunto que no permite conocer con mayor detalle la situación de la empresa y dejar al azar las decisiones de carácter financiero.

El Contador Público Ricardo Vásquez Bernal, realiza una crítica a las condiciones regulativas y fiscales que hacen que en el mejor de los casos se produzca información para beneficio interno, es decir para el uso exclusivo por parte del propietario. Refiriéndose al caso particular del sector informal; situación que identifica el estado de muchos de los pequeños talleres familiares, que sin encontrarse inmersos en la ilegalidad, adolecen de un adecuado sistema de información, señala: “

El sector informal, por ejemplo, que en una economía como la nuestra es profundamente significativo, ha entendido que es más beneficioso no generar información, no solo por los costos de hacerlo, sino por cuanto traerá efectos por el pago de impuestos y el sometimiento al control⁴⁵. Se ha encontrado incluso que para efectos de favorecer la competencia y lograr la firma de contratos, algunos empresarios decidieron constituir más de una razón social, con el propósito de cumplir con los requisitos establecidos en los pliegos de condiciones de las licitaciones estatales. Sin embargo el gobierno nacional expidió la Ley 1150 del año 2007, a través de la cual obliga a establecer condiciones en los pliegos que permitan la participación y escogencia de Mipymes de la localidad, departamento o región, siempre y cuando cumplan con ciertos requisitos allí establecidos.

Artículo 12. DE LA PROMOCIÓN DEL DESARROLLO. En los pliegos de condiciones las entidades estatales sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública, dispondrán en las condiciones que señale el reglamento, de mecanismos que fomenten en la ejecución de los contratos estatales la provisión de obras, bienes, servicios y mano de obra locales o departamentales, siempre que se garanticen las condiciones de calidad y cumplimiento del objeto contractual.⁴⁶

Tabla 6. Informes financieros que se elaboran.

Detalle	Frecuencia	%
EVA	0	0
FCL	2	13
Indicadores financieros	2	13
Todos los anteriores	0	0
Ninguno de los anteriores	11	73
Otro Cual	0	0
TOTALES	15	100

Fuente: Esta Investigación

⁴⁵ VÁSQUEZ, Bernal Ricardo. Impacto de la información financiera en la competitividad. Ámbito Jurídico. No 307. Opinión. Octubre de 2010. P 14.

⁴⁶ CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1150 de 2007. Disponible en: www.secretariassenado.gov.co/senado/

Grafico 4.



Con relación a los informes financieros elaborados en las empresas objeto del estudio, se encontró que solo el flujo de caja libre y los indicadores financieros hacen parte del soporte en cuanto a la toma de decisiones, sin embargo el nivel de generación de información sigue siendo bajo, solo un 26% de las empresas encuestadas manifiestan producir este tipo de información.

Se confirma entonces el poco interés no solo por los estados financieros sino también por los informes financieros complementarios. Las decisiones al parecer se toman teniendo en cuenta otros factores o variables, en varios casos se encuentra que los propietarios recurren a información extracontable elaborada por ejemplo en hojas de cálculo. La contabilidad se establece y los informes se realizan con fines de carácter regulativo o con fines de cálculo global de la producción y sus márgenes de ganancia. Para los litógrafos la rentabilidad operacional es incierta y el interés se centra en la rentabilidad líquida y su impacto en la liquidación de impuestos.

Tabla 7. Propósito de la producción de estados financieros

Detalle	Frecuencia	%
Información para toma de decisiones administrativas	2	29
Decisiones de inversión y administración de trabajo y financiamiento	1	14
De cumplimiento de normas legales, contables y fiscales	3	43
Otras	1	14
TOTALES	7	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 3.



Existe una relación entre la producción de estados e informes financieros y los propósitos. Se encuentra que solo un 29% de las decisiones que apoyan los estados e informes contables y financieros corresponden a decisiones de carácter administrativo, un 14% corresponden a decisiones de financiamiento, y la mayor parte, un 43%, hacen énfasis en el cumplimiento de normas legales (contables y fiscales).

El nuevo marco regulativo de convergencia contable establecido por la Ley 1314 de 2009, indica que se debe tener en cuenta la transparencia en los reportes financieros, por cuanto la normatividad vigente en ésta materia se sujeta más a reglas fiscales. En ella se indica también el efecto negativo del actual sistema como una pérdida de oportunidades frente al mercado local e internacional de crédito e inversión, cuya consecuencia inmediata es la falta de competitividad y un impacto estructural para el empleo y el desarrollo económico.

Tabla 8. Fuente de recursos de financiamiento

Detalle	Frecuencia	%
Recursos aportados por los socios	0	0
Recursos financiados por bancos	6	40
Recursos generados por la empresa	6	40
Recursos familiares	3	20
Otra Cual	0	0
TOTALES	15	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 6.



Los recursos de financiamiento de las empresas por tratarse de personas naturales y empresas familiares, son producto de la capitalización de las utilidades.

Con el desarrollo de la investigación se encontró que en un 40% los recursos de financiación son generados por las actividades propias del establecimiento, otro porcentaje igual, indican ser financiados por terceros. Tan solo el 20% financian su actividad con recursos familiares. Lo que se justifica en que las inversiones en maquinaria para este tipo de industria son muy altas, de acuerdo con la información obtenida en las encuestas, los activos representados en maquinaria y equipos litográficos de los talleres oscilan entre 500 y 1000 millones de pesos.

La investigación muestra que varios empresarios recurren a financiamiento con particulares, aspecto que implica asumir una deuda de alto costo; las tasas de interés de este sistema oscilan entre 3 y 3,5 % mensual y superan ampliamente las tasas del mercado financiero que oscilan entre el 1 y 2%⁴⁷, los pequeños empresarios recurren a este tipo de financiamiento que generalmente se destina a capital de trabajo, de esta forma evitan la “tramitomanía”. El crédito solicitado a particulares permite un sistema de amortización bajo la modalidad de amortizan diaria, semanal o mensualmente.⁴⁸

Sólo el 40 % de las organizaciones piden financiamientos a Instituciones Bancarias debido al temor y a la cantidad de requisitos que deben cumplir, las tasas de

⁴⁷ La TRM para el mes de Octubre de 2010 es 1,8%. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/>

⁴⁸ La forma de financiamiento “Gota a Gota” hace parte de la costumbre de pequeños tenderos en Pasto. Sin embargo otros estudios también dan cuenta de este fenómeno en otras ciudades, por ejemplo el denominado: Caracterización de los propietarios de micro establecimientos de comercio abierto en la ciudad de Bogotá realizado por VALBUENA, Sandra y Otros.. Docente de la Fundación Universitaria Panamericana. No 26. 2010.

interés no les convienen y en ocasiones tienen que vencer procesos burocráticos que no permiten el acceso al crédito a la mayoría de las pequeñas empresas.

“El miedo al endeudamiento es frecuente en los pequeños y medianos empresarios. La mayoría de ellos, solo trabajan con una visión cortoplacista, sin pensar en invertir en tecnología, talento humano o infraestructura y esa falta de claridad sobre el futuro que se quiere para la compañía impide la continuidad de la empresa a las nuevas generaciones”⁴⁹

Aquellos que recurren a financiación de capital familiar, lo destinan a capital de trabajo, señalan como ventajas las facilidades de pago y las bajas tasas de interés. Sin embargo los efectos de estas decisiones son nocivos para la competitividad por cuanto se trata de una decisión cortoplacista debido a que no es suficiente para proyectos de inversión en actividades como la ampliación de la capacidad productiva o de transformación tecnológica.

Tabla 9. Políticas de liquidez y efectivo

Ítem	Frecuencia	%
Existen y se aplican	6	40
Existen pero no se aplican	0	0
No existen	9	60
TOTAL	15	100

Fuente: Esta Investigación

Con relación a las políticas para el manejo de la liquidez solamente el 40% indican que existen y se aplican, y un 60% señalan que no existen. Es decir que no se ejecutan actividades conducentes a determinar la adecuada necesidad de circulante.

Esto explica las decisiones comúnmente adoptadas en cuanto a la recurrencia a créditos inmediatos, producto del capital de familiares y usado para cubrir necesidades inmediatas como la compra de insumos y materiales.

Tabla 10. Políticas de cartera.

Ítem	Frecuencia	%
Existen y se aplican	6	40
Existen pero no se aplican	0	0
No existen	9	60
TOTAL	15	100

Fuente: Esta Investigación

⁴⁹ Revista Gerente. No 151. Grupo Colombia Gerente S.A. P. 68. Agosto de 2010.

Con relación a las políticas para el manejo de cartera solamente el 40% indican que existen y se aplican, y un 60% señalan que no existen. Aunque la mayoría de las ventas que realizan son bajo la modalidad de contado. Un adecuado equilibrio entre los cobros y pagos de corto plazo evitaría dificultades de tesorería, la rotación óptima de la cartera podría evitar las situaciones de iliquidez en el efectivo.

Tabla 11. Políticas de inventarios

Ítem	Frecuencia	%
Existen y se aplican	9	60
Existen pero no se aplican	0	0
No existen	6	40
TOTAL	15	100

Fuente: Esta Investigación

Con relación a las políticas para el manejo de inventarios el 60% indican que existen y se aplican, y un 40% señalan que no existen. Uno de los elementos de la producción más importantes de las litografías es el papel, los inventarios deben ser suficientes para la producción y la financiación de este debe realizarse al menor costo posible. La no existencia de políticas de inventario, sumado a la no existencia de políticas de cobro afecta la liquidez y deriva en que el tratamiento del capital de trabajo se convierta en “dinero de bolsillo”.

Tabla 12. Políticas de cuentas por pagar

Ítem	Frecuencia	%
Existen y se aplican	8	53
Existen pero no se aplican	2	13
No existen	5	33
TOTAL	15	100

Fuente: Esta Investigación

Con relación a las políticas para el manejo de cuentas por pagar el 53% indican que existen, el 13% indican que existe pero no se aplican, y un 33% señalan que no existen.

La provisión de insumo para varios empresarios se realiza por cuenta de la Cooperativa de Litógrafos de Occidente, otros poseen créditos para provisión de insumos, principalmente de papel por parte de proveedores en el interior del país. Los litógrafos cooperados aprovechan esta oportunidad para reducir los costos de los insumos, por cuanto las compras se hacen al por mayor. Los no cooperados, que son las empresas con mayor tamaño y recursos financieros disponibles,

obtienen créditos directos en la adquisición de materiales. En ambos casos los plazos están pactados, por lo tanto la política de compras se direcciona hacia el cumplimiento de las condiciones establecidas.

Las decisiones de las pequeñas empresas litográficas se enfocan a decisiones de capital de trabajo, es por ello que pocas han logrado competir durante más de 40 años.

La administración eficiente del capital de trabajo es una de las decisiones esenciales para la sobrevivencia de la organización dado que está relacionada con activos y pasivos de corto plazo, siendo esta una de las principales dificultades financieras a las que se enfrentan las Mipymes.

Tabla 13. Políticas sobre renovación de maquinaria y equipos

Ítem	Frecuencia	%
Existen y se aplican	5	33
Existen pero no se aplican	0	0
No existen	10	67
TOTAL	15	100

Fuente: Esta Investigación

Con relación a las políticas para la renovación de maquinaria y equipos, el 33% indican que existen y se aplican, el 67% indican que no existen.

Una política para el manejo de los activos permitirá determinar adecuadamente los periodos o el tiempo durante los cuales la empresa debe mantenerlos. El cálculo de los flujos futuros necesarios o beneficios esperados por el propietario permitiría definir con claridad el tiempo en el cual debe renovarlos.

Tabla 14. Promedio en años de actualización de maquinaria y equipos.

Detalle	Frecuencia	%
Cada tres años	4	27
Cada cinco años	4	27
Cada diez años	2	13
Otro	5	33
TOTAL	15	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 7.



Un 54% de las empresas estudiadas, renuevan sus equipos y maquinaria en un periodo de tiempo que oscila entre 3 y 5 años, un 13% lo hace cuando la edad promedio de las máquinas supera los diez años y un 33% lo hace en periodos de tiempo diferentes a los anteriores. Las litografías de Pasto requieren decisiones en cuanto a la actualización de equipos y maquinaria y esto explica la falta de políticas de inversión a mediano o largo plazo.

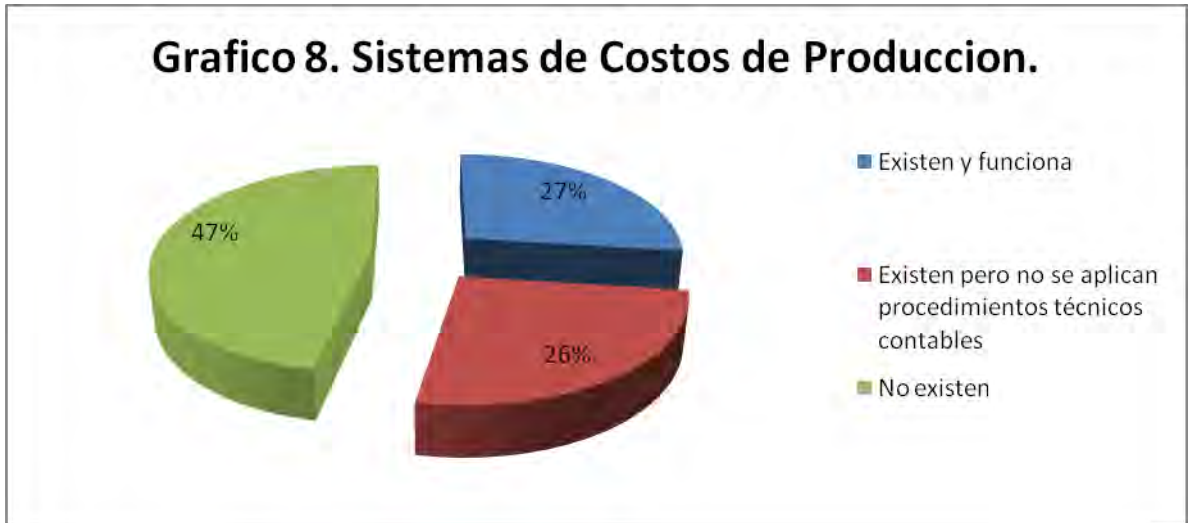
Se presenta una oportunidad de renovación tecnológica teniendo en cuenta que la globalización de mercados permite acceder a información y a formas de financiación mas adecuadas para la importación de equipos de mayor rendimiento y mayores posibilidades de innovación del portafolio de productos.

Tabla 15. Sistema de costos de Producción.

Detalle	Frecuencia	%
Existen y funciona	4	27
Existen pero no se aplican procedimientos técnicos contables	4	27
No existen	7	47
TOTAL	15	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 8.



Un 27% de las microempresas estudiadas posee un sistema de costos de producción que les permite calcular los valores unitarios, la forma de operar hace que el sistema utilizado sea el de **COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN**, la revisión de información permitió establecer que los costos fijos son bajos, mientras que los variables son altos.

Otro 26% realiza cálculos globales y con fundamento en la experiencia, determinan de manera general las utilidades sobre cada pedido. El 47% no poseen sistema de costos y la contabilidad se reduce al registro total de ingresos y gastos generales.

Al respecto el profesor Osorio, manifiesta que es prioritario “minimizar el riesgo, o al menos con un nivel de riesgo aceptable, a fin de garantizar la supervivencia y la expansión equilibrada de la empresa...” Por ello se debe “... Tener una estructura de costos operacionales (fijos y variables) que contribuya a potencializar los efectos en las utilidades operacionales por incrementos en los volúmenes de operaciones por la existencia de costos fijos de operación (apalancamiento operativo).”⁵⁰ Lo anterior tiene sentido si se tiene en cuenta que los costos en términos de decisiones de carácter financiero son la base para la determinación de los precios de venta, los micro-empresarios disminuyen su capacidad de competir en el mercado en tanto pierden capacidad de negociación con el cliente. Las ganancias no se maximizan, se tornan inciertas, y el empresario recibe mayor presión del cliente en la fijación del precio del producto.

Los empresarios entienden la situación de desventaja ante la falta de información, y varios manifestaron la necesidad de apoyo en torno al desarrollo de

⁵⁰ OSORIO R, Alfonso. Las funciones que componen la gestión financiera y sus interrelaciones. Documento de trabajo. Maestría en Gestión Empresarial. Universidad Libre. Cali. Versión 2007. P. 7

investigaciones que traten específicamente el tema de los costos. Consideran como ventaja la posibilidad de contar con herramientas informáticas, tales como software de costos. Sin embargo no hay consciencia de la importancia de producir al menos información contable y financiera.

Tabla 16. Relación Ventas totales frente a inversión en activos.

Detalle	Frecuencia	%
Buena	8	57
Regular	6	43
Mala	0	0
TOTAL	14	100

Fuente: Esta Investigación

Con respecto a la relación de ventas e ingresos se encontró respuestas un tanto divididas. Para un grupo de empresarios, representados por el 57%, el valor de los ingresos con relación al valor invertido en activos es bueno. Sin embargo el 43% señalan que la relación de ingresos respecto de la inversión en activos es regular.

Varias son las razones que permiten entender la bondad de esta relación, en primer se encuentra el conocimiento empírico del negocio, logrado durante años de permanencia en el mercado; aspecto que ha permitido tomar decisiones en cuanto a la adquisición de maquinaria y equipos. En segundo término, se encuentran que el costo de los materiales e insumos es relativamente bajo, aspecto que aun permite competir con servicios de impresión sustitutos como laser, off set, etc.

Los empresarios que califican como regular la relación entre las ventas obtenidas y la inversión realizada, señalan que la variable que incide sobre esta percepción es la competencia desleal. Por ejemplo, uno de los fenómenos que afecta los ingresos, consiste en la venta de productos y servicios por parte de intermediarios, llamados “vendedores de maletín”. Estas personas ofrecen el servicio a los clientes, luego contratan la impresión y perciben una parte del valor del servicio pero sin ningún vínculo con las litografías. No invierten capital en activos y desligan el vínculo del empresario con el cliente. A continuación se presenta los índices de variación en ventas, activos y rotación del activo.

Tabla 17. Indicador de variación en ventas, activos y rotación del activo.

Microempresa	Ventas totales		Variación	Activos totales		Variación	Rotación del activo	
	2009	2010	Porcentual	2009	2010	Porcentual	2009	2010
Tecnografic Litografía	198	185	-6,57	132	127	-3,79	1,5	1,5
Tipografía Cabrera S.A.S	887	1173	32,24	1136	1102	-2,99	0,8	1,1
G y G Impresores	45	48	6,67	*	*			
Impresiones Alfa	248	372	50,00	372	556	49,46	0,7	0,7
Tipografía Victoria	72	76	5,56	24	26	8,33	3,0	2,9
Prisma Impresores	255	209	-18,04	454	444	-2,20	0,6	0,5
TOTAL PROMEDIO	284	344	11,6	1.755	1.900	9,8	1,3	1,3

Fuente: Esta Investigación

* No suministró información.

Gráfico 9.



Del total de empresas encuestadas, el 40% accedieron a entregar algún tipo de información contable, por tal motivo el análisis se restringe a los datos indicados en la Tabla 17.

En cuanto a las ventas como variable de medición del crecimiento, se pudo constatar que el 66% obtuvieron un crecimiento positivo, el 33% obtuvieron un crecimiento superior al promedio, calculado en el 11,6%. Existen investigaciones

que dan cuenta del estado del sector a nivel nacional, en una de ellas se indica que "...el periodo de mayor crecimiento fue el inmediatamente anterior al 2010, con un porcentaje de 24.7% el 2009 fue uno de los mejores años en cuanto a crecimiento. Antes del declive en ventas del 2010 se observó un crecimiento por encima de la inflación y del crecimiento del PIB del país, esto muestra un crecimiento real en el sector."⁵¹

En cuanto a los activos, se observa un crecimiento del 9,8%, lo anterior se debe a que uno de los empresarios decidió adoptar la política de actualizar equipos con mayor regularidad. Sin embargo como se indicó en párrafos anteriores, la entidad gremial que los agrupa indica en sus estudios la necesidad de transformación tecnológica.

El índice de rotación de activos calculado, indica que los activos totales rotaron 1,3% en promedio para las empresas encuestadas. Esto es que por cada peso invertido durante el año inmediatamente anterior se obtuvo 1,3 pesos durante el año objeto de análisis. La rentabilidad de los activos por lo tanto debe estudiarse con mayor detalle si se tiene en cuenta que invirtieron en promedio un 9,8 % más en activos y obtuvieron el mismo índice de rendimiento sobre la inversión para las vigencias 2009 y 2010.

5.2.2. Gestión de la información tecnológica y toma de decisiones

Tabla 18. Relación análisis de estados financieros y uso eficiente de recursos

Detalle	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	6	43
De acuerdo	6	43
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	2	14
Muy en desacuerdo	0	0
TOTAL	14	100

Fuente: Esta Investigación

Un 86% de los empresarios indican estar de acuerdo en que un verdadero análisis de los estados financieros les permitiría utilizar eficientemente los recursos con que disponen. Desean obtener datos claros, precisos y oportunos para la toma de decisiones, pero la falta de conciencia sobre la importancia de la información contable y financiera, sumada al temor en cuanto a las implicaciones de control

⁵¹ Rodríguez Escallón Katherine. Modelo de Sostenibilidad y Competitividad para José A Rodríguez y Cía. Ltda. Trabajo de Grado. Facultad de Administración. Universidad del Rosario. Bogotá. 2010. P 81.

fiscal por parte del Estado impide la producción de información con las cualidades requeridas.

No obstante existe una gran dificultad en este sentido, por cuanto en un mediano plazo, la posibilidad de mantener o conseguir clientes dependerá de su nivel competitivo. Es por ello que la Asociación Nacional de Pequeños y Medianos Industriales ACOPI, capítulo Nariño, adelanta un estudio tendiente a identificar las necesidades y condiciones para certificar a varias de las empresas del sector en normas técnicas de calidad NTC, actividad que posibilitará elevar el nivel de competencia y deberá considerarse entonces, la generación de información financiera para un adecuado uso de los recursos financieros y tecnológicos con que disponen.

La certificación de calidad como iniciativa gremial es favorable para los litógrafos, más aun al comprender que a través de ella los clientes conocerán que sus proveedores poseen altos estándares de calidad en sus procesos, lo cual genera una mayor seguridad en ellos y mayor confianza hacia las empresas.

Uno de los pilares de la estrategia administrativa debe ser la diferenciación, la forma de comprobar que realmente se es sostenible, es a través de las certificaciones.

Tabla 19. Relación análisis de estados financieros y retos del mercado.

Detalle	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	2	14
De acuerdo	10	71
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0
En desacuerdo	2	14
Muy en desacuerdo	0	0
TOTAL	14	100

Fuente: Esta Investigación

El prototipo de negocio adoptado tiende a buscar mantenerse en el mercado a través de una estrategia de cumplimiento y calidad, las perspectivas de los propietarios difícilmente se refieren al desarrollo de productos y de expansión de mercado; es decir, la búsqueda de estrategias intensivas.

El profesor Humberto Serna, indica que generalmente las empresas de familia no saben competir. Sus dueños se concentran en la venta como tal y no se preocupan por el mercadeo, por abrir nuevos mercados. La inversión que hacen estas empresas en marketing, mejoras en las entregas, en la logística, en la calidad, etc. es precaria, sin embargo manifiesta que una vez se logra entren al tema comercial

y de mercadeo, empieza la necesidad de hacer una verdadera gestión financiera de la compañía.

Tabla 20. Uso de indicadores en la toma de decisiones.

Detalle	Frecuencia	%
Rentabilidad y endeudamiento	4	29
Rentabilidad y liquidez	0	0
Liquidez y endeudamiento	2	14
Todos los anteriores	6	43
No tiene en cuenta indicadores	2	14
Otro Cual	0	0
TOTAL	14	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 10.



Un 29% de las empresas encuestadas recurren al cálculo de los indicadores de rentabilidad y endeudamiento para efectos de la toma de decisiones, un 43% señalan que además de los anteriores recurren al indicador de liquidez. Aunque en un 14%, es preocupante que no tengan en cuenta el uso de indicadores financieros en sus decisiones.

Los empresarios no se han percatado de las consecuencias a mediano plazo de centrar la atención en decisiones de corto plazo. Se esperaría que las empresas que desean lograr una mayor integración con distribuidores o proveedores deban planear y decidir las inversiones necesarias para realizar acciones de integración que permitan afrontar retos del mercado, tales como la adquisición de nuevos

equipos, o la transformación tecnológica para producir con mayor eficiencia. Los resultados muestran que la mayoría de las empresas no planean sus inversiones y fijan su atención principalmente en decisiones de capital de trabajo.

Tabla 21. Aplicación del punto de equilibrio financiero.

Detalle	Frecuencia	%
Se conoce y se aplica	4	29
Se conoce pero no se aplica	4	29
No se ha establecido	6	43
TOTAL	14	100

Fuente: Esta Investigación

Grafico 11.



El 29% de los empresarios, señala que ha establecido su punto de equilibrio financiero, otro porcentaje igual lo conocen pero no lo aplican y un 43% no lo han establecido. Los resultados obtenidos son consecuentes con la falta de disposición de informes financieros adecuados, la mayoría sostienen no poseer sistema de costos, la contabilidad sufre necesidades de carácter legal y fiscal.

Desde esta perspectiva no conviene a sus intereses mostrar su capacidad de generación de renta.

Se encuentra además que no hay políticas y que las decisiones financieras no permitirían en las condiciones actuales brindar el soporte necesario para la implementación de estrategias financieras.

6. PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO FINANCIERO PARA EL SECTOR LITOGRAFICO DE SAN JUAN DE PASTO

Entender con mayor profundidad el mercado globalizado de hoy, es un reto fundamental si se desea fomentar la competitividad y productividad en la pequeña y mediana empresa del sector litográfico de la ciudad de Pasto; no podemos desconocer que en un mundo en continua evolución, hay mayor presión en los mercados mundiales y por parte de los consumidores por tanto se constituye en una obligación la operación con mínimos costos, sin sacrificar la calidad de los productos o servicios.

En la actualidad, las empresas han quedado a merced de las fuerzas económicas del mercado, es por ello que el futuro de éstas, dependerá de aspectos como: "La adaptación a situaciones ambientales cambiantes, el establecimiento de una política de productos que favorezca la intervención en mercados locales e internacionales, la concreción el grado de integración, la selección de las opciones más favorables de crecimiento (fusión, absorción, consolidación o transformación) y la determinación del radio de influencia o cobertura geográfica de los mercados que se pretende atender"⁵²

Lo anterior indica que el campo financiero será de mucha importancia a la hora de proyectar el futuro deseado de la empresa; sin embargo, no se puede desconocer que las micro y pequeñas empresas funciona sin ningún tipo de plan explicito, por esta razón, los empresarios que apliquen la propuesta aquí formulada, generarán ventajas de productividad y competitividad.

En el ámbito empresarial colombiano, y en particular el de las pequeñas empresas que constituyen el mayor número sobre el total de empresas registradas en la cámaras de comercio del país, se requiere de un despertar de estas organizaciones, para construir ventajas que les permita su permanencia en el mercado, esta labor se debe acompañar con políticas de Estado, que permita el lanzamiento de programas de financiación para las medianas y pequeñas empresas, las posibilidades de crear productos con calidad de exportación y avanzar en los vínculos con la economía mundial, entre otros elementos, permiten entender que la capacidad de la gestión financiera de las pequeñas empresas se convierte en factor fundamental de competitividad y sostenibilidad.

Una de las mayores debilidades encontradas en la Mipymes litográficas de Pasto radica en la poca importancia que sus propietarios otorgan a la generación de información contable y financiera, no hay conciencia de las bondades de generarla y sobre las posibilidades de tomar decisiones adecuadas y oportunas a partir de dicha información.

⁵² ORTIZ, Gómez Alberto. Gerencia Financiera. Un enfoque estratégico. Mc Graw Hill. 1197. P 62

De aquí surge la necesidad de promover la generación de informes contables de calidad partiendo del análisis realizado en torno a la generación de información.

La propuesta se encamina básicamente a obtener un mejor desempeño financiero enfocado a la competitividad de las Mipymes litográficas, esto debe partir de un sistema de gestión financiera estratégica, para tal efecto se tiene en cuenta el material académico del Doctor Alfonso Osorio Russi, en donde se establecen los componentes de la planeación estratégica, de igual forma se complementa con los aportes de Humberto Serna⁵³ reconocido experto en el tema.

De esta manera, la formulación de estrategias financieras enfocado a la competitividad de micro y pequeñas empresas del sector manufacturero, actividades de impresión o litográfico (código CIIU 222000) de la ciudad de Pasto, se visualiza, para el investigador en cuatro (4) etapas:

1. Bases generales del direccionamiento estratégico.
2. Elementos del plan financiero.
3. La estrategia financiera representada por el Balanced Scorecard.
4. Estrategias financieras para la creación de valor (Financiamiento, Rentabilidad y liquidez).

El sustento de la propuesta, es representado por el rigor teórico práctico con el cual se asumió la investigación, además de constituirse en una alternativa para la creación de valor empresarial, que puesto en marcha, será un factor clave para mejorar los bajos niveles de competitividad de las empresas y de la región.

6.1 BASES GENERALES DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

En primera instancia se hace conocer las bases generales para el direccionamiento estratégico representadas por la misión y visión empresarial, aspectos determinantes para pensar el futuro deseado de la compañía.

⁵³ SERNA, Humberto. Gerencia Estratégica. Novena edición. ER ediciones 2003. Bogotá Colombia

Cuadro 3. Aplicación del Direccionamiento Estratégico.

Componente	Significado	Propuesta para las empresas objeto de estudio
Misión	Es la formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios. La misión describe la naturaleza y razón de ser del negocio	Desarrollar y prestar servicios en el área litográfica para satisfacer oportunamente las necesidades de los clientes, impulsa la innovación tecnológica para el progreso de la organización, el desarrollo del talento humano y la retribución para sus propietarios.
Visión	Conjunto de ideas de lo que la empresa es y quiere ser en el futuro. La visión señala el rumbo, da dirección, vincula el presente con el futuro.	Empresa innovadora en el sector litográfico, líder en servicio al cliente, con habilidad para competir exitosamente en el mercado local y regional, para esto se cuenta con talento humano eficiente y comprometido con la organización que permite la consolidación de una cultura de mejoramiento continuó.
Valores	Son ideas referidas a la ética que guían el pensamiento y la acción. Los valores representan lo que cree la organización	Respeto por las personas. Trabajo en equipo. Responsabilidad para con los clientes y la comunidad. Calidad como una manera vivir. Productividad para la permanencia de la empresa en el mercado. Compromiso con el cliente. Servicio con amabilidad y calidez. Pertenenencia de los funcionarios con la empresa Compromiso con la preservación del medio ambiente.
Objetivos	Los objetivos corporativos son los resultados globales que una organización espera alcanzar para concretar su misión y visión. Los objetivos,	Mejorar la rentabilidad y los niveles de utilidad. Ampliar la participación en el mercado. Incrementar las ventas (en

	en el corto, mediano y largo plazo deben ser medibles y evaluables.	Unidades y/o en dinero) Mejorar la efectividad Promover la innovación con nuevos bienes y/o servicios Alcanzar mejores estándares de calidad Desarrollar las competencias y compromiso del talento humano.
Estrategia	Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos, permiten concretar y ejecutarlos, son el cómo lograr y hacer realidad cada objetivo	La calidad como condición de supervivencia. Bajos costos para establecer precios atractivos. Capacitación, entrenamiento y desarrollo del personal Innovación en productos Flexibilización en procesos Alianzas con proveedores y clientes. Alianzas con competencia para adquirir materia prima y participar en licitaciones.
Planes de acción	Conformadas por las tareas que debe realizar cada unidad o área para concretar la estrategia, se conforma por un plan operativo.	

Fuente: Esta Investigación a partir de: SERNA, Humberto. Gerencia Estratégica.

Los componentes descritos anteriormente, son claves para la estructuración de estrategias y de planes de acción que permitan a la empresa, no solo mantenerse en el mercado, sino crear oportunidades para desarrollar ventajas competitivas.

De esta forma, continua la propuesta, enfocada desde el campo financiero, la misma parte de la premisa, que las decisiones financieras promueven la competitividad a todo nivel, de tal forma que las estrategias financieras no son tema exclusivo de las grandes empresas, por el contrario, micro, pequeñas y medianas empresas deben avanzar en la planeación financiera como herramienta básica para alcanzar mejores niveles de competitividad.

Cobra gran importancia entonces la generación y análisis de información contable y financiera de calidad que así entendida, se constituye en un factor clave para la toma de decisiones a la hora de proyectar el valor agregado de la empresa, fuentes y costo de financiamiento, y decisiones sobre la distribución de utilidades.

Esto significa, cambiar paradigmas, como lo propone Ricardo Vázquez⁵⁴, “la información contable, independiente del tamaño de la organización, encontrará que la transparencia y la legalidad de su información son el vehículo que les permitirá sostenibilidad y crecimiento futuro, de tal forma que la información contable y financiera de calidad se convierte en una estrategia en sí misma”.

Así las cosas, se deja por sentado que la competitividad va de la mano con la información contable de calidad, y que acompañada de estrategias de tipo financiero permitirá a las organizaciones del sector litográfico de la ciudad de Pasto, prepararse para asumir con mayor capacidad y continuar en ese diario vivir de la competencia y así no solo sobrevivir, sino formular estrategias para su sostenibilidad en inmediato futuro y en largo plazo.

6.2 ELEMENTOS DEL PLAN FINANCIERO

Ahora bien, para elaborar, ejecutar y evaluar planes, como actividades esenciales de la gestión empresarial, se necesita la alineación de las decisiones financieras y las estratégicas empresariales; entonces, la empresa requiere en cada etapa del proceso administrativo desarrollo diversas tareas referidas a los planes de gestión.

Desde la perspectiva financiera, el plan permite que la gestión no sea resultado de impulsos sin proyección de futuro, por el contrario, se encamina a mantener a la organización en el camino del éxito, con el fin de aprovechar las oportunidades, manteniendo políticas de estabilidad financiera en el corto, mediano y largo plazo.

El plan financiero debe tener en cuenta aspectos que Horne⁵⁵ presenta en la administración financiera con respecto a las decisiones de inversión, financiamiento y distribución de utilidades.

Decisiones de inversión: tienen que ver con la capacidad de invertir en recursos a largo plazo, las cuales van acompañadas con los niveles de riesgo, de esta manera debe evaluarse la relación con el rendimiento y el riesgo identificado. La inversión de capital determina el número total de activos de la empresa y su composición en el corto y largo plazo.

Decisiones de financiamiento: Busca determinar cuál es la mejor mezcla de financiamiento o estructura de capital, de tal forma que se integren las políticas de financiamiento a corto, mediano y largo plazo.

⁵⁴ VÁZQUEZ, Ricardo. Impacto de la información financiera en la competitividad. *Ámbito Jurídico* No. 307, Opinión. Octubre de 2010, p14

⁵⁵ HORNE, Van. *Administración Financiera*. Pretince Hall Hispanoamericana S.A. 1993.

Decisiones de distribución de utilidades: Incluye la determinación de políticas para distribuir utilidades o capitalizar dichos recursos, incluye la administración de la liquidez para no afectar los niveles de flujos de efectivo. En el Cuadro 4, se puede observar las etapas del plan financiero, la descripción y sus principales componentes.

Cuadro 4. Etapas, descripción y componentes del plan financiero

Plan Financiero	Descripción	Componentes
Decisiones de inversión	Inversión de recursos a Largo Plazo. Incluye la administración del riesgo y los niveles de rentabilidad	Total de Activos circulantes Inversión en activos a largo plazo. Capital de Trabajo
Decisiones de Financiamiento	Busca determinar la estructura óptima de capital proveniente de recursos propios o de terceros	Tasas de interés Apalancamiento operativo Apalancamiento financiero Financiamiento a corto, mediano y largo plazo.
Decisiones de distribución de utilidades	Políticas para el pago o capitalización de utilidades	Aprobación de los Estados financieros Distribución de utilidades Manejo de efectivo.

Fuente: HORNE, Van. Administración Financiera. Pretince Hall Hispanoamericana S.A. 1993

La importancia de las decisiones financieras en los negocios es evidente, por cuanto la ausencia de un plan de gestión financiera puede llevar a la crisis de la organización, estos aspectos inciden en variables como:

- Ausencia de información financiera de calidad (Estados financieros básicos para conocer la evolución y estado actual del negocio), situación presentada en las empresas litográficas por cuanto es evidente, como se indicó en el análisis e interpretación de información, el interés en manejar este factor determinante de competitividad.
- Escaso acceso al financiamiento
- Malos manejos del capital
- Ausencia de procesos de planeación

6.3 LA ESTRATEGIA FINANCIERA REPRESENTADA POR EL BALANCED SCORECARD

Por otra parte, el impacto de las decisiones financieras, requiere de nuevos instrumentos, que unidos a la planeación estratégica, permiten la creación de valor empresarial, así por ejemplo el modelo de Balanced Scorecard, o cuadro de monitoreo integral desarrollado por Kaplan y Norton, facilita la administración de la empresa en forma eficiente y equilibrada, que de manera balanceada y estratégica, permite medir el progreso actual y suministrar la dirección futura de la empresa, representado en cuatro perspectivas:

- Perspectiva financiera: Busca el retorno de capital para los inversionistas, así como la estructura de flujos de efectivo positivos.
- Perspectiva de clientes: Determina el interés de la compañía por atender con el mejor servicio y buena calidad los intereses del cliente, desde una política gana – gana, de tal forma que para alcanzar la misión de la empresa, debemos pensar en la manera como nos deben ver nuestros clientes.
- Perspectiva interna o de procesos: Determinar la estandarización de procesos y el mejoramiento de las actividades que agregan valor
- Perspectiva de aprendizaje y crecimiento: Las organizaciones mejoran la calidad y reducen los tiempos de ciclo de sus procesos, entrenando, comprometiendo, mejorando las competencias y habilidades de su talento humano, lo cual se ve reflejado en una mayor eficiencia y competitividad.

El reconocimiento de las cuatro perspectivas anteriormente citadas, por parte de los propietarios, directivos y demás personal de las micro y pequeñas empresas del sector litográfico, se enfoca a mejorar los resultados y asumir con mayor compromiso el reto de la competitividad en donde las capacidades tecnológicas, de mercadeo, de talento humano y la estrategia financiera permite mejorar la competitividad empresarial.

Así mismo, el nivel de desarrollo empresarial debe estar acompañado por las asociaciones como Acopi, la Universidad y las políticas de estado, como factor crucial para mejorarlos. En el Cuadro 5, se presentan las perspectivas financieras y las decisiones administrativas y financieras que permiten la creación de valor y la construcción de ventajas competitivas.

Cuadro 5. Perspectivas y decisiones administrativas para la creación de valor y ventajas competitivas.

Perspectiva	Factor Clave	Efecto Administrativo y Financiero
Perspectiva de aprendizaje y crecimiento	Decisiones de inversión para el mejoramiento de competencias, para crear un clima de apoyo que permita el cambio y crecimiento organizacional	Estrategia empresarial integrada. Invertir en el mejoramiento con el fin de obtener mejores resultados en el mediano y largo plazo
Perspectiva interna o de procesos	Se identifican las tareas, actividades claves en donde la empresa se debe destacar, para maximizar beneficios y minimizar costos	Decisiones enfocadas a invertir en activos que generen beneficio económico. Decisiones enfocadas a obtención de recursos (financiamiento) para inversión o para la operación propia de la empresa.
Perspectiva de clientes	Identificar los segmentos del mercado en los que se ha decidido competir y se establece la estrategia diferenciadora que se entregará a los clientes, además de los nuevos segmentos en los cuales la empresa podría participar tanto públicos como privados.	Estrategias que buscan que el producto (impresión litográfica y servicio) tenga mayor posicionamiento en el mercado. Estrategia enfocada a desarrollar nuevos productos. Decisiones enfocadas a la reestructuración de procesos para reducir costos y ofrecer precios atractivos.
Perspectiva Financiera	Generación y análisis de información financiera, como premisa para el establecimiento de metas. Maximización de beneficios económicos en un periodo determinado. Creación de valor, mediante el incremento de ventas y la contención de costos y gastos.	Planes enfocados a mejorar el nivel de ventas. Decisiones de capital de trabajo y de financiamiento. Decisiones de inversión Indicadores de gestión y financieros. Mejoramiento de estructura de costos. Análisis de riesgos.

Fuente: Esta Investigación

6.4 ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LA CREACIÓN DE VALOR (FINANCIAMIENTO, RENTABILIDAD Y LIQUIDEZ)

Esta es la última parte de la propuesta enfocada a la estrategia para la construcción de valor, para lo cual se toma como referencia al tratadista Oscar León García⁵⁶, en donde se establecen estrategias que permitan el crecimiento permanente de la organización.

La importancia de la gerencia de valor y el crecimiento de la empresa recae en una mentalidad estratégica para una administración financiera eficiente que utilice de manera apropiada las fuerzas inductoras y posibilite el crecimiento sostenido de la empresa.

La mentalidad estratégica, reconoce el concepto de la “ventaja competitiva”, que se constituye en una fortaleza; es decir una forma de interpretar la ventaja competitiva es cuando una empresa como resultado de sus fortalezas obtiene más rentabilidad que la competencia.

Cuando los propietarios no han sido capaces de convertir en rentabilidad las fortalezas, tales como: mejor calidad, mayor participación de mercado, tecnología más avanzada, estas se convierten en factores críticos de éxito y el problema se traslada a un asunto de evaluación de desempeño.

Otro aspecto a tener en cuenta es el “direccionamiento estratégico”, entendido como el patrón de decisiones que establecen el itinerario de la empresa, en el mediano y largo plazo, determinando su destino, definición que destaca la importancia de las decisiones por encima de los planes y se basarán en una estrategia de crecimiento. Unido a este factor, se debe establecer el código de gobierno corporativo, que invita a propietarios y directivos, a pensar en los relevos generacionales y el establecimiento de protocolos para la administración, el control y la toma de decisiones financieras.

También se debe tener en cuenta, los aspectos del diseño del negocio entonces, es la arquitectura que garantiza la creación de valor para los clientes y sus elementos, entre los que se encuentran:

- Selección de clientes: Definición de los clientes que debe y que no debe atender.
- Captura de valor: Denominado Modelo de Utilidades, forma en que la empresa convierte en utilidades el valor que crea para sus clientes.
- Punto de control estratégico: Se relaciona con la capacidad de una empresa para proteger su rentabilidad, es evitar que la competencia erosione la rentabilidad.

⁵⁶ GARCÍA, Oscar León. Administración financiera: fundamentos y aplicaciones. Prensa moderna impresores S.A. 2009 Cali - Colombia.

➤ Alcance: Se refiere a la definición de las actividades que la empresa realizará internamente y las que subcontratará con terceros, esta dimensión debe ser reinventada periódicamente acorde a las prioridades de los clientes.

Desarrollar estrategias de tipo financiero, requiere de la identificación de inductores de valor, como aquellos aspectos cuyo comportamiento inducen a la creación de valor, para esto, se hace necesario tener en cuenta que el objetivo básico financiero, consiste en la maximización del patrimonio de los accionistas la cual se produce por el efecto combinado de la obtención y reparto de utilidades y el incremento del valor del mercado de la empresa.

Se debe reconocer, y darle la importancia necesaria a la responsabilidad de la participación en la formulación estratégica institucional y de la alineación con la estrategia financiera, es decir, en el análisis interno, del entorno, el direccionamiento y planeamiento estratégico institucional: misión, visión, valores, y los planes de acción de la empresa, aspecto ya indicados en la primera etapa de esta propuesta investigativa.

La responsabilidad por la formulación de las estrategias financieras de rentabilidad (mejora de la estructura de costos y productividad y eficiencia en el uso de los recursos y de los activos de la compañía) y crecimiento (ampliar oportunidades de ingresos y mejorar el valor de los clientes)

La generación de valor se da por una cadena de eventos presentada en la secuencia: información financiera, administración eficiente del capital de trabajo, obtención de utilidades, rentabilidad y flujo de caja. Estas cinco variables garantizarán la permanencia y crecimiento de la empresa.

En el Cuadro 6, se establece su importancia y aplicabilidad para las Mipymes litográficas de la ciudad.

Cuadro 6. Variables que garantizan la permanencia y crecimiento de la empresa

Variable	Significado	Propuesta para las empresas objeto de estudio
Información Financiera	Representada por la calidad y frecuencia de los estados financieros que demuestren la posición financiera del negocio y el resultado de las operaciones. Esta información debe ser oportuna, exacta y fidedigna.	Balance General Estado de Resultados Estado de Cambios en el Patrimonio Estado de Cambios en la situación Financiera Flujos de Efectivo Estado de valor agregado Flujo de caja libre Indicadores financieros de liquidez, rotación.
Capital de trabajo	Son los recursos que una empresa requiere para realizar sus operaciones diarias. Esos recursos están representados por el efectivo (caja y bancos) inventarios (papel, tintas, etc.) y cuentas por cobrar, y las obligaciones o cuentas por pagar en el corto plazo.	Administración eficiente del capital de trabajo, mediante la definición de niveles óptimos de caja, inversiones temporales, cartera e inventarios. Manejo apropiado de cuentas por pagar y su tasas de financiamiento.
Utilidades	Representan la diferencia entre los ingresos menos los costos y gastos, los cuales se deben registrar en el monto correcto y en el período correspondiente	Obtener la mayor utilidad con un mínimo de capital. Minimizar costos fijos y variables para convertir las ventas en utilidades. Mejorar la utilidad del margen sobre ventas. Mejorar la utilidad por rotación de activos. Mejorar la utilidad por acción o del capital invertido (UPA)
Rentabilidad	Entendida como el rendimiento del capital respecto a las utilidades alcanzadas. La rentabilidad se enfoca a maximizar la riqueza de los accionistas y el valor de la empresa en el mercado.	Para mejorar la rentabilidad, se debe mejora de la estructura de costos productividad y eficiencia en el uso de los recursos y de los activos de la compañía y crecimiento, (ampliar oportunidades de ingresos y

		mejorar el valor de los clientes) Rentabilidad sobre el patrimonio Rentabilidad de activos Rentabilidad sobre ventas
Flujo de caja	<p>El dinero es el recurso clave de toda empresa y debe ser bien administrado. La planificación financiera anteriormente descrita, debe servir de base para proyectar el flujo de caja, en el cual se detallan entradas y salidas de dinero del negocio.</p> <p>Disponer de un nivel adecuado de liquidez, con el fin de afrontar los diferentes compromisos de pago.</p> <p>El flujo de caja y la rentabilidad son los dos indicadores que permiten alcanzar el objetivo básico financiero: maximizar el valor de la empresa en el mercado.</p>	El flujo de caja para las empresas litográficas debe atender a: Reposición del capital de trabajo Atención al servicio de la deuda. Actualización de activos fijos Reparto de utilidades Lograr el equilibrio entre cobros y pagos a corto plazo, para evitar Dificultades de efectivo.

Fuente: Esta Investigación

Sin lugar a dudas, la apropiada gestión y compromiso de los propietarios y directivos en el manejo de estas cinco variables, permitirá el crecimiento para la creación de valor.

El propósito es buscar estrategias para mejorar sus condiciones financieras y la ganancia económica, o Economic Value Added, más conocido como EVA (Valor económico Agregado).

El Eva es una metodología para medir la creación de valor y evaluar la gestión del costo de capital; de igual forma hace referencia a la utilidad operativa obtenida por la empresa y la mínima que sus propietarios desean obtener, es decir incluye el costo del patrimonio de los accionistas.

El reto de la administración contemporánea es mejorar el EVA a través de estrategias que les permitan incrementar las ganancias y minimizar el costo de capital, de esta manera el EVA puede tener mejores resultados en la medida en que se incremente la Utilidad Operativa.

CONCLUSIONES

La definición de los principales aspectos financieros de las empresas litográficas de la ciudad de Pasto, se constituyen en un factor clave de éxito y de competitividad empresarial.

Una vez estudiados los aspectos teóricos y legales del tema financiero e interpretada la información de encuestas, unido al desarrollo de los objetivos específicos de la presente investigación, se plantean las principales conclusiones sobre **“ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA EN LAS PYMES LITOGRAFICAS DE SAN JUAN DE PASTO Y SU INCIDENCIA EN LA TOMA DE DECISIONES ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS EN LOS AÑOS 2009 - 2010.”**

La generación de informes financieros, es un tema de poca importancia para los directivos y propietarios de las empresas estudiadas, por cuanto, en el mejor de los casos, se limita a elaboración del balance y del estado de resultados. Esta información responde a propósitos de carácter tributario; dejando de lado, la utilidad del análisis e interpretación de los estados financieros, que permitan fijar metas y evaluar el desempeño.

Las decisiones tomadas en el campo financiero, se enfocan en acciones financieras de corto plazo, se otorga importancia al capital de trabajo y no a decisiones de inversión a largo plazo; esto incide en la falta de políticas para renovar la maquinaria y equipo de producción, aspecto importante para mejorar los productos y la disminución de costos, y los principales proceso empleados para la generación de información financiera son el estado de resultados y el balance general clasificado.

Con el propósito de crear valor, se deben estructurar políticas de carácter financiero, de rentabilidad y liquidez, los cuales permiten alcanzar, para las Mipymes litográficas, mejores condiciones, no solo para sobrevivir en el mercado, sino avanzar en la construcción de valor económico y su proyección social. Todo esto con estrategias de productividad y bajos costos, mediante el uso eficiente y eficaz de los recursos empresariales.

La estructuración de un plan estratégico, es la base de las estrategias financieras que las Mipymes litográficas pueden aplicar; de tal forma que éste determine el horizonte administrativo a alcanzar y permiten tomar decisiones sobre inversión, financiamiento, el pago de la deuda y la distribución de utilidades.

Si bien es cierto que el manejo empresarial y los recursos de las Mipymes litográficas son limitados, es momento de pensar en la estrategia financiera,

adaptando metodologías novedosas, y efectivas, como el balanced scorecard o cuadro de monitoreo integral, que integra cuatro perspectivas básicas de los negocios como lo son: Los clientes, el mejoramiento de procesos y actividades, el aprendizaje permanente de la organización y los aspectos financieros, a fin de responder a las necesidades de distribución de utilidades, sin descapitalizar la empresa. Esta estrategia acompaña al empresario a mejorar su competitividad empresarial.

Los actuales procesos de internacionalización económica, como los que enfrenta Colombia obligan a que todo tipo de empresas que procuren por su permanencia en el mercado mejoren sus procedimientos internos, estandaricen sus procesos productivos y apliquen procesos de planeación estratégica flexible, que les permita avizorar panoramas y mediante el aprovechamiento de sus ventajas competitivas beneficiarse de los contextos que se le presenten, en caso contrario se verán obligadas a la terminación de sus actividades comerciales por obsolescencia.

Los acelerados cambios en la economía global, acompañado por la baja competitividad de la industria local obliga a los empresario de todos sectores económicos a dar a la información financiera que se produce en las empresas la importancia requerida y con base en esta información planear su accionar a corto y mediano plazo, de tal suerte que la aplicación de la estrategia del plan le asegure su permanencia y solvencia en el mercado.

RECOMENDACIONES

El manejo financiero en una organización es un factor clave de éxito, que los propietarios, empresarios y directivos de las empresas deben implementar sean pequeñas o grandes.

Los litógrafos de San Juan de Pasto, deben administrar sus recursos técnicos, financieros y logísticos con eficiencia para mejorar sus niveles de rentabilidad, liquidez y generación de valor. Por tanto, se presentan las siguientes recomendaciones encaminadas a mejorar la gestión de desempeño y la creación de valor en estas empresas.

Desarrollar estrategias de tipo financiero, mediante la identificación de inductores de valor, que incluye las políticas de compra de materiales de producción y de comercialización; de esta manera se facilitara el alcanzar el objetivo básico financiero de toda organización, el cual es la maximización del valor del patrimonio de los accionistas, que se produce por el efecto combinado de la obtención y reparto de utilidades y el incremento del valor en el mercado de la empresa.

Si la pymes contempladas en el presente estudio y en general las distintas empresas catalogadas en la ley 550 de desarrollo empresarial no prestan especial atención en la generación y utilidad de la información financiera, muy seguramente no perduraran en el tiempo, dado que la misma se ha convertido paulatinamente en tal vez el factor más importante en la toma de decisiones.

Los directivos de las Pymes litográficas, deben destinar el tiempo adecuado en la revisión y análisis de la información financiera en compañía de equipos especializados que les oriente en la toma de decisiones estratégicas que complementan sus planes estratégicos.

Exigir a quien corresponda en la organización, que la información financiera que se genera en la misma sea plenamente valida e indique a cabalidad al situación de la empresa, además de solicitar la elaboración de todos los estados financieros y la construcción, análisis y comportamiento histórico de las principales razones financieras.

Los propietarios y el equipo que compone la alta dirección de las empresas más grandes contempladas en el presente estudio deben planear reuniones para definir, comprender e interpretar la información financiera, la cual se debe utilizar no solo para el cumplimiento de obligaciones tributarias, también y fundamentalmente para su estudio, análisis financiero básico y proyección de la organización y lograr así definir decisiones de inversión, financiamiento, liquidez y rentabilidad. La responsabilidad por la formulación de las estrategias financieras de

rentabilidad (mejora la estructura de costos, productividad y eficiencia en el uso de los recursos y de los activos de la compañía) y de crecimiento (ampliar oportunidades de ingresos y mejorar el valor de los clientes) es una oportunidad que debe aprovecharse en momentos de crisis y transformación por el equipo directivo.

Si bien es cierto que el manejo administrativo se realiza de manera empírica y por tradición familiar, con relativo éxito en la actualidad se requiere establecer el direccionamiento estratégico básico que incluye misión, visión, valores, objetivos, estrategias y planes de acción componentes claves para la estructuración de estrategias y de planes de acción que permitan a la empresa no solo mantenerse en el mercado sino crear oportunidades para desarrollar ventajas competitivas. Por lo tanto se recomienda tener en cuenta el proceso establecido en el presente estudio.

Los empresarios deben estar predispuestos a los cambio del mercado, por lo tanto sus inversiones, además de dirigirse al campo de la producción y actualización de maquinaria, incurrirán en transformaciones para mejorar sus procesos, su información contable y financiera y en general las actividades del negocio, esto les permitirá contar con estrategias diferenciadoras e innovadoras.

Teniendo en cuenta que las universidades locales en conjunto con el SENA ofrecen diplomados en formación de empresarios. Acopi seccional Nariño debe generar espacios permanentes de actualización a favor del sector litográfico, mediante alianzas estratégicas con estas instituciones de educación superior. Establecer programas educativos de formación tales como: seminarios, conferencias, talleres para que el talento humano vinculado a estas empresas, mejore sus competencias en temas administrativos comerciales y financieros.

BIBLIOGRAFÍA

ACOPI. Mimeógrafos. UDENAR. FACEA. Diagnóstico de la competitividad del sector litográfico en San Juan de Pasto. 2009.

ALCALDÍA MUNICIPAL DE PASTO, Plan de Desarrollo Municipal “Queremos más- podemos más”. Consejo Municipal de Pasto. Mayo de 2008.

ÁLVAREZ, Jaime. S.J. Este día en San Juan de Pasto y en Nariño. Biblioteca Popular Nariñense. Tipografía Javier 1988.

ÁLVAREZ, Martha y otros. Descripción del modelo contable colombiano y del modelo contable internacional. En: Revista Contaduría Universidad de Antioquia. No. 46. Taller Gráfico Impresos San Marín. Enero de 2.006

ARIAS, Alberto. Cese de las actividades de las pymes en el área metropolitana de Cali (2000-2004): Un análisis de supervivencia empresarial” En: Cuadernos de administración No.35 Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá 2008. Javegraf.

AGUILERA, Adriana. RIASCOS, Sandra. Direccionamiento estratégico apoyado en las TIC. En: revista Estudios Gerenciales. Vol. 25 No. 111. Publicaciones ICESI. 2009.

BEDOYA, Barco Fernando. Micro y Pequeña Industria: Una alternativa para la promoción de la cooperación y la asociatividad. Revista tendencias. Vol VI Nos. 1-2

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO. Anuario estadístico 2009 - 2010.

CASTILLO H, Mario. Toma de decisiones en la empresa: Entre el arte y la técnica. Facultad e Administración- Universidad de los Andes. Ediciones Uniandes.2008

CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1150 de 2007. Disponible en: www.secretariasenado.gov.co/senado/

CORREA, Jaime. De la partida doble al análisis financiero. En: Revista Contaduría Universidad de Antioquia. No.46. Talleres gráficos de Impresos Marín Sierra Medellín. 2006.

CORREA, Norman. Diario Portafolio. Casa editorial El Tiempo. Martes 6 de mayo de 2.008

CHIAVENATO, Idalbeto. Administración en los nuevos tiempos. Mc. Graw Hill. Interamericana S.A. Bogotá. 2002.

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (DANE). Censo Económico 1990 y 2005. Cálculos CDM y DNP-DDE. Citado por CONPES 3484. 2007

DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN (DANE). Visión Colombia II Centenario. Editorial Planeta S.A. 2.005 Bogotá. P.

ESTUPIÑAN, Rodrigo. Análisis Financiero y de Gestión. Ecoe Ediciones. Segunda edición. Bogotá 2.006

GARCÍA, Oscar. Administración Financiera. Fundamentos y aplicaciones. Prensa Moderna Impresores. 2009. P13

GONZALES, Patricia, et al. Una aproximación al modelo de toma de decisiones, usada por los gerentes de las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en Cali. En: Revista Contaduría. Universidad de Antioquia No.52. Edit. Uniantioquia. 2008.

HAMEL, Gary. El Futuro de la Administración. Editorial Norma S.A. Bogotá. 2008.

HERRERA, Luciano. Memorial sobre el estado industrial y progreso artístico de las Provincias del Sur. Citado por Álvarez, Jaime.S.J. Este día en San Juan de Pasto y en Nariño. Biblioteca Popular Nariñense. Tipografía Javier 1988.

HORNE, Van. Administración Financiera. Pretince Hall Hispanoamericana S.A. 1993.

JARILLO, José Carlos. Dirección Estratégica. Serie MC Graw Hill de Management. 1992. España.

MARIÑO, Hernando. Planeación estratégica de la calidad total. Edit. Tercer Mundo.1994.

MEJIA, Eutimio. La contabilidad internacional y su implicación en las relaciones empresariales. En: Revista Legis internacional de Contabilidad y Auditoría No. 31. Editorial Legis.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Departamento Nacional de Planeación DNP. Documento CONPES 3484. 2007.

OCAMPO, Carmen. Et all. Algunas relaciones entre contabilidad y cultura. En: Revista Contaduría Universidad de Antioquia. 2008 No. 52 L. Vieco e Hijas Ltda.

ORTIZ, Gómez Alberto. Gerencia financiera: Un enfoque estratégico. Edit. Mc Graw Hill. 1997.

ORTIZ, Héctor. Análisis Financiero aplicado. Universidad Externado de Colombia. Sigma Editores. 2004. Bogotá.

OSORIO R, Alfonso. Las funciones que componen la gestión financiera y sus interrelaciones. Documento de trabajo. Maestría en Gestión Empresarial. Universidad Libre. Cali. Versión 2007.

Revista Gerente. No 151. Grupo Colombia Gerente S.A. P. 66. Agosto de 2010.

RODRÍGUEZ, Escallón Katherine. Modelo de Sostenibilidad y Competitividad para José A Rodríguez y Cía. Ltda. Trabajo de Grado. Facultad de Administración. Universidad del Rosario. Bogotá. 2010.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. El proceso de la investigación científica. Cuarta Edición. Editorial Limusa. México 2003

THIBAUT, Jean Pierre. Manual de Diagnóstico en la empresa. Edit. Thomson-Paraninfo. Madrid 2001.

VALBUENA, Sandra y Otros.. Docente de la Fundación Universitaria Panamericana. No 26. 2010.

VÁSQUEZ, Bernal Ricardo. Impacto de la información financiera en la competitividad. Ámbito Jurídico. No 307. Opinión. Octubre de 2010.

SALVADOR, Antonio. Planeación Financiera de la empresa. CES impresores. México. 1999.

SERNA, Humberto. Gerencia estratégica. Décima edición. 3R Editores. Bogotá. 2008.

NET GRAFÍA

Reseña Histórica de la Imprenta Nacional. Disponible en:
http://servoaspr.imprenta.gov.co/portal/page?_pageid=416,427517&_dad=portal&_schema=PORTAL.

Historia de Carvajal S.A. Disponible en:
http://www.carvajal.com.co/historia/historia_files/05-1930.html

La industria gráfica en América Latina: Situación actual y perspectivas. Disponible en:

http://www.artesgraficas.com/ag/secciones/AG/ES/MAIN/IN/ARCHIVO/ARTICULOS/doc_21712_HTML.html?idDocumento=21712. Carlos Silgado, Ricardo Viveiros y Bernardo Jaramillo, Sao Paulo.

<http://www.guillermotull.com/TEC/BREVE%20HISTORIA%20DE%20LA%20IMPRENTA.pdf>

<http://www.banrep.gov.co/>

ANEXOS

Anexo A. MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE OBJETIVOS

Objetivo	Categoría	Instrumento	Fuente	Pregunta Orientadora
1. Determinar los principales procesos de generación de información financiera empleados por las PYMES litográfica de la ciudad de Pasto.	<ul style="list-style-type: none"> - Generación y manejo de la información <ul style="list-style-type: none"> • Contables • Financieros - Propósitos 	<p style="text-align: center;">Encuesta</p> <p style="text-align: center;">Revisión Bibliográfica</p>	<p>Primaria: Directivos de empresas</p> <p>Secundaria: Estados Financieros o informe de gestión.</p>	Ver instrumento
2. Diagnosticar las principales prácticas financieras en las organizaciones objeto de estudio y la información que se obtiene de las mismas.	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura Financiera <ul style="list-style-type: none"> • Fuente de recursos • Capital de trabajo - Costos de producción - Toma de decisiones <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de Estados Financieros • Empleo de Indicadores • Punto de Equilibrio 	Revisión Bibliográfica	Secundaria: Estados Financieros e informes de gestión.	Ver instrumento
3. Formular estrategias para un mejor desempeño financiero enfocado a la competitividad de las PYMES litográficas, en la ciudad de Pasto.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan estratégico Financiero <ul style="list-style-type: none"> • Política Financiera • Estrategias de corto y largo plazo - Competitividad <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de ventas • Edad de la empresa • Tec. de producción 	<p style="text-align: center;">Entrevista</p> <p style="text-align: center;">Revisión Bibliográfica</p>	<p>Primaria: Expertos (Nelson Arturo, directivos Acopi, Cooperativa de Litógrafos)</p> <p>Textos, seminarios, internet.</p>	Ver instrumento

Anexo B. ENCUESTA DIRIGIDA A GERENTES- PROPIETARIOS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE NARIÑO
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
“ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA EN LAS PYMES
LITOGRAFICAS DE SAN JUAN DE PASTO Y SU INCIDENCIA EN LA TOMA DE
DECISIONES ADMINISTRATIVAS Y FINANCIERAS EN LOS AÑOS 2009 - 2010.
EN LOS AÑOS 2009 - 2010.”

Objetivo: Obtener información que permita conocer la opinión de los directivos de las Pymes litográficas de la ciudad de Pasto en cuanto a la gestión financiera.

La información obtenida en la presente encuesta será utilizada con fines académicos y presentada como trabajo de grado en la Especialización en Alta Gerencia de la Universidad de Nariño.

Fecha: _____ Encuesta # _____

Nombre _____ de _____ la _____ empresa:

Número años en el mercado: _____

1. GENERACION Y MANEJO DE LA INFORMACION FINANCIERA

1.1 Cuáles de los siguientes **informes contables** se elaboran en la organización?

- a. Balance y Estado de Resultados
- b. Estado de cambios en el patrimonio
- c. Flujos de efectivo
- d. Estado de cambios en la situación financiera
- e. Todos los anteriores
- f. Otra: _____

Cual? _____

1.2 Su empresa elabora alguno de los siguientes **informes financieros** ?

- a. Estado de Valor Agregado EVA
- b. Flujo de Caja Libre
- c. Indicadores financieros
- d. Todos los anteriores
- e. Ninguno de los anteriores
- f. Otra: _____

Cual? _____

1.3. Indique la periodicidad de presentación y análisis de estados financieros al interior de su empresa.

- a. Mensualmente
- b. Bimestral
- c. Trimestralmente
- d. Semestralmente
- e. Anualmente

1.4 Los estados contables y financieros presentados responden a los siguientes **propósitos:**

- a. Información para la toma de decisiones administrativas
- b. De inversión, administración de capital de trabajo y financiamiento
- c. De cumplimiento de normas legales contables y fiscales

e. Otra...
Cual? _____

—

1.5 A cuánto ascienden las ventas y activos en los años indicados:

ITEM	AÑO 2009	AÑO 2010
VENTAS TOTALES		
ACTIVOS TOTALES		

2. ESTRUCTURA FINANCIERA

2.1 La fuente de los recursos financieros de la empresa provienen, fundamentalmente de:

- a. Recursos aportados por los accionistas
- b. Recursos financiados por terceros (proveedores, entidades financieras, etc.)
- c. Recursos propios generados por la empresa (utilidades, reservas, etc.)
- d. Recursos familiares.
- e. Otra... Cual? _____

2.2 Cuales son los motivos para recurrir a la fuente de financiamiento indicada:

- a. Bajos intereses
- b. Facilidad de cumplimiento de requisitos
- c. Plazos adecuados

d. Otro,
Cual?: _____

2.3 En su empresa, existen **políticas y procedimientos** claros para el manejo de:

Ítem	Si, existen y se aplican	Existen, pero no se aplican	No existen
2.3.1 La liquidez y/o efectivo:			
2.3.2 La cartera			
2.3.3 Los Inventarios			
2.3.4. Las cuentas por pagar			
2.3.5. Renovación de maquinaria			

- 2.4** La empresa cuenta con un apropiado sistema de Costos de Producción
- Si existe y funciona adecuadamente
 - Si existe, pero no se aplican procedimientos técnicos contables
 - No existe un sistema de costos

3. GESTION DE LA INFORMACION Y TOMA DE DECISIONES

3.1 Como considera los resultados de las ventas totales respecto de la inversión la empresa en activos. Marque con X B(Buena), R(Regular), M(Mala). Indique las causas:

B	R	M	CAUSAS
			-
			-
			-
			-
			-

CAUSAS:

- Nivel de competencia
- Costo del insumos y materiales
- Conocimiento del negocio
- Innovación
- Organización
- Planeación

3.2. ¿Considera que con **el análisis** de los Estados Financieros se genera conocimiento sobre el **uso eficiente** de los recursos de la organización?

- 5) Muy de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- 2) En desacuerdo
- 1) Muy en desacuerdo

3.3. ¿Considera que la información financiera generada, y el **estudio** de la misma, forman parte importante para **enfrentar los retos** que pueda tener la empresa en su entorno?

- 5) Muy de acuerdo
- 4) De acuerdo
- 3) Ni de acuerdo, ni desacuerdo
- 2) En desacuerdo
- 1) Muy en desacuerdo

3.4 Para efectos de la toma de **decisiones financieras**, los indicadores que más se tiene en cuenta son (Marque con X una sola opción):

- a. Los de rentabilidad y endeudamiento
- b. Los de rentabilidad y liquidez
- c. Los de liquidez y endeudamiento
- d. Todos los anteriores.
- e. No se tienen en cuenta los indicadores
- f. Otra... Cual? _____

3.5 En su empresa, se elabora y maneja un presupuesto operativo ?

- a. Si, se elabora y se aplica
- b. Se elabora, pero no se aplica
- c. No se elabora

3.6 En su empresa, se calcula y se tiene en cuenta el **Punto de Equilibrio Operacional** en la toma decisiones administrativas.

- a. Si, se conoce y se aplica
- b. Se conoce, pero no se aplica
- c. No se ha establecido

OBSERVACIONES

Gracias por su colaboración.