

**DIAGNÓSTICO DEL ÁREA FINANCIERA DEL SECTOR SUPERMERCADOS E  
HIPERMERCADOS EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ<sup>1</sup>.**

DIAGNOSIS OF FINANCIAL AREA IN SUPERMARKETS AND HYPERMARKETS  
SECTOR OF THE BOYACÁ DEPARTMENT

**Jorge Enrique Romero Muñoz<sup>2</sup>**  
**Diana Carolina Castelblanco Vargas<sup>3</sup>**  
**Martha Liliana Bastidas Arandia<sup>4</sup>**

Para citar este artículo: Romero, J., Castelblanco, D. y Bastidas, M. (2013).  
“Diagnóstico del área financiera del sector supermercados e hipermercados en el  
departamento de Boyacá”. *Revista Inquietud Empresarial*. Vol. XIII (2), p.p. 33-52

Fecha de recepción: 10 de septiembre de 2013

Fecha de Aceptación: 20 de noviembre de 2013

---

1 Artículo de investigación Científica y Tecnológica como resultado del proyecto de investigación titulado “Diagnostico del área financiera de los diferentes sectores de la economía en el departamento de Boyacá”, desarrollado dentro del grupo de investigación Gerencia del valor y finanzas de la Escuela de Administración de Empresas de la UPTC Tunja.

2 Administrador de Empresas UPTC. Especialista en Finanzas UPTC. Magíster en Administración MBA. Universidad Externado de Colombia, Docente UPTC. jenromu@hotmail.com

3 Estudiante de Administración de Empresas UPTC., dianacastelblanco50@gmail.com

4 Estudiante de Administración de Empresas UPTC., marthalliana.bastidas@uptc.edu.co

## **RESUMEN**

El trabajo muestra las características generales del área financiera de las empresas del sector Supermercados e hipermercados del departamento de Boyacá con las variables: contabilidad, presupuestos, capital de trabajo, tributaria, costos, análisis de la gestión financiera y conocimiento del entorno financiero; se identifican las fortalezas y debilidades en el manejo del área financiera de las empresas, así como los puntos críticos de atención en cada una de las variables analizadas. La información se obtuvo a partir de la realización de un cuestionario de 60 preguntas dirigidas a una muestra de 173 empresarios del sector, registrados en las Cámaras de Comercio de Tunja, Duitama y Sogamoso, seleccionados de manera aleatoria; en este cuestionario se evaluó el nivel de desempeño de los empresarios con respecto a las preguntas formuladas mediante una escala de valoración de 1 a 4. Los resultados obtenidos señalaron un desempeño muy bajo en el manejo del área financiera en las empresas del sector, ya que ninguna de las variables evaluadas supera los 3 puntos, de igual forma cabe resaltar que el área de Tributaria y Contabilidad, son las de mayor preocupación en el sector.

## **PALABRAS CLAVE**

Diagnóstico, área financiera, contabilidad, presupuestos, capital de trabajo, tributaria, costos.

## **ABSTRACT**

The work shows the general characteristics of the financial area companies Supermarkets and hypermarkets in the department of Boyacá with variables: accounting, budgeting, working capital, tax, costs, financial management analysis and knowledge of the financial environment; in this case are identified strengths and weaknesses in the financial management area businesses as well as the critical points of care in each of the variables analyzed. The information was obtained from the realization of a questionnaire to 60 questions to a sample of 173 entrepreneurs registered in the Chambers of Commerce of Tunja, Duitama and Sogamoso, randomly selected; in this questionnaire, the performance level of the entrepreneurs was evaluated with respect to questions using a rating scale of 1-4. The results indicated a very low performance in the area of financial management companies in the sector, as any of the evaluated variables than 3 points, just as it should be noted that the area of Tax and Accounting, are of major concern in the sector.

## **KEY WORDS**

Diagnostic, financial area, accounting, budgets, the capital of work, tributary, costs

## INTRODUCCIÓN

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2009), “Los Grandes Almacenes e Hipermercados corresponden a grandes superficies, las cuales combinan los principios que rigen a los supermercados pequeños y las tiendas de bodega. Sus ventas las realiza principalmente al consumidor final, y funcionan bajo el esquema de tiendas por departamentos”.

Conociendo este concepto, podemos decir que el desarrollo de esta investigación tendrá como propósito, medir el nivel de conocimiento financiero que tienen los empresarios correspondientes al grupo supermercados e hipermercados en el departamento de Boyacá para el desarrollo de sus actividades empresariales.

Por otro lado, “en Colombia, en el año 2012, las ventas reales de los Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas aumentaron en un 8,1% respecto al año inmediatamente anterior”(DANE, 2013).; este crecimiento se debe en gran parte al aumento de la población de clase media, que ha venido registrándose en el país, donde, “entre el 2002 y el 2011, la clase media pasó de representar el 15% a ser el 28 % del total de la población colombiana, es decir, cerca de dos millones de nuevos hogares colombianos”(Morales, 2012, p.1).

Lo anterior nos permite ver que el crecimiento de pequeños almacenes dentro y fuera de nuestra región y la entrada de grandes almacenes a ciudades como Tunja, Duitama y Sogamoso no es una simple coincidencia, sino por el contrario es una muestra del crecimiento demográfico y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. De igual manera para Alejandro Gaviria (citado en Morales, 2012), decano de Economía de la Universidad de los Andes, la clase media “es una clase que se caracteriza porque, al pasar el umbral de ingreso, no consume un poquito más, sino que dispara el consumo”. Este argumento, solo es una afirmación a lo que está sucediendo actualmente; la estabilidad económica que ha venido aumentando a lo largo de los años, ha permitido que se promueva la inversión no solo en las ciudades principales sino también en ciudades más pequeñas como la nuestra, y esta inversión lo que hace es generar más trabajo, es decir más hogares con mayores ingresos, mejorando de una u otra manera la calidad de vida de las personas y permitiéndoles a su vez cubrir no solo sus necesidades básicas sino también secundarias.

Es por esto que empresarios dueños de almacenes como Pasadena, La Canasta, Almacenes Paraíso, Chispazo, que son ejemplo de crecimiento en nuestra región, deben preocuparse aún mucho mas no solo por un sostenimiento a futuro en el mercado sino también por un manejo competitivo dentro del mismo; donde dentro de su plan de organización tengan un completo conocimiento a nivel financiero de la empresa y del sector en el que se encuentran, que les permita el desarrollo de estrategias a corto, mediano y largo plazo para el progreso no solo de su bolsillo sino el de toda una región.

De ahí la importancia que tiene el área financiera dentro del sector Supermercados e Hipermercados en el departamento de Boyacá, ya que nuestro departamento como foco de crecimiento no está exento de la llegada de nuevas cadenas de almacenes. Es por esta razón que al no contar con un estudio que nos permita conocer la realidad financiera que posee la región, enfocaremos nuestro objetivo principal en el desarrollo de este proyecto investigativo al avance de un diagnostico financiero de las empresas del sector en el departamento de Boyacá.

### **Referentes teóricos**

La importancia que cuenta el área financiera en las organizaciones es fundamental para una buena planeación, organización, dirección y control; por lo tanto un empresario o directivo las debe tener como su mano derecha en los procesos de toma de decisiones. Por consiguiente se presentará una descripción de los componentes a estudiar según lo analizado en la investigación para el buen manejo del área financiera, es decir contabilidad, costos, presupuestos, capital de trabajo, tributación, gestión financiera y el conocimiento del entorno financiero.

#### **La Contabilidad**

La contabilidad es la base fundamental de las finanzas, ya que esta denota la información necesaria para interpretar, analizar, planear y controlar las organizaciones. “La contabilidad es un sistema de información que clasifica, registra, resume y presenta las transacciones de entidades económicas, en cuanto tales transacciones constituyen movimientos de dinero o bienes representables en dinero, para determinar los resultados del periodo”(Carrillo, 2001, p. 3)

#### **Presupuestos**

El presupuesto es una herramienta fundamental para la toma de decisiones en las organizaciones ya que es una de las bases de la planeación de una empresa. “Un presupuesto es un completo plan financiero diseñado para orientar al empresario hacia la consecución de las metas propuestas” (Burbano, 1989, p.6)

#### **Capital de Trabajo**

El Capital de trabajo son los activos corrientes que cuenta la organización después de pagar sus deudas con terceros en el corto plazo, lo que indica que se debe conocer como es el manejo de los clientes (cuentas por cobrar) y de los proveedores (cuentas por pagar) ya que de estas depende un buen manejo operacional de la empresa.

Las cuentas por cobrar “La política general de crédito de una empresa tiene como fin alcanzar un propósito fundamental: mantener un equilibrio adecuado entre el riesgo que se asume concediendo crédito y la rentabilidad obtenida sobre la inversión comprometida en dicho rubro.” (García, 1999, p. 530).

Las cuentas por pagar “son las principales fuentes de financiamiento no garantizado a corto plazo que tienen las empresas comerciales” (Gitman, 2003, p. 530).

#### **Tributaria**

La tributaria son normas de obligatorio cumplimiento en los aspectos de pago de impuestos. El impuesto “es un tributo que tiene origen en el precepto constitucional contenido en el Artículo 95 de la carta política, en el cual se establece que la calidad de persona implica derechos y responsabilidades dentro del territorio colombiano.” (Serrano, 2012, p. 31).

Impuesto de renta “es un tributo de carácter obligatorio que deben los contribuyentes, con el fin de participar con sus recursos en las cargas del estado y consiste en entregar al estado un porcentaje de sus utilidades durante un periodo gravable,

para sufragar las cargas públicas” (Serrano, 2012, p. 31).

En Colombia hay dos regímenes para la renta y complementarios, el régimen ordinario, el régimen especial.

Impuesto a las Ventas “Es una gravamen al consumo del orden nacional y de naturaleza indirecta, que en Colombia se ha estructurado bajo la modalidad de valor agregado en cada una de las etapas del ciclo económico del bien o servicio.” (Rodríguez, 2012, p 39).

En Colombia hay dos regímenes para el impuesto a las ventas, el responsable de régimen común y el responsable de régimen simplificado.

### **Costos**

Los Costos nos colaboran en el control de la producción ya que estos nos muestran los aspectos primordiales del valor del producto. “La contabilidad de costos tiene dentro de sus objetivos, el calcular lo que cuesta producir un artículo, o lo que cuesta venderlo, o los costos que son necesarios para prestar un servicio, además de obtener la información necesaria para controlar la producción, planear las actividades de una empresa, y tomar decisiones con base en los costos” (Gómez, 1981, p. 4)

Existen diferentes sistemas de costeo los más importantes son: el costeo por órdenes de fabricación “Opera en aquellas empresas cuya producción es a base de pedidos o lotes de trabajo, ya sea utilizando datos históricos o predeterminados” (Gómez, 1981, p. 6), costos por procesos “se justifica en aquellas empresas cuya producción es continua, en donde las partes específicas del artículo, o el mismo artículo, se producen en forma continua en determinado periodo” (Gómez, 1981, p. 7), y costeo basado en actividades ABC “este método también se refleja en dos etapas donde la primera también consiste en acumular los CIF por centros de costos con la diferencia que no solamente se utiliza más centros que en los métodos tradicionales sino que estos toman otro nombre y se denominan actividades. En la segunda etapa los costos se asignan a los trabajos de acuerdo con el número de actividades que se requieren para ser completados.” (García, 1999, p. 445).

### **Gestión Financiera**

Para la realización de una buena dirección de las organizaciones una herramienta fundamental es el análisis financiero el cual permite realizar un control teniendo en cuenta el análisis de los estados financieros e indicadores financieros. El análisis financiero “se puede definir como un proceso que comprende la recopilación, interpretación, comparación, y estudio de los estados financieros y los datos operacionales de un negocio” (Ortiz, 2006, p. 34).

Los indicadores financieros “se conoce con el nombre de razón el resultado de establecer la relación numérica entre dos cantidades. El análisis por razones o indicadores señalan los puntos fuertes y débiles de un negocio e indica probabilidades y tendencias.” (Ortiz, 2006, p. 215).

Estos indicadores se dividen en cuatro grandes grupos como son:

**Liquidez.** “Se utiliza el término. Estos indicadores surgen de la necesidad de medir la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo. ” (Ortiz, 2006, p. 216)

**Endeudamiento.** “Permite conocer en qué grado y de qué forma participan los acreedores en la financiación de la empresa; así mismo, la capacidad que tiene esta para acceder a nuevos créditos”. (Coral y Gudiño, 2009, p. 332)

**Rentabilidad.** “Los indicadores de rentabilidad, denominados también de rendimiento o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y de esta manera convertir las ventas en utilidades”. (Ortiz, 2006, p. 241)

**Actividad.** “Permite determinar la capacidad de la empresa de generar ingresos con respecto a un volumen determinado de activos”. (Coral y Gudiño 2009, pp. 330 - 331)

### **Entorno Financiero**

El entorno financiero de las organizaciones parte del sistema financiero de nuestro país donde se encuentran diferentes organizaciones que permiten a las empresas invertir y financiarse. “Las instituciones que concurren en un sistema financiero son de muy diversa índole; por un lado se tienen los establecimientos de crédito que se dedican principalmente a la intermediación financiera, mientras que en el otro extremo se encuentran las entidades de vigilancia y control”. (Serrano. 2005, pp. 17)

### **METODOLOGIA**

La presente investigación se realizó en las empresas del sector Supermercados e Hipermercados del departamento de Boyacá, que se encontraron inscritas en las cámaras de comercio de las ciudades de Tunja, Duitama y Sogamoso. El tipo de investigación es descriptiva, por cuanto a través de los datos suministrados por las empresas, se describen las características de éstas en cada una de las categorías de análisis definidas para dar un concepto integral del desempeño del área financiera. Las categorías de análisis que se estudiaron y que se describen en los resultados son: a) contabilidad, b) costos, c) presupuestos, d) capital de trabajo, e) tributación, f) gestión financiera y g) el conocimiento del entorno financiero.

El método de investigación integra la inducción y deducción por cuanto el planteamiento de las categorías de análisis se construyó de manera inductiva a partir de los conceptos generales que definen el manejo de un área financiera para analizar de manera particular el comportamiento de dichas variables en empresas del sector. El proceso de recolección de información genera unos hallazgos empíricos que parten de la realidad particular de las empresas, para describir de manera general las características del manejo financiero del conjunto de empresas de este sector económico.

Las fuentes principales del trabajo de campo para la recolección de información fueron las empresas registradas en las cámaras de comercio de Tunja, Duitama y Sogamoso que tuvieron que ser seleccionadas de manera aleatoria del conjunto de empresas registradas en el sector Supermercados e Hipermercados. Adicionalmente se ubicó una tabla de valoración de 1 a 4 sobre las respuestas, para poder establecer en una escala cuantitativa en qué nivel de desempeño se encuentra la empresa de acuerdo a cada pregunta planteada así: 4 = Desempeño Sobresaliente; 3= Desempeño Bueno; 2= Desempeño Aceptable y 1= Desempeño Deficiente.

De esta manera se pudo establecer cuantitativamente la medición del desempeño de

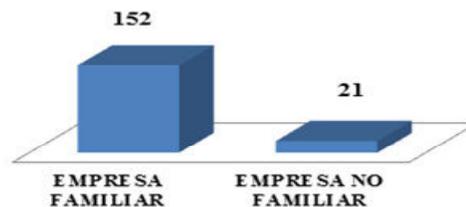
cada una de las empresas en las diferentes categorías de análisis del área financiera, y con la consolidación de los desempeños individuales se calculó el promedio del desempeño del sector, luego se prosiguió a identificar las fortalezas y debilidades en cada una de las variables analizadas.

Utilizando el paquete estadístico STATS, con una población de 1.076 Supermercados e Hipermercados, un margen de error de 5% y nivel de confiabilidad de 95%, el tamaño de la muestra arrojado fue de 173 encuestas. Las empresas relacionadas fueron seleccionadas con el criterio del muestreo no probabilístico intencionado, el instrumento de recolección de información se aplica únicamente a empresas que contaran con registro formal en cámara de comercio y activas en el desarrollo de la actividad económica en el sector Supermercados e Hipermercados, empresas con datos de ubicación y contactos actualizados y confirmados.

## RESULTADOS

Los resultados de la investigación que se presentan a continuación corresponden a los objetivos anteriormente planteados.

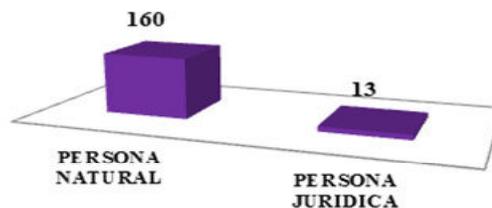
Figura 1. Clasificación en cantidad de las empresas según la propiedad familiar



Fuente: Elaboración propia

El departamento de Boyacá se ha venido caracterizando por la consolidación de empresas de carácter familiar. Lo cual redundaría en una centralización de la toma de decisiones organizacionales en una o dos personas. Para el presente estudio se encuentra del total de encuestados que el 88% corresponde a empresas familiares

Figura 2. Clasificación de las empresas según la personería jurídica

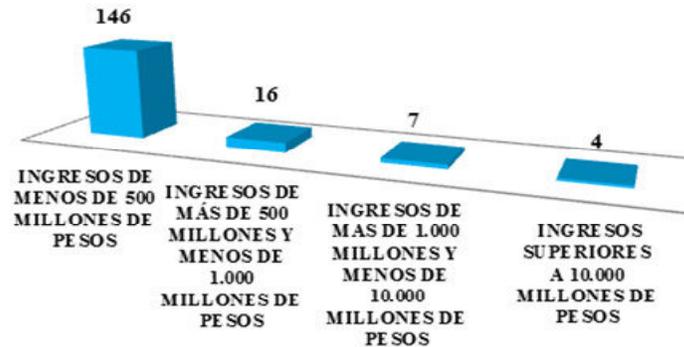


Fuente: Elaboración propia

Se evidencia una concentración de la constitución empresarial como persona

natural, aun teniendo en cuenta que se estudian organizaciones comerciales y que su legalización ante el ente competente como lo es la cámara de comercio, en muchos de los casos, aun no se ha realizado.

Figura 3. Cantidad de empresas por nivel de ingresos operacionales a 2012



Fuente: Elaboración propia

De las empresas objeto de análisis, hay una concentración del 84% en compañías que generan ingresos inferiores a los quinientos millones de pesos, un 9% de las empresas con ingresos entre los quinientos y mil millones de pesos, con ingresos entre los mil y diez mil millones se encuentra el 4% de los encuestados y finalmente las grandes superficies, con ingresos por encima de diez mil millones de pesos, representan el 3% de la muestra.

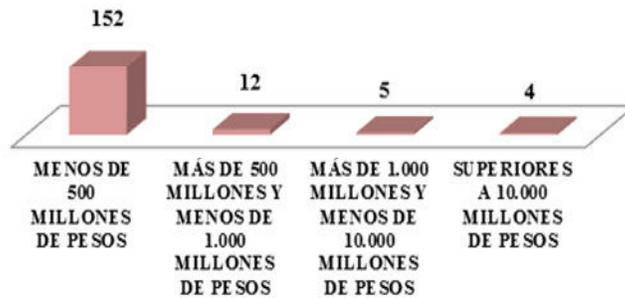
Figura 4. Cantidad promedio de productos ofrecidos en el sector por cada nivel de ingresos a 2012.



Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en la gráfica, se registra un aumento proporcional a la cantidad de ingresos que registra la empresa. Esta tendencia se evidencia en las empresas con ingresos de quinientos hasta los diez mil millones de pesos. En las empresas que reportan ingresos superiores a los diez mil millones de pesos es notorio el gran aumento en la cantidad de productos ofertados.

Figura 5. Cantidad de empresas por nivel de activos a año 2012



Fuente: Elaboración propia.

Las empresas analizadas en el presente estudio muestran que hay una representación del 88% de las mismas que cuentan con activos inferiores a los quinientos millones de pesos, el 7% posee activos entre quinientos y mil millones de pesos, el 3% activos entre mil y diez mil millones y finalmente, de los encuestados el 2% cuenta con activos por encima de los diez mil millones de pesos.

**Consolidado Diagnóstico del Área Financiera del sector Supermercados e Hipermercados en el Departamento de Boyacá**

Figura 6. Consolidado diagnóstico del manejo del área financiera del sector Supermercados e Hipermercados en el departamento de Boyacá



Fuente: Elaboración propia

El análisis de esta gráfica permite detallar de manera general la forma en la que los empresarios Boyacenses del sector objeto de análisis han ido manejando la toma de decisiones en el área financiera. Pudiendo entonces mencionar, de las variables evaluadas, en cuáles demostraron mayores niveles de conocimiento, apropiación y toma de decisiones asertivas; es así como la variable con mayor puntuación fue Tributaria debido principalmente a que las operaciones fiscales son realizadas personalmente por el dirigente de la organización consiguiendo entonces un mayor

nivel de apropiación para la misma; seguida de esta se encuentra la variable de Contabilidad resaltando el conocimiento que tienen los mismos en cuanto a los principales estados financieros; luego, se encuentra el aspecto del Capital de Trabajo; continúa el Análisis de la Gestión Financiera; seguida ésta de las variables de Presupuestación y Entorno Financiero; y finalmente, la variable con menor ponderación corresponde a la de Costos.

### Contabilidad

Figura 7. Valoración variable Contabilidad por nivel de ingresos a 2012.



Fuente: Elaboración propia.

Como se evidencia en la gráfica, a medida que el tamaño de la organización aumenta, medido este por el nivel de ingresos, los dirigentes de estas empresas profundizan en mayor medida sus conocimientos en cuanto a la Contabilidad, teniendo en cuenta los principales estados financieros para la toma de decisiones e incrementando la cantidad de los mismos para el beneficio de sus compañías. En ese orden de ideas las empresas con ingresos inferiores a los quinientos millones lograron una puntuación de 1,5; las que registraron ingresos entre los quinientos y mil millones de pesos ponderaron 2,5; organizaciones con ingresos entre mil y diez mil millones tuvieron puntuación de 3,2; finalmente, las compañías con ingresos superiores a los diez mil millones fueron evaluadas con 3,9.

### Presupuestos

Figura 8. Valoración variable presupuestos por nivel de ingresos a 2012



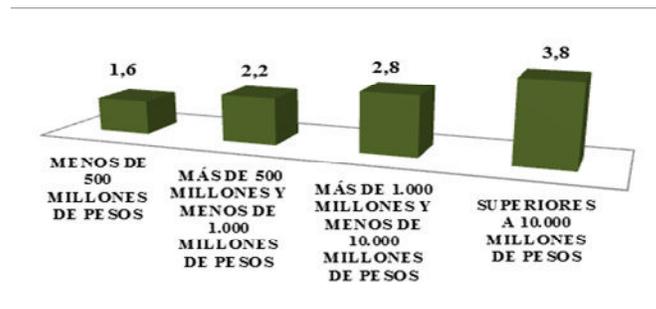
Fuente: Elaboración propia

Se hace notorio que en cuanto el nivel de ingresos aumenta, en las empresas de este

sector, su nivel de apropiación en aspectos de Presupuestación también lo hace. Es así como las empresas que reportan a 2012 ingresos inferiores a quinientos millones de pesos consiguen una puntuación de 1,1; las que contaron con ingresos entre quinientos y mil millones arrojan una evaluación de 1,8; organizaciones con ingresos entre los mil y los diez mil millones tienen una ponderación de 2,4; y compañías cuyos ingresos superaron los diez mil millones de pesos su evaluación fue de 3,5.

### Capital De Trabajo

Figura 9. Valoración variable capital de trabajo por nivel de ingresos a 2012



Fuente: Elaboración propia.

En materia de Capital de Trabajo, a nivel general se obtuvo una calificación de 2,6, donde a pesar de que los empresarios realizan controles permanentes con respecto a las cuentas por pagar y a las cuentas por cobrar, estos no dimensionan el verdadero impacto que éste tiene en la organización, ya que el sector en general presenta muchas falencias a la hora de conceder crédito a sus clientes.

Teniendo en cuenta que el sector, se dedica a la comercialización de productos de la canasta familiar, electrodomésticos y utensilios para el hogar, y las características de los clientes que maneja, tanto finales (familias-consumidor individual), como intermediarios (distribuidores, tiendas y almacenes); el empresario ve la importancia de ofrecer crédito, pues de esta forma es posible realizar un mayor volumen de ventas; pero estos créditos en muchos casos se conceden a personas conocidas o clientes fieles, es decir no se manejan criterios de peso que permitan un buen control y seguimiento permanente por parte de los empresarios; por tal razón el sector debe hacer énfasis en la realización de procedimientos claros para estudiar la capacidad de pago de sus clientes.

Si se observa la gráfica se puede evidenciar la manera en la que a medida que los ingresos, de las empresas de este sector, se acrecientan, el nivel de aceptación y conocimiento en cuanto al Capital de trabajo también presenta una elevación.

### Tributaria

Figura 10. Valoración variable tributaria por nivel de ingresos a 2012



Fuente: Elaboración propia.

En aspectos Tributarios, el sector en general consiguió una puntuación de 2,9. Evaluación que aunque si bien no es muy alta representa la variable con mayor ponderación lograda en el presente estudio. Se demuestra el compromiso por parte de los empresarios con organizaciones que reportaron ingresos superiores a diez mil millones de pesos, quienes obtuvieron la valoración más alta (4,0); esto se debe a que los dirigentes, conocen el manejo y la importancia que el área Tributaria tiene dentro de la empresa y su relación con las demás áreas.

#### Costos

Figura 11. Valoración variable costos por nivel de ingresos a 2012



Fuente: Elaboración propia.

En esta área, el sector obtuvo una valoración de 2,1, y esto se debe a que los empresarios Boyacenses a nivel general no le dan la importancia que se merece ya que ven los costos solo desde el punto de vista del precio de compra del producto, para fijar el precio de venta del mismo, basándose solo en el desarrollo de su actividad principal (comercialización de productos de la canasta familiar, electrodomésticos y utensilios para el hogar).

Esa falta de importancia se aprecia reflejada en los resultados, donde muy pocas de

las empresas encuestadas considera el tema de los costos como un objetivo clave dentro de su empresa o formulan indicadores de desempeño de costos y les hacen seguimiento, lo que nos evidencia claramente el mal manejo que se le está dando al área de costos en el sector.

**Análisis De La Gestión Financiera**

Figura 12. Valoración variable gestión financiera por nivel de ingresos a 2012.



Fuente: Elaboración propia.

En esta área se pudo evidenciar la falta de compromiso de los empresarios por conocer más sobre el manejo y aprovechamiento que le puede dar a la información financiera de su empresa, ya que son muy pocas las organizaciones que realizan análisis financiero y tan solo la mitad reveló en alguna ocasión haber formulado algún indicador de gestión financiera.

Otro aspecto que debería ser importante para las empresas es el de cómo se debe capitalizar la empresa, pero esta es una decisión que se toma en un reducido número de organizaciones, para las demás resulta ser de muy poca importancia.

**Conocimiento del Entorno financiero**

Figura 13. Valoración variable entorno financiero por nivel de ingresos a 2012.



Fuente: Elaboración propia.

El sector a nivel general obtuvo una valoración de 2,2, en esta variable. Los empresarios no conocen, ni se interesan por conocer los productos que ofrece el sistema financiero a pesar de tener obligaciones con éste; incluso algunos empresarios expresan rechazo por este sistema debido a malas experiencias, precisamente por la falta de conocimiento en el tema.

En la gráfica se observa que el desempeño de las empresas en todos los niveles de ingresos es bajo, lo que evidencia un conocimiento de su entorno financiero muy deficiente; el único grupo de empresas que sobresale son las de ingresos superiores a diez mil millones de pesos, con una calificación de 3,4.

**Tabla 1.** Fortalezas y Debilidades del área financiera del Sector Supermercados e Hipermercados en el departamento de Boyacá.

VARIABLE	VALORACIÓN CUANTITATIVA	VALORACIÓN CUALITATIVA
CONTABILIDAD	2,8	DEBILIDAD MENOR
PRESUPUESTOS	2,2	<b>DEBILIDAD MAYOR</b>
CAPITAL DE TRABAJO	2,6	DEBILIDAD MENOR
TRIBUTARIA	2,9	DEBILIDAD MENOR
COSTOS	2,1	<b>DEBILIDAD MAYOR</b>
ANÁLISIS DE LA GESTIÓN FINANCIERA	2,4	<b>DEBILIDAD MAYOR</b>
ENTORNO FINANCIERO	2,2	<b>DEBILIDAD MAYOR</b>

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se enuncia de manera más específica las fortalezas y debilidades que se encontraron en cada una de las variables estudiadas, en todos los casos se exponen debilidades en las variables que evaluadas de manera global resultaron debilidad Menor, esta información permite identificar los puntos críticos de atención en que se debe intervenir cada variable para mejorar el manejo del área financiera del sector.

**Tabla 2.** Principales fortalezas y debilidades por variable.

VARIABLE	FORTALEZAS	DEBILIDADES
CONTABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 97% las empresas conservan adecuadamente los soportes contables.</li> <li>- El 95% registra las operaciones de manera permanente.</li> <li>- El 93% de las empresas llevan contabilidad</li> <li>- El 92% de las empresas tiene como contador a un profesional en el tema.</li> <li>- El 82% de las empresas procuran tener la información actualizada por día.</li> <li>- El 77% de las empresas poseen estados financieros actualizados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solo el 55% de las empresas encuestadas ha realizado el despliegue del plan único de cuentas, para adaptarlo a sus necesidades.</li> <li>- Tan solo el 8% de las empresas del sector manejan contador interno.</li> <li>- El 33% no toma sus decisiones con base en los estados financieros.</li> <li>- La contabilidad es llevada solo como un requisito Tributario y no se le da la verdadera importancia que se merece.</li> </ul>

PRESUPUESTOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 72% de las empresas del sector elabora flujo de caja y le hace seguimiento.</li> <li>- En el 67% de las empresas se realiza algún proceso de presupuestación.</li> <li>- El 65% de las empresas realiza un presupuesto de ventas anual.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 70% no incluye la presupuestación dentro de los objetivos estratégicos de la empresa.</li> <li>- El 70% de las empresas no considera importante la determinación de las necesidades de capital de trabajo.</li> <li>- Solo en el 30% de las empresas, se considera importante realizar proyecciones de estados financieros.</li> <li>- El 55% de las empresas que realizan presupuesto de ventas, no lo hacen basadas en una investigación objetiva de mercados.</li> </ul>
CAPITAL DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 65% de las empresas concede crédito.</li> <li>- Existen criterios específicos para conceder crédito en el 53% de las empresas que lo otorgan.</li> <li>- Los proveedores conceden crédito al 98% de las empresas.</li> <li>- Los empresarios tienen claros los requisitos necesarios para conseguir crédito de proveedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 83% no analiza los estados financieros de sus clientes para conceder crédito, el 75% no evalúa la capacidad de pago y en el 88% no existen procedimientos para el estudio y la aprobación de créditos a clientes.</li> <li>- El 50% no realiza un seguimiento y control de las cuentas por cobrar.</li> <li>- El 40% de los empresarios no posee registros históricos de las relaciones con sus proveedores.</li> </ul>
TRIBUTARIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 92% conoce claramente sus obligaciones tributarias.</li> <li>- El 85% sabe cuáles son las sanciones por no cumplir con las obligaciones tributarias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 45% de las empresas del sector ha sido llamado al menos una vez por la DIAN para alguna solicitud.</li> <li>- El 45% de los empresarios no saben que es la información exógena.</li> </ul>
COSTOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 82% utiliza la información de costos para la fijación de precios.</li> <li>- El 63% mantiene una clara clasificación de los costos y gastos para las cuentas que opera la empresa.</li> <li>- El 60% tiene un proceso definido para la fijación de precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 97% no maneja un sistema de costo de ventas.</li> <li>- El 70% no considera el tema de costos como un objetivo estratégico.</li> <li>- Solo en el 18% existen políticas de gestión de costos que son compartidas por la empresa.</li> <li>- En el 88% de empresas del sector, el sistema contable no está integrado con los costos.</li> <li>- El 65% no calcula algún margen de utilidad.</li> <li>- El 82% no posee información útil para calcular el punto de equilibrio para los productos en diferentes periodos de tiempo.</li> </ul>
ANÁLISIS GESTIÓN FINANCIERA		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Al 80% de las empresas no les parece importante, por tanto no consideran relevante tomar decisiones de capitalización</li> <li>- El 68% no realiza análisis financiero.</li> <li>- El 75% no genera informes de los estados financieros a la empresa o a los socios.</li> </ul>

<p>CONOCIMIENTO ENTORNO FINANCIERO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 93% tiene historial satisfactorio en el sistema financiero.</li> <li>- El 92% en la actualidad cumple con los requisitos de un crédito.</li> <li>- El 55% conoce las líneas de crédito para MIPY-MES y sus condiciones.</li> <li>- El 53% conoce los productos del sistema financiero que le serían útiles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 83% de las empresas no sabe nada al respecto de las Normas Internacionales de Información Financiera.</li> <li>- Solo el 13% conoce que son los bancos de segundo piso</li> <li>- Un 52% dice conocer todos los servicios que ofrece un banco, pero tan solo un 12% de estos sabe que es un factoring.</li> </ul>
--	--	---

Fuente: Elaboración propia.

A continuación se enuncian algunas sugerencias básicas y puntuales de cómo reforzar las fortalezas y mejorar las debilidades encontradas en cada una de las variables analizadas.

**Contabilidad.** Es conveniente mantener la organización y dedicación en lo correspondiente al registro de las operaciones de la empresa y los soportes contables de estas; dar la verdadera importancia que se merece el área de contabilidad en la empresa y no mirarla solo como requisito tributario, esto le admitirá al empresario no solo Servir de fuente fidedigna de información ante terceros, sino también le permitirá el desarrollo de estrategias de crecimiento en el mercado; que las empresas cuenten con la presencia de tiempo completo de los contadores o al menos que se aumente la dedicación a las actividades propias de la organización y no que éstos se limiten a la recepción de soportes contables, y que esta presencia en las empresas propicie el trabajo de la mano con los empresarios, así entenderán cómo se obtienen los resultados de sus informes financieros y lo que éstos significan para el funcionamiento de la empresa, permitiéndoles a su vez tener bases para la toma de decisiones; implementar un software contable en las empresas del sector que sea entendido por la gerencia y por el contador, que proporcione información en tiempo real de costos, inventarios y demás información financiera, que facilite el trabajo de ambas partes.

**Presupuestos.** Se sugiere, que los empresarios creen conciencia sobre la importancia de la planeación (asignación de recursos), al interior de sus organizaciones; que las empresas se fijen objetivos estratégicos y metas al menos en lo que respecta a ventas, costos, gastos y obligaciones financieras; que los empresarios cuenten permanentemente con información actualizada que sirva de base para la realización de presupuestos, como: historial de ventas año tras año, indicadores de gestión del sector real, históricos financieros de la empresa, estadísticas o proyecciones del sector y/o estudios del sector, que les deje conocer el desarrollo del mercado en el que se encuentran.

**Capital de Trabajo.** En el momento de otorgar créditos a sus clientes los empresarios deberían tener en cuenta los plazos e intereses que establecen sus proveedores, a la hora de fijar las condiciones de los créditos, de tal manera que el plazo en el que los clientes deben pagar, sea en lo posible el mismo que le ha sido dado por los proveedores, para que no afecte el capital de trabajo de las empresa o un plazo menor que resultaría beneficioso porque le permitiría a ésta financiarse por más días; Se deben fijar políticas en las empresas y determinar procesos específicos para otorgar créditos, con el fin de evitar inconvenientes; que el empresario haga uso de herramientas más accesibles como la obtención y confirmación de referencias comerciales de otros proveedores de confianza de sus clientes o consultar el comportamiento de pago en centrales de información crediticia como Data crédito,

la CIFIN ( Central de Información Financiera administrada por Asobancaria) o la Central de Riesgos de la Superintendencia Bancaria; así mismo que el empresario tenga en cuenta la importancia que merece el área de capital de trabajo dentro de las funciones administrativas de su empresa, ya que del correcto manejo que se le dé a los recursos propios de la empresa depende en gran medida que dicho negocio sea un éxito o un completo fracaso.

**Tributaria.** Las empresas del sector deben mantener el manejo organizado de la contabilidad y la responsabilidad en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones tributarias; Los empresarios de la mano de los contadores deben realizar una planeación tributaria que permita obtener un ahorro en impuestos y de esta manera mejorar la rentabilidad de las empresas del sector, permitiéndoles de igual forma llevar un excelente desarrollo en el proceso de toma de decisiones financieras.

**Costos.** Es bueno que los empresarios del sector comprendan la importancia de realizar una mejor clasificación de los costos y gastos a pesar de ser una empresa comercializadora, esta clasificación garantizará al empresario ofrecer mejores precios a sus clientes o incrementar los ingresos netos de su empresa; se debe interrelacionar el software que se encuentra en las cajas de los almacenes, junto con el sistema de área de almacenamiento o bodega y con el sistema contable de la empresa con el fin de adaptarlo a las necesidades específicas de la empresa, de esta manera se obtendrá un control permanente de las entradas y salidas de los productos, que permitirá tener información en tiempo real para hacer seguimiento permanente y sin retrasos así como también facilitara la fijación del precio de los productos sin pasar por alto ningún aspecto.

**Análisis financiero.** Es importante que las diferentes actividades del área financiera se realicen de manera detallada y articulada con el fin de establecer las mejores estimaciones y predicciones posibles sobre las condiciones y resultados futuros de la empresa. Los empresarios deben trabajar muy de la mano de sus contadores en este aspecto, de esta forma podrán asimilar el verdadero valor de la información financiera de sus empresas y así mismo desarrollar herramientas e indicadores que faciliten el análisis de esta información; que el estudio de la información le permita al empresario no solo mirar un dato contable sino además también, llevarlo al desarrollo de acciones de mejoramiento. Que el análisis de esta variable le permita al empresario tomar decisiones de capitalizar la empresa, esto con el fin de ampliar su mercado ya sea a nivel local o nacional.

**Conocimiento del entorno financiero.** Se hace fundamental que los empresarios cambien la percepción que tienen hacia el sistema financiero y que comprendan que las experiencias pasadas con éste, se deben en gran parte a falta de planeación y organización en el cumplimiento de sus obligaciones financieras. Por otro lado es importante que el estado y las entidades financieras presenten a los empresarios mediante ejemplos prácticos para el sector cómo se pueden aprovechar los productos y herramientas que ofrecen, esto se puede hacer mediante el desarrollo de ruedas de negocio que permitan a los empresarios que han obtenido beneficios compartir sus experiencias con aquellos que hasta ahora se empiezan a interesar por el tema.

## **CONCLUSIONES**

El sector supermercados e hipermercados del departamento de Boyacá se caracteriza por tener empresas de tipo familiar.

Los resultados obtenidos señalaron un desempeño apenas aceptable en el manejo del área financiera.

Se destaca el interés que muestran las empresas con ingresos superiores a diez mil millones de pesos quienes durante el desarrollo de la investigación se caracterizaron por mostrar un desarrollo más organizado y controlado de las finanzas, con valorizaciones muy sobresalientes con respecto a los demás grupos de empresas.

Los aspectos tributarios y contables son los que reciben mayor atención por parte de los empresarios; la actividad contable aun cuando es importante para las empresas, solo es aprovechable en la medida que cumpla con las condiciones y requerimientos de los aspectos exigidos por la DIAN (2008), de ahí su relación directa con el área tributaria.

El área de presupuestos en el sector se basa en los prejuicios que cada empresario tiene sobre el mercado en el que se mueven, notándose la ausencia de procesos de presupuestación, de análisis de la gestión financiera y aspectos de costos.

Los empresarios del sector no analizan el entorno financiero del que disponen, no se interesan por los productos que les pueda ofrecer el entorno financiero y aspectos tan importantes como la transición del sistema contable del país a las NIIF en Colombia son completamente desconocidos en el sector.

## **RECOMENDACIONES**

Es fundamental hacer difusión y socialización de los resultados obtenidos, en la que participen los empresarios del sector, las autoridades locales y regionales, y la Universidad; actividad que permita generar conciencia sobre la incidencia negativa que puede tener para el sector no realizar una correcta gestión financiera, así como la importancia de actuar en el corto plazo en el fortalecimiento de las falencias encontradas en el área financiera.

En compañía de la cámara de comercio y los entes gubernamentales de cada ciudad se pueden realizar ruedas de negocio con los empresarios del sector supermercados e hipermercados del departamento de Boyacá donde se muestre la importancia que posee el sector retail en el desarrollo de la economía de la región y la relevancia que tiene el uso y manejo adecuado del área financiera dentro del mismo.

Se sugiere, que las Instituciones de Educación Superior formulen y estructuren proyectos con el acompañamiento de los empresarios y organizaciones públicas y privadas, en los que se determinen las actividades puntuales a desarrollar en pro del fortalecimiento de la gestión financiera del sector, estructura en la que se establezcan programas de capacitación y asesoría a los empresarios, así como los medios para la consecución de recursos que se utilizaran en la realización de estas capacitaciones o asesorías.

Vincular a docentes y estudiantes de programas relacionados con administración, contaduría y/o finanzas, que estén cursando últimos semestres y que hayan obtenido

el mejor desempeño en las asignaturas de la línea de finanzas y contabilidad, para que participen en estas capacitaciones y de esta manera además de aportar en el fortalecimiento de la gestión de las empresas, se pueda medir su capacidad en la solución de problemas reales, o como una primera oportunidad de empleo.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Burbano, J. (1989). Presupuestos. Enfoque moderno de planeación y control de recursos. (pp.6, 14, 64, 66, 71, 84, 104, 189, 209, 221). Mc Graw Hill.
- Carillo, G. (2001). Fundamentos de Contabilidad para profesionales no contadores, (17va. ed.). (pp. 3-42-324).
- Coral, L. y Gudiño, E. (2009). Contabilidad Plus, (6ta ed.). (pp.10, 11,283, 294, 299, 326, 330, 331, 332, 334). Bogotá D.C.: Mc Graw Hill.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2009). Metodología Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas, colección Documentos actualización 2009. Núm. 58. (p. 44). Bogotá D.C.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (14 de marzo de 2013). Boletín de prensa - Grandes Almacenes e Hipermercados Minoristas y Comercio de Vehículos Automotores Nuevos - IV Trimestre de 2012. (p. 1). Bogotá D.C.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] (Marzo 21 de 2013). Comunicado de prensa - Producto Interno Bruto – Cuarto Trimestre y Total Anual 2012. (pp. 1-3). Bogotá D.C.
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN] (2008). Estatuto Tributario (pp. 197-270). Bogotá D.C.: Editorial Legis.
- García, O. (1999). Administración Financiera. (3ra ed.). (pp. 10, 13, 69, 158,159, 190,200, 361, 362, 410,445, 530, 532).
- Gitman, L. (2003). Principios De Administración Financiera. (10ma ed.). (p.530). México: Pearson Educación.
- Gómez, O. (1981). Contabilidad de Costos. (pp. 4-6-7-19). Mc Graw Hill.
- Morales, M. (29 de julio de 2012). Se Duplica la Clase Media en Colombia. Redacción de Economía y Negocios. Bogotá D.C. PORTAFOLIO. Recuperado 15/02/2013 de: <http://www.portafolio.co/negocios/se-duplica-la-clase-media-colombia>. (p. 1).
- Ortiz, H. (2006). Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera. (13va ed.). (pp. 35-37, 82, 93-95, 215, 216, 241, 246, 329, 351, 542-543). Bogotá D.C.: Universidad Externado de Colombia.
- Rodríguez, C (2012). Manual práctico de IVA y Facturación. (p 39) Bogotá D.C.: Editorial Legis.

Serrano, J (2005). Mercados Financieros. (p 17) Bogotá D.C.: Editorial Planeta Colombia.

Serrano, J (2012). Guía legis para la declaración de renta. (p 31) Bogotá D.C.: Editorial Legis.