

SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN
SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ

ESTEFANÍA BEDOYA MONTOYA
JUAN CAMILO CORRALES GÁLVEZ

Trabajo de grado para optar el título de Contador Publico

UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
CONTADURÍA PÚBLICA
TULUÁ
2019

SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN
SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ

ESTEFANÍA BEDOYA MONTOYA
JUAN CAMILO CORRALES GÁLVEZ

Trabajo de grado para optar el título de Contador Publico

UNIDAD CENTRAL DEL VALLE DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
CONTADURÍA PÚBLICA
TULUÁ
2019

Nota de aceptación

Firma del director de monografía

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Tuluá, junio 27 de 2019

DEDICATORIA

Este trabajo de grado es dedicado a Dios por todas las bendiciones, a nuestros padres, hermanos y familia que han sido nuestro apoyo y motivación para cumplir nuestros sueños; al director de la tesis por enseñar y guiar para la realización del trabajo y a cada una de las personas que nos han ayudado a lo largo de la vida.

- ESTEFANÍA BEDOYA MONTOYA
- JUAN CAMILO CORRALES GÁLVEZ

AGRADECIMIENTO

Es nuestro deseo agradecer a docentes, directivos docentes, amigos y compañeros de clase, con quienes compartimos durante todos estos años de formación profesional, a todos ellos nuestros mas sinceros agradecimientos y los llevamos en el corazón.

- ESTEFANÍA BEDOYA MONTOYA
- JUAN CAMILO CORRALES GÁLVEZ

CONTENIDO

1.1	INTRODUCCIÓN.....	16
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1	ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	18
1.2	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	19
1.3	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
1.4	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	21
2.	JUSTIFICACIÓN	22
2.1	JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	22
2.2	JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	23
2.3	JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	23
3.	OBJETIVO.....	25
3.1	OBJETIVO GENERAL.....	25
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	25
4.	MARCO REFERENCIAL	26
4.1	MARCO DE ANTECEDENTES.....	26
4.2	MARCO TEÓRICO	29
4.3	MARCO CONCEPTUAL.....	32
4.4	MARCO LEGAL.....	33
4.5	MARCO CONTEXTUAL	35
5.	DISEÑO METODOLÓGICO.....	38
5.1	TIPO DE ESTUDIO	38
5.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	38
5.3	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	40
5.4	COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA	41
5.4.2	SELECCIÓN DE LA MUESTRA	41
5.4.3	SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	42
6.	PLAN OPERATIVO	43
6.1	Nombres de las personas que participan en el proceso.....	43
7.	CRONOGRAMA	44
8.	LOS ASPECTOS SOCIALES DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ	45
8.1	CONTEXTO GENERAL.....	45
9.	LOS ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ	63

10. LOS ASPECTOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ	71
11. CONCLUSIONES	96
12. RECOMENDACIONES.....	98
BIBLIOGRAFÍA.....	99
ANEXOS	102

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Idea de Negocio.....	48
Gráfico 2 Condiciones de la Empresa	49
Gráfico 3 Visión de la Empresa	49
Gráfico 4 Constitución de Empresa	50
Gráfico 5 Objetivos de la Empresa	51
Gráfico 6 ¿Quien define los objetivos?.....	52
Gráfico 7 ¿Los objetivos están documentados?.....	52
Gráfico 8 ¿Son necesarias todas las funciones y actividades de la empresa para el alcance de los objetivos?	53
Gráfico 9 ¿Cree usted que la relación Precio-Calidad se ve reflejada en sus productos?	54
Gráfico 10 ¿Satisface las necesidades económicas, sociales y personales de los miembros?	55
Gráfico 11. ¿Las tareas exigen personal calificado?	56
Gráfico 12 ¿Cree usted que la imagen que ofrece la empresa al cliente es positiva? ...	57
Gráfico 13 ¿Cree usted que la imagen que ofrece la empresa al cliente es positiva? ...	58
Gráfico 14 ¿Tiene en cuenta las opiniones o recomendaciones de los clientes?	58
Gráfico 15 ¿Cree usted que existe una buena comunicación entre gerentes y empleados?	59
Gráfico 16 ¿La empresa logra tener rentabilidad con sus productos?	60
Gráfico 17 ¿Cree usted que la empresa cuenta con una competencia específica en el municipio de Tuluá?	61
Gráfico 18 Rango de edad	61
Gráfico 19 Control de plagas y fumigación	63
Gráfico 20 Medidas de protección del medio ambiente	63
Gráfico 21 ¿Qué tipos de residuos clasifica usted dentro de la empresa?	64
Gráfico 22 ¿Qué aspectos cree usted que dificultan la clasificación de los residuos? ...	65
Gráfico 23 ¿Dentro de las funciones de los empleados se encuentra alguna relacionada con el tema ambiental?	66

Gráfico 24 ¿Cree que la empresa está comprometida con el cuidado y conservación del medio ambiente?	67
Gráfico 25 ¿Considera que la empresa debe tomar medidas de prevención, corrección y mitigación de la contaminación ambiental?	67
Gráfico 26 Las condiciones ambientales en los puestos de trabajo.....	68
Gráfico 27 ¿La empresa cuenta con las normas básicas de seguridad laboral?	69
Gráfico 28 ¿Cuenta la empresa con avisos o señalizaciones para evitar accidentes en el área laboral?	70
Gráfico 29 ¿La empresa suministra Estados Financieros?	71
Gráfico 30 ¿Cuántas personas conforman la empresa?	72
Gráfico 31. ¿Quién toma las decisiones en la empresa?	72
Gráfico 32 ¿Cuál es la principal fuente de financiación a corto plazo que tiene la empresa?	73
Gráfico 33 ¿En los últimos 3 años cuantas veces ha acudido al sistema financiero a solicitar crédito para su empresa?.....	74
Gráfico 34 ¿La empresa cuenta con contrato de empleo que incluya el salario de los empleados?	75
Gráfico 35 ¿Cuenta la organización con un Software Contable?	76
Gráfico 36 Soportes contables	76
Gráfico 37 ¿La organización paga impuestos?	77
Gráfico 38 ¿Se realizan auditorias de pérdidas y ganancias constantemente?	78
Gráfico 39 ¿Cree usted que la reforma tributaria afecta el desarrollo de la empresa? ..	78

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Responsabilidad Social Corporativa.....47

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Balance Frutería Las Delicias.....	80
Tabla 2 Estado Financiero Frutería las Delicias	81
Tabla 3 Indicadores Financieros Frutería las Delicias	82
Tabla 4 Balance Cafetería a tu gusto	86
Tabla 5 Estado Financiero Cafetería a tu Gusto.....	87
Tabla 6 Indicadores Financieros Cafetería a tu Gusto.....	88
Tabla 7 Balance El Buen Sabor	91
Tabla 8 Estado Financiero El Buen Sabor.....	92
Tabla 9 Indicadores Financieros El Buen Sabor.....	93

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A Entrevista para recolección de información sobre las empresas..... 102

GLOSARIO

Estrategias: Se trata de acciones que se realizan para alcanzar determinados objetivos de marketing como lanzar al mercado un producto nuevo o incrementar la participación o las ventas.

Establecimiento comercial: Se consideran establecimientos comerciales los locales, las construcciones, las instalaciones o los espacios cubiertos o sin cubrir en que se desarrollan actividades comerciales, tanto si éstas se producen de manera continuada, periódica u ocasional e independientemente que se realicen con intervención de personal o con medios automáticos.

Impuestos: son los tributos más importantes, a través de los cuales, se obtiene la mayoría de los ingresos públicos.

La competitividad: puede ser entendida de diversas formas, pero en definitiva se trata de vencer a la competencia del sector, utilizando para ello herramientas comerciales y empresariales que permitan adquirir una posición dominante para el negocio en dicho mercado.

Mercado: es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas.

PYMEs: es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados.

Posicionamiento: término vinculado al ámbito del marketing, puede ser la imagen que ocupa una marca, empresa, producto o servicio en la mente de los usuarios. El

citado posicionamiento se elabora a partir de la percepción que tiene el consumidor de la marca y en comparación sobre la competencia de la empresa.

Sectores económicos: corresponden a la división de la actividad económica de un Estado o territorio, e incluye todas las etapas de exploración de los recursos naturales, hasta la industrialización, la preparación para el consumo, la distribución, y la comercialización de bienes y servicios.

Sostenibilidad Empresarial: Una empresa sostenible: que es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general.

RESUMEN

En este documento se presentan los resultados del análisis de la sostenibilidad de las empresas frutería las delicias, el buen sabor y cafetería a tu gusto ubicadas en el municipio de Tuluá. De acuerdo con la definición y naturaleza de la sostenibilidad empresarial, una empresa es sostenible cuando crea valor económico, medioambiental, en la actualidad las empresas trabajan en buscar un desarrollo sostenible lo que le permite a la empresa generar una buena imagen, y contribuir al cuidado y conservación del medio ambiente, de igual forma las empresas aumentan sus ingresos, y mejoran el clima laboral. Para el logro del objetivo del trabajo el documento aborda en primer lugar el análisis de los aspectos sociales, luego se determinan los factores ambientales, posteriormente se pueden identificar los aspectos económicos de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y cafetería a su gusto en la ciudad de Tuluá, a través de la aplicación de una encuesta que ayudo a determinar los impactos positivos y negativos de la sostenibilidad empresarial.

Palabras clave: Sostenibilidad, Desarrollo, Pyme, Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto.

ABSTRACT

This document presents the results of the analysis of the sustainability of greengrocers, delights, good taste and coffee shop to your liking located in the municipality of Tuluá. According to the definition and nature of business sustainability, a company is sustainable when it creates economic, environmental value, nowadays companies work in search of a sustainable development which allows the company to generate a good image, and contribute to the care and conservation of the environment, in the same way companies increase their income, and improve the working environment. To achieve the objective of the work, the document first addresses the analysis of social aspects, then the environmental factors are determined, later you can identify the economic aspects of the companies Frutería delicias, The good taste and cafeteria to your liking in the city of Tuluá, through the application of a survey that helped determine the positive and negative impacts of business sustainability.

Key words: Sustainability, Development, Pyme, Frutería delicias, The good taste and Cafeteria to your liking.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere al tema sostenibilidad de las empresas frutería las delicias, el buen sabor y cafetería a tu gusto ubicadas en el municipio de Tuluá, estas empresas abarcan el sector Pymes, de la ciudad, el cual abarca el mayor tejido empresarial de las economías aportando un desarrollo social, económico, ambiental donde las empresas se pueden abarcar con flexibilidad los entornos nacionales e internacionales, por ende cada una de las empresas mencionadas anteriormente cuentan con una competencia directa y varias indirectas lo cual hace que estas estén diariamente trabajando para sostenerse en el mercado y lograr un posicionamiento.

Frutería las delicias y/o Luis Alfonso Rico, es una heladería, donde ofrecen variedades de productos tales como: helados, ensaladas de frutas, jugos naturales, canastas tropicales, crepes, waffles, sándwiches etc. Cafetería a tu gusto y/o Lucia González y El buen Sabor y/o Amelia Vinazco, administran cafeterías las cuales ofrecen productos tales como: pandebonos, buñuelos, variedad de pan, almojábanas, jugos naturales, jugos artificiales, gaseosas, empanadas de cambray, desayunos etc.

La sostenibilidad empresarial abarca tres factores importantes la parte social, la ambiental y la económica, esto quiere decir que las empresas se están midiendo por ofrecer bienes y servicios que generen impactos positivos, es importante mencionar que ahora en día una buena empresa es aquella que se preocupa por estos tres factores ya que estos contribuyen al bienestar y al progreso de las generaciones presentes y futuras de toda la población.

Por ello, el objetivo de este trabajo es Identificar los aspectos sociales, determinar los aspectos medioambientales y analizar los aspectos económicos de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicadas en municipio de Tuluá, que contribuya al mejoramiento de cada una de las empresas,

por ende se estudiaron cada uno de los factores presentados para dar una mejor comprensión y comparación de las problemáticas, cambios y las soluciones que abarca cada una de las empresas, entendiendo que estamos en el mismo sector y que entre estas mismas empresas pueden tener una competencia directa, pero lo que podemos comprender del estudio realizado es que la manera como cada gerente y/o dueño tiene una concepción diferente del manejo de su organización y aunque sus ideas casi siempre llegan al mismo fin, estas personas consideran de maneras diferentes la competencia del mercado, ya que estas empresas en la actualidad se encuentran sostenible y posicionadas en el sector del municipio de Tuluá.

Para lograr los resultados esperados se realizaron unas encuestas las cuales nos proporcionaron la información que nos ayudó a encontrar, analizar y registrar ciertos hallazgos que permiten sustentar los resultados de la prueba piloto.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

En cuanto al tema tratado, se investigaron diferentes fuentes de información acerca de la sostenibilidad de una PYME como ente económico, en un determinado lugar, en el caso de Colombia se pueden identificar diferentes antecedentes, como:

Vásquez¹ determinó según su estudio efectuado, establece que las PYMEs son un componente fundamental para el desarrollo económico y social de cualquier país, en Colombia no la excepción, en donde el 99,9% representan las empresas micro y medianas constituidas actualmente, concentrando el 81% de los empleados a nivel nacional²; aun así, las PYMEs presentan un alto índice de mortandad empresarial en los primeros años de funcionamiento³, evidenciando que solo el 12,61% de los negocios logran superar los 42 meses de permanencia en el mercado, a causa de diversos factores, como la ausencia de planeación estratégica de largo plazo que le permita a los negocios emprendedores del país alcanzar un posicionamiento en el mercado, la competitividad y la sostenibilidad.

En realidad, la constitución de una PYME en Colombia es relativamente sencillo, pero en cuestión de obstáculos que pueden afrontar las PYMEs en el mercado, estos son múltiples los retos que se pueden encontrar, tanto internos como externos, que deben enfrentar las organizaciones para poder alcanzar una etapa de madurez empresarial, especialmente durante los primeros años de funcionamiento

¹ VÁSQUEZ, Silva. Análisis del sector desarrollo sostenible en Colombia.

² Según fuente Fedesarrollo, 2013. [Consultado: 20 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://www.fedesarrollo.org.co/>

³ Evidenciado en los resultados del estudio GEM (Global Entrepreneurship monitor, 2009)

que son los más críticos y decisivos para el futuro de cualquier empresa, es por esto que se hace indispensable emplear estrategias que les permitan ser sostenibles a largo plazo, en un entorno altamente competitivo por empresas tanto nacionales como internacionales, siendo este uno de los propósitos fundamentales al que deberían apostar los empresarios colombianos para crear un impacto positivo en la sociedad y aportar a la competitividad nacional.

Para Colombia el turismo se ha convertido en un factor clave para dinamizar la económica interna, generando empleo y consumo por parte de colombianos y extranjeros; explica Ramírez Santisteban⁴, a esto viene ligado el sector de cafeterías y restaurantes el cual viene creciendo en promedio a tasas del 7% anuales e innovando rápidamente.

El desarrollo sostenible se refiere al progreso que experimenta la empresa como consecuencia de su evolución a lo largo del tiempo. Conseguir una imagen corporativa o imagen de marca, consolidar una posición competitiva determinada, alcanzar un buen ambiente de trabajo o convertirse en una empresa socialmente responsable

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

De acuerdo con el Dr. Ricardo Barrón Araoz⁵, la sostenibilidad es una de las estrategias que en el mundo de negocios está dando excelentes resultados en estos últimos tiempos del mundo globalizado en que la competencia cada día con mayor agresividad.

⁴ RAMÍREZ SANTISTEBAN, María Alejandra. Raddar CKG.

⁵ BARRÓN ARAOZ, Ricardo Doctor de ciencias contables y empresariales, Contador Público, máster en administración de empresas

Adicional a lo anterior según el informe anual de gestión del año 2016⁶ las renovaciones realizadas durante el este año tuvieron un cumplimiento del 97,1% y según el informe de sostenibilidad del año 2017⁷ tuvieron 14.757 renovaciones realizadas por la Cámara de Comercio de Tuluá, lo cual denota el 103,3% en cumplimiento con la meta establecida y el 2% de aumento frente al año anterior.

El desarrollo de la investigación es importante para identificar los factores que generan una delimitación en el crecimiento y sostenibilidad de las PYMEs en el sector de Tuluá, además de analizar si las estrategias implementadas en la actualidad son eficientes y productivas para las empresas, se aportan diferentes perspectivas a nivel social, económico y ambiental; se podría aclarar la situación actual en cuestión de sostenibilidad y posicionamiento en el mercado actual, teniendo en cuenta la competencia directa e indirecta, se realizara la investigación con el propósito de entender las causas y efectos del poco crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto⁸.

⁶ Informe anual de gestión del año 2016. [Consultado: 16 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://camaratulua.org/wp-content/uploads/2016/02/calidad/page/INFORME-ANUAL-DE-GESTI%C3%93N-A%C3%91O-2016-SIC.pdf>

⁷ Informe de Sostenibilidad del año 2017 [Consultado: 18 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://camaratulua.org/wp-content/uploads/2016/02/calidad/page/Informe-de-Sostenibilidad-2017-C%C3%A1mara-de-Comercio-de-Tulu%C3%A1.pdf>

⁸ Los nombres de las empresas estudiadas fueron modificados ya que de acuerdo al principio de confidencialidad las empresas no permitieron revelar sus nombres reales, pero si nos darán su información financiera y los demás datos necesarios para continuar con la elaboración del trabajo de grado.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los factores que limitan la sostenibilidad de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicados en el municipio de Tuluá?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo se identifican los aspectos sociales de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto en la ciudad de Tuluá?

¿Cómo se determinan los Aspectos Ambientales de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto en la ciudad de Tuluá?

¿Cómo se pueden analizar los aspectos económicos de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto en la ciudad de Tuluá?

2. JUSTIFICACIÓN

2.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Para el desarrollo del trabajo se implementarán técnicas y procesos de medición para establecer el comportamiento de las PYMEs en el sector cafeterías y restaurantes, para Montenegro (2004) la medición del desempeño es una actividad donde se determinan las medidas de desempeño necesarias para mejorar, ajustar o regular una determinada actividad. Montenegro, define un sistema de medición de desempeño como un conjunto integrado de indicadores individuales que tiene como objetivo el informar el desempeño de las actividades de la PYME, El objetivo de la aplicación de medidas de desempeño de una PYME es para establecer si esta va por el camino indicado para alcanzar las metas estratégicamente establecidas.

La implementación de diferentes conceptos y determinadas estructuras para desarrollar un plan de negocio exitosos en el sector cafeterías y restaurantes; Para Cooper, Floody y Mcneil⁹, se deben de tener en cuentas diferentes aspectos al momento de administrar una PYME en el sector de cafeterías y restaurantes, El propietario como empresario y anfitrión, el servicio y producto ofrecido, las tendencias y las costumbres del cliente; teniendo en cuenta estos factores y criterios, lo que se pretende conocer es si las estrategias implementadas para el desarrollo correcto de las actividades de la empresa se están haciendo de manera correcto, y si con lo planificado y ejecutado se logra cumplir con los objetivos establecidos; también, como la integración de estos conceptos pueden relacionarse con el crecimiento y estabilidad de las PYMEs en el sector cafeterías y restaurantes en el municipio de Tuluá.

⁹ COOPER, Brian; FLOODY Brian, MCNEILL Gina. Como iniciar y administrar un restaurante [libro en línea] traducción: Affán Buitrago, Grupo editorial Norma, [Consultado: 18 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <http://lanuevaeconomia.com/leer-gratis-el-libro-como-iniciar-y-administrar-un-restaurante-escrito-por-brian-cooperbrian-floodygina-mcneill.html>

2.2 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

En la investigación se implementan el estudio descriptivo, para la estructuración y caracterización del comportamiento del sector cafeterías y restaurantes en la ciudad de Tuluá y sus alrededores; también, se utiliza el método inductivo, según el cual “el método inductivo, se parte de particularidades para determinar premisas de carácter general, este método surge de supuestos, definiciones y conceptos hipotéticos que derivan de una ley general donde se pongan de manifiesto la definición del comportamiento coincidente entre los aspectos señalados; es decir, parte de los particular para señalar lo general”¹⁰, según Namakforoosh.

La aplicación del estudio descriptivo y el método inductivo, nos ayudan con el análisis necesario para entender el comportamiento y las tendencias del sector cafeterías y restaurantes, la importancia de estas empresas en la económica colombiana, el desarrollo y la sostenibilidad, específicamente las PYMEs en el municipio de Tuluá.

2.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La importancia de las PYMEs del sector cafeterías y restaurantes en Colombia es fundamental para la económica, a nivel empresarial en Tuluá también se destaca, representado el sector de Comidas con 17,5% de participación, traducido en 377 empresas en el 2017, las “Actividades de servicios de comidas y bebidas” cuentan con un total de 356 matrículas y la actividad o división¹¹ a diferencia del año 2016, donde este sector contaba con un porcentaje de participación del 13 % del mercado; este segmento del mercado se encuentra en continuo ascenso según lo informado

¹⁰NAMAKFOROOSH, 2005, p.32

¹¹ INFORME SOCIOECONÓMICO, demográfico de la región Área de influencia Cámara de comercio de Tuluá 2017. [Consultado: 20 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: Fuente Cámara de Comercio.

por la Cámara de Comercio, los establecimientos pertenecientes al sector cafeterías y restaurantes no solo contribuyen al crecimiento económico del municipio, también son fundamentales para el día a día de sus habitantes, no solo porque ofrecen empleo si no porque ocupan una demanda necesaria para el desarrollo cotidiano de las actividades de los ciudadanos.

El análisis de la sostenibilidad y posicionamiento de las PYMEs del sector cafeterías y restaurantes, ya sea como entidad financiera o como promotor de innovación en el área culinaria, es fundamental para el crecimiento del municipio de Tuluá, por lo tanto es importante determinar los factores que pueden provocar un riesgo para el desarrollo de las PYMEs en el sector, como impulsar su desarrollo, su importancia en la economía del municipio de Tuluá y su importancia en el mercado para los comerciantes, en el aspecto económico, social y ambiental.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Análisis de la sostenibilidad de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicadas en municipio de Tuluá

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los aspectos sociales de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicadas en municipio de Tuluá.
- Determinar los aspectos medioambientales de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicadas en municipio de Tuluá.
- Analizar los aspectos económicos de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicadas en municipio de Tuluá.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1 MARCO DE ANTECEDENTES

El origen del concepto 'sostenibilidad' con el significado con la que lo conocemos actualmente, se remonta a menos de 30 años: es en 1987 cuando aparece por primera vez en el famoso Informe Brundtland (también titulado 'Nuestro futuro común') elaborado por varios países para la ONU.

En este informe, realizado por una comisión que encabezaba la Doctora Gro Harlem Brundtland, se usa por primera vez el término desarrollo sostenible tal y como lo entendemos en la actualidad. En realidad, surge por la imperiosa necesidad de estudiar y delimitar el impacto que tienen las actividades humanas sobre el medio ambiente, algo ya totalmente necesario y que sí tiene un origen que se remonta a unos años antes.

Ya en 1798, Thomas Malthus publica su "Ensayo sobre el principio de la población", donde explica su famosa "teoría poblacional". En ella dice que la población tiende a crecer más rápido que los recursos. Esto es una realidad en la actualidad, en un mundo superpoblado y cada vez más explotados los recursos. ¡El planeta no tiene tiempo de regenerarse! El término "desarrollo sostenible", hace su primera aparición en un documento oficial firmado por treinta y tres países africanos en 1969, bajo los auspicios de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). En el mismo año, en América nace la Environmental Protection Agency (Agencia de Protección Ambiental), cuyas directrices han influido enormemente en el desarrollo de teorías y prácticas de las políticas ambientales mundiales. En la ley que constituyó la NEPA, (el National Environmental Policy Act de 1969), el desarrollo sostenible se definió como un: "desarrollo económico que pueda llevar beneficios para las generaciones actuales y futuras sin dañar a los recursos o los organismos biológicos en el planeta".

Desarrollo sostenible apareció definido en el informe Brundtland como “Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes SIN comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades”. Como vemos, desde 1798 hasta ahora, se sigue tratando de solucionar los mismos problemas, que cada vez son más graves y evidentes. Se había establecido por primera vez un concepto para relacionar el desarrollo de la humanidad con la necesidad de gestionar de la mejor manera los recursos. Esto implicó un cambio muy importante en cuanto a la idea de sustentabilidad, principalmente ecológica. También implicó algo tan necesario como era enmarcarlo en el contexto económico y social del desarrollo humano.

Por tanto, es gracias a la entrada del concepto de sostenibilidad, de desarrollo sostenible, que se ha comprendido de una vez por todas las necesidades de planteamientos y soluciones globales, todos los problemas están interconectados y hay que hacerlos frente a escala global porque los problemas son globales.

Una empresa sostenible¹²: es aquella que crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esa forma al aumento del bienestar y al auténtico progreso de las generaciones presentes y futuras, en su entorno general.

En las Estrategias sobre sostenibilidad en la empresa, la sostenibilidad figura como sinónimo de “gestión (del riesgo) ambiental” , lo que regula la identificación de los aspectos medioambientales como los principales representantes de la gestión sostenible en la empresa, de lo que se deriva la Responsabilidad social de las empresas, siendo esta una integración voluntaria, por parte de las empresas, de las

¹² Sostenibilidad de las empresas. [Consultado: 24 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>

preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Las Empresas Socialmente Responsables derivan las distintas escalas de valores sociales, morales o ambientales en diferentes ámbitos formando así la sociedad global. En un mismo entorno, las prioridades en relación con estos aspectos cambian a través del tiempo, es por ellos que los recursos naturales se protegen con más énfasis en la actualidad que antes.

La sostenibilidad aplicada a la estrategia empresarial, va más allá del cumplimiento de las obligaciones jurídicas, fiscales o laborales, siendo de vital importancia el aumento en la inversión del capital humano, el entorno y las relaciones con los clientes. La experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente sugiere, aparte de cumplir con todas las leyes, aumentar la competitividad de las empresas. La sostenibilidad contribuye, por tanto, a crear un marco donde las empresas puedan gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y la competitividad, al tiempo que se garantice la protección del medio ambiente y se ponga en valor el impacto social de la actividad empresarial.

La sostenibilidad se identifica como una fuente de reducción de costes y aumento de ingresos. Además, muchas compañías consideran la sostenibilidad como un factor clave para fomentar el crecimiento en nuevos mercados con la vista puesta en la recuperación económica.

4.2 MARCO TEÓRICO

El término posicionamiento fue acuñado en 1969 por Jack Trout¹³, quien escribió: "Posicionamiento es el juego que utiliza la gente en el actual mercado de imitación ; En 1982, con su socio de entonces, Al Ries, presentó su libro Posicionamiento: La batalla por su mente, que luego ha sido traducido a 19 idiomas y que se ha transformado en un referente fundamental de la estrategia competitiva. Vieron el posicionamiento como un antídoto a la “sobre-comunicada la sociedad”, en el que los consumidores estaban ahogando en un mar de mensajes publicitarios. La clave, según este argumento, fue a ocupar una posición única en la mente del consumidor para cortar a través de toda la confusión causada por la proliferación de marcas y el desorden de la publicidad. Para establecerse, hay ser el primero en la mente del cliente, y luego hay que seguir las tácticas para conservar el lugar.

La investigación se desarrollará teniendo en cuenta diversos factores y como se relacionan entre ellos, el vínculo que relaciona el factor social, ambiental y económico, de igual forma en este capítulo se pueden observar las diferentes teorías que sustentan este estudio, y se presentaran las definiciones para el entendimiento al desarrollo del sector cafeterías y restaurantes.

Un restaurante, es un establecimiento en el que alimentos y bebidas son preparados para su consumo ahí mismo. En estos lugares se cobra por el servicio prestado. El término deriva de la palabra restaurare de origen latín, que quiere decir restaurar o recuperar. La finalidad tanto de restaurantes como de los bares, es ofrecer productos y servicios a un público y existen un gran número de variables de este tipo de establecimientos, así como de los tipos de servicios que se prestan en los mismos (Durón, 2006; Dahmer, 1993).

¹³FRANCIS TROUTS, Jhon, fundador y pionero de la teoría del posicionamiento y marketing de guerra en 1996.

Los establecimientos de comida rápida, según Gilbert (2008) y Schlosser (2001), tienen un tiempo de espera muy corto o nulo, dado que la comida se tiene preparada o es de preparación casi instantánea. En estos establecimientos, los clientes hacen fila para ordenar en un mostrador su comida eligiendo de un menú limitado. Normalmente la comida se entrega al cliente en una bandeja o en una bolsa.

Los restaurantes con servicio a la mesa, Mostaedi (1999) explica que los clientes toman asiento y su comida les es servida a la mesa. En algunos casos, alguien del personal del establecimiento acompañará al cliente a su mesa o podrán los clientes también tomar asiento en las mesas de su elección. Los clientes tendrán acceso a algún tipo de menú, ya sea este impreso, puesto en una pizarra o descrito por la persona encargada del servicio.

Neysha Aldridge, directora de mercadeo de WOW Restaurants, compañía que maneja varios restaurantes “fine dining” en Puerto Rico, explica que la característica principal de estos locales es que deben ofrecer a sus comensales una experiencia de alta calidad; Comenzando desde el ambiente que se crea con la decoración del lugar, que es uno especial. Se trabaja con un lugar condicionado con buena luz, con música, con buena vajilla y los utensilios de buena calidad.

María del Carmen Morfin Herrera, expone en este tipo de restaurantes el precio de los productos no es costoso es accesible para todo el público, su característica es que el producto se encuentra estandarizado, y por lo general estas empresas se encuentran manejadas por los mismos dueños. En el sector existen diferentes tipos y clasificación de restaurantes, según nuestra investigación al sector cafeterías y restaurantes serán mencionados a continuación lo cual nos permitirá conocer acerca del mercado el cual se está estudiando y conocer los comportamientos de este sector frente a la categorización que se le da actualmente.

Tipos de restaurantes. Restaurante Familiar: Según Gilbert (2008) y Dittmer (2002) incluyen y explican, son los restaurantes familiares, que ofrecen un servicio pensado

en familias con niños y otros tipos de grupos familiares, y para tener la oferta adecuada, se toman consideraciones en el diseño

Restaurantes gourmet: Estos ofrecen platos que atraen a ciertos aficionados a comidas delicadas y finas. El servicio y el precio se adecuan a la calidad de la comida, por lo que no es raro encontrar a estos en la lista de los más caros.

Restaurantes convenientes: Se trata de establecimientos con un servicio rápido y precio económico, en el cual la limpieza del local debe ser intachable para gozar de la total confianza del consumidor ante los precios tan bajos. En esta categoría es posible encontrar las casas de comidas rápidas.

Clasificación según la categoría. Restaurantes de segunda clase: puede encontrarse bajo el nombre de restaurante turístico. Su establecimiento cuenta con menos lujos y menos espacio, al igual que la carta es mucho más acotado, habiendo pocas variedades. El servicio es menos lujoso, aunque los meseros tienen uniforme.

Restaurante de tercera clase: El acceso al establecimiento es utilizado tanto por clientes como por el servicio y su mobiliario no contiene grandes lujos igual que su cristalería. El uniforme del personal es sencillo y su carta presenta tres o cuatro menús.

Restaurante: su servicio es muy sencillo, encontrándose desde cristalería sencilla hasta servilletas de papel. Su menú cuenta con muy pocas comidas y platillos.

Según la variedad de servicios. Restaurantes de autoservicios: suelen encontrarse en diversos puntos turísticos, como centros comerciales, aeropuertos, ferias, etc. El cliente combina los platos a su gusto y cuenta con precios bajos.

Restaurantes de menú y a la carta: Contienen una variedad de platillos individuales, para que los clientes elijan a gusto y de acuerdo al presupuesto con el que dispongan. Es costumbre dejar propina.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

Con el objetivo de facilitar el entendimiento de la investigación se aclaran factores claves:

Sostenibilidad: satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio y mantenimiento del crecimiento económico.

Competitividad: Capacidad de obtener una rentabilidad superior y unas ventajas estratégicas a los de sus competidores.

Segmentación de mercados: proceso que divide el mercado total de un servicio o bien en varios grupos de un tamaño más reducido, con esta segmentación lo que pretende cualquier empresa es conocer las demandas de ese grupo al que van enfocados sus servicios o artículos.

PYME: Las PYMEs son las pequeñas y medianas empresas, esto es, las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas de no gran tamaño ni facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño.

Franquicia: Sistema de venta de productos de una firma comercial en una tienda de otro propietario y bajo ciertas condiciones económicas.

Reforma tributaria: los impuestos que las personas, empresas u organizaciones deben de pagar al estado por distintos aspectos que conforman las actividades.

Cafeterías y restaurantes: sector en el cual se ofrece el servicio de tratamiento y servicio de alimentos.

El objeto de investigación es el desarrollo de las PYMEs en el sector del valle del cauca, detallando el mercado de Tuluá, las empresas del sector de restaurantes o cafeterías; las empresas que pueden sufrir de síntomas a corto plazo de sostenibilidad, competitividad y posicionamiento en un segmento del mercado.

Se tomarán en cuenta las investigaciones propuestas en los últimos años, para tener en cuenta su evolución en el mercado y la economía, basándose en la sostenibilidad y el desarrollo en Colombia.

4.4 MARCOLEGAL

La Constitución Política Colombiana, en el **Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333**¹⁴, 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. 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.

¹⁴ CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991. [Consultado: 27 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

La ley 590, de 10 de julio del 2000, es conocida como la LEY MIPYMES, fue creada por el congreso de Colombia. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo del micro, pequeñas y medianas empresas.

Esta ley promueve el desarrollo integral de las MIPYMES¹⁵ en consideraciones de sus aptitudes para la generación de empleo, la integración entre sectores económicos y el desarrollo regional, de igual forma la ley estimula la creación y formación de los mercados altamente competitivos para el fomento de la permanencia y el funcionamiento de estas.

FONDO FOMIPYME¹⁶, Pueden acceder las micro, pequeñas y medianas empresas que, en el momento de la solicitud de incentivos, respondan a los parámetros establecidos en el artículo 2° de la Ley 590 de 2000 y demás normas concordantes, y que adelanten programas, proyectos o actividades para su modernización y desarrollo tecnológico.

El Fondo tiene por objeto señalar las condiciones y el procedimiento para acceder a los incentivos del mismo, los cuales están dirigidos a programas, proyectos y actividades de desarrollo tecnológico y de fomento y promoción de las MiPymes.

Certificación ISO 22000: 2005 GlobalSTD¹⁷, Sistema para la seguridad alimentaria reconocido internacionalmente y avalado por la organización ISO, especifica los

¹⁵ MIPYMES, acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa", s una empresa que cuenta con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones.

¹⁶Fondo FOMIPYME: [Consultado: 28 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://encolombia.com/economia/economiacolombiana/emprendimiento/fomipyme/>

¹⁷GlobalSTD, Es una firma de certificación y capacitación reconocida internacionalmente para ofrecer servicios de auditorías de certificación

requerimientos para un sistema de administración para la seguridad alimentaria; cuando una organización necesita demostrar su capacidad para analizar y controlar los peligros físicos, químicos, biológicos y radiológicos en los alimentos, con el fin de garantizar que los alimentos sean seguros en el momento de su consumo humano.

Esta norma está relacionada con el sector de alimentos y es aplicada a todas las organizaciones independientemente de su tamaño, esta norma busca implementar sistemas que les ayuden a proveer servicios y productos seguros.

4.5 MARCO CONTEXTUAL

En la actualidad en las empresas de Cafeterías y Restaurantes¹⁸, los empresarios del sector de los restaurantes en el país, esperan que se registre un crecimiento de por lo menos 1,8 por ciento frente al 2016; según el presidente de la junta directiva de Acodres¹⁹, Juan Carlos Trujillo, el mercado se estancó en el 2017, el segmento en los primeros seis meses no creció, por lo que muchos restaurantes tuvieron que cerrar. El informe que presento el Dane²⁰, sobre el comportamiento del sector mostró una caída del 0,5 por ciento en el primer trimestre del sector de comercio, restaurantes y hoteles. Barreto²¹, presidente de Acodrés, indica que, según estadísticas de la Dian, más de 400.000 establecimientos hacen reporte del

¹⁸ Referencia a aquellos negocios, empresas, instituciones y compañías responsables por alimentos preparados fuera del hogar, referenciándose el sector de restaurantes, panaderías y cafeterías.

¹⁹ ACODRES, Asociación Colombiana de la industria Gastronómica.

²⁰ DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Estudio del comportamiento de sector comercial y de restaurantes del 2016 – 2017.

²¹ BARRETO, Claudia, presidente de ACODRES, impulsa el sector de restaurantes en Colombia para fortalecer el negocio y hacerlo sostenible.

impuesto al consumo, lo que evidencia la magnitud de un sector que, según la propia directiva, había venido en los últimos 5 años con crecimientos superiores a 5%, pero que en 2017 se estancó, además de los impuestos por la reducción en el consumo.

El impacto de la reforma tributaria , tanto en arriendo como en insumos, afecto grandemente el sector de restaurantes, según estadísticas del Dane, que miden al sector como el “consumo fuera de casa”, indican que esta actividad está sustentada en un alto porcentaje en pequeños operadores que compiten con grandes jugadores como IRCC (El Corral), Frisby y McDonald’s; la creación de estrategias de ventajas de estas grandes franquicias y compañías, generan una amenaza para la competitividad de los restaurantes independientes y pequeñas cadenas .

Las PYMEs representan el 99,9% del total de las empresas en Colombia, cerca de 1,6 millones de unidades empresariales; En Colombia se observa un gran ambiente y actitud empresarial, pero según un estudio realizado por los docentes e investigadores de la Universidad EAN, Rafael Ignacio Pérez Uribe²² y María del pilar Ramírez, Solamente el 50% de las MiPymes colombianas sobreviven el primer año y solo el 20% al tercero, se destacando que fallan , porque le dan poca importancia al desarrollo de estrategias de innovación ; este factor es importante , especialmente en el sector cafeterías y restaurantes , para obtener ventajas competitivas con empresas renombradas , franquicias o “grandes jugadores” . Para innovar las empresas deben dedicarle recursos y tiempo, para la creación de estrategias y la mayoría de los establecimientos en el área de Tuluá, son constituidos por personas empíricas o con ánimo de emprendimiento, por lo tanto, es algo complejo en el área de Tuluá implementar innovación, donde no solo la mayoría son negocios de subsistencia, sino que gran parte de los recursos están destinados a generar rentabilidad a corto plazo.

²² Rafael Ignacio Pérez Uribe, director del grupo de Investigación G3Pymes.

Los empresarios suelen pensar que la inversión en la innovación puede resultar costosa, este tipo de pensamiento impide el desarrollo y sostenibilidad de las PYMEs, la soberbia empresarial ²³, es un pensamiento que crea desventaja, los comerciantes y empresarios creen que las estrategias con la cuales comenzaron les van a funcionar, todavía, en un mercado que cambia constantemente, las necesidades de los clientes siempre evolucionan y su entorno también.

Existen también factores sociales y culturales en la población de Colombia, específicamente en las familias, El consumo fuera de casa ya no se limita a las meriendas o medias mañanas en una panadería, ni tampoco a la visita a un restaurante en fechas especiales. Por lo menos 42% de los colombianos almuerza o cena al menos una vez a la semana fuera de su casa, en el 2016, según un estudio global sobre tendencias de comida fuera del hogar, el porcentaje de comensales fuera del hogar, esta incrementado (38%), según La afirmación la hizo Becerra²⁴, CEO de la firma Raddar, dedicada a la medición del consumo de los hogares, estas cifras siguen en aumento para el 2017, designándose el 6,13% de los recursos para el sector de restaurantes, el motivo son diferentes factores habituales, la movilidad, la facilidad de adquisición, los horarios de trabajo, etc.

²³Se refiere a ser reacio al cambio, nuevas estrategias o actualización.

²⁴ Juan Diego Becerra, Ceo de la firma, RADDAR, Agencia especializada en los comportamientos de consumo de Latinoamérica.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 TIPO DE ESTUDIO

Para el establecimiento de una metodología de la investigación adecuada, partimos del hecho que la investigación se efectuará con un tipo de estudio descriptivo, para responder a preguntas que tiene que ver con lo que se quiere estudiar los alcances y el porqué de la investigación, según Carlos Eduardo Méndez, el estudio descriptivo, “En el caso de la economía, la administración y las ciencias sociales, es posible llevar a cabo un conocimiento de mayor profundidad que el exploratorio. Este lo define el estudio descriptivo, cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación.”

A través de estos tipos de estudios, se plantea analizar el comportamiento del sector cafeterías y restaurantes en Tuluá y sus alrededores, como en la actualidad este sector ha crecido, pero también se ha estancado y se encuentra en una etapa de dificultad, en cuestión de sostenibilidad, respecto a diversos factores, como la competencia. Basándose en estudios previos, con acontecimientos definidos y reales, que suceden en la actualidad, afectando a las PYMEs en el sector de Tuluá.

5.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación, se establecerá, con el método inductivo, Méndez, declara que “La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisa verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén “en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. A partir de verdades particulares, concluimos verdades generales”²⁵ .

²⁵ Ibid.p33.

Por lo tanto, a la investigación, se basará en el método inductivo, referenciado estudios y datos verdaderos y actuales, para poder llegar a conclusiones más amplias que el de las premisas identificadas en la investigación del comportamiento de las PYMEs en el sector de cafeterías y restaurantes, teniendo en cuenta los diferentes factores que intervienen y la observación de estos fenómenos que hacen parte del problema de investigación.

5.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

OBJETIVO	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN
<p>Analizar los aspectos económicos de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicados en municipio de Tuluá.</p>	<p>Primarias: Se realizarán entrevistas y se solicitara la información financiera a los establecimientos de cafeterías y restaurantes Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto de Tuluá.</p>	<p>Primarias: entrevistas estructuradas, encuestas e información financiera de la empresa.</p>
<p>Determinar los aspectos medioambientales de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicados en municipio de Tuluá.</p>	<p>Secundarias: según la información presentada por la Contraloría en el informe sobre los estados de los recursos naturales y del medio ambiente del municipio de Tuluá.</p>	<p>Secundarias: Informe de sostenibilidad de Cámara y comercio y las Encuestas.</p>
<p>Identificar los aspectos sociales de las empresas Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto ubicados en municipio de Tuluá.</p>	<p>Primarias: Se utilizan datos del Dane e información brindada por propietarios de las empresas, lo cual contribuirá a conocer su aspecto social y como este ayuda a la sostenibilidad del municipio de Tuluá.</p>	<p>Primarias: Encuestas</p>

5.4 COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

5.4.1 Población objetivo. La población objetivo son las Empresas PYMEs en el sector de Cafeterías y Restaurantes de la ciudad de Tuluá, específicamente la microempresa²⁶ y las pequeñas empresas²⁷, que pertenecen al sector cafeterías y restaurantes. En Tuluá, según la Cámara de Comercio, al 2017, se registraron por concepto de creación de empresas en el sector alojamiento y comidas, 377²⁸ microempresas comerciales; En cuanto a la estratificación por tamaño de las empresas, se evidencia que el conjunto de nuevas unidades productivas está constituido principalmente por la microempresa con el 99.2% de participación representada en 2.142 unidades y la pequeña empresa participa con el 0.7% de las unidades productivas²⁹; En cuanto a las empresas vigentes por tamaño, Microempresas existen 8.972 y pequeña 327. Por lo tanto, se basarán las cifras en datos del informe comportamiento empresarial del año 2016 y 2017, en caso de comparabilidad y en los registros e información de la cámara de comercio.

5.4.2 Selección de la muestra. Basándonos en los datos de la población objetivo, se seleccionará la muestra:

²⁶ Según Ley para el fomento de las empresas, LEY 590, microempresa: personal no superior a 10 trabajadores, activos inferiores a 501 SMMLV.

²⁷ Según Ley para el fomento de las empresas, LEY 590, microempresa: personal entre 11 y 50 trabajadores, activos totales no mayores a 501 SMMLV y menores a 5.001 SMMLV.

²⁸ Fuente: RÚES – Registro Único Empresarial y Social. [Consultado: 4 de marzo de 2019].

²⁹ Fuente: [Consultado: 4 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: <https://www.yumpu.com/es/document/view/59903796/informe-comportamiento-empresarial-cct-2017>

Universo: Empresas PYMEs en el sector de cafeterías y restaurantes, contando en cuanto a las empresas vigente por tamaño, Micro empresas existen 8.972 y pequeñas empresas 327.

Tipo de muestreo: Muestreo No probabilístico³⁰, Muestreo por conveniencia.

Nivel de confianza y error: Se escoge un nivel de error del 5% y un nivel de confianza de exactitud de la estimación de la muestra, para este estudio del 95%.

Tamaño de la muestra: El tamaño de la muestra que se tomara es de 3.

5.4.3 Sistematización de la información. Para definir la cantidad y calidad de las fuentes primarias, se efectuarán cuestionarios, los cuales, según Tamayo y Tamayo³¹, los cuestionarios son un, “Instrumento formado por una serie de preguntas que se contestan por escrito a fin de obtener la información necesaria para la realización de una investigación”. Los cuestionarios se tabularán en Excel, para facilitar el manejo de los datos, con sus operaciones relacionadas y las conclusiones obtenidas.

³⁰ No es un producto de un proceso de selección aleatoria, los sujetos generalmente son seleccionados en función a su accesibilidad o criterio personas e intencional del investigador.

³¹ TAMAYO Y TAMAYO, MARIO. Diccionario de la investigación científica, p.29.

6 PLAN OPERATIVO

6.1 NOMBRES DE LAS PERSONAS QUE PARTICIPAN EN EL PROCESO

Hacen parte del proceso, Estefanía Bedoya Montoya y Juan Camilo Corrales Gálvez, los cuales son los encargados de liderar la investigación.

6.2 RECURSOS DISPONIBLES

COD	ITEM	VALOR MENSUAL	VALOR 5 MESES	VALOR TOTAL
1. RECURSOS HUMANOS				
1.1	Grupo de investigación	\$ 100.000	\$ 700.000	\$ 700.000
SUBTOTAL				\$ 700.000
2. RECURSOS TÉCNICOS				
	Internet	\$ 5.000	\$ 35.000	\$ 35.000
2.2	Servicio Telefónico	\$ 5.000	\$ 35.000	\$ 35.000
2.3	Cafetería	\$ 20.000	\$ 140.000	\$ 140.000
2.4	Servicio de papelería y derivados	\$ 10.000	\$ 70.000	\$ 70.000
2.5	Herramientas de información (CD, USB)	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000
2.6	Recursos para el transporte (Gasolina)	\$ 10.000	\$ 70.000	\$ 70.000
SUBTOTAL				\$ 385.000
3	Imprevisto 5%		5%	\$ 19.250
COSTO TOTAL				\$ 1.104.250
RECURSOS FINANCIEROS NECESARIOS				\$ 1.104.250

7 CRONOGRAMA

Actividades	MES 1			MES 2			MES 3			MES 4			MES 5			MES 6			MES 7			
	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 1	SEM 2	SEM 3	
	1. Formula final del anteproyecto.																					
2. Solicitud de envío y recomendaciones del anteproyecto																						
3. Reformulación del anteproyecto																						
4. Presentación de modelo entrevista para las Pymes.																						
5. Aplicación del modelo de entrevistas a las pymes																						
6. Estudio de la tendencia e impacto.																						
7. Interpretación del estudio.																						
8. Emisión de conclusiones , sugerencias y recomendaciones.																						
9. Solicitud Para la presentación del anteproyecto.																						
10. Presentación del borrador de trabajo de grado																						
11. Aceptación y revisión del trabajo por parte de los profesionales.																						
12. Opinión y conclusiones.																						
13. Correcciones finales																						
14. presentación de proyecto final.																						
15. sustentación del trabajo de grado																						

8 LOS ASPECTOS SOCIALES DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ

8.1 CONTEXTO GENERAL

La Responsabilidad Social Empresarial³² surge en Estados Unidos a finales de los años 50 y principios de los 60, a raíz de la Guerra de Vietnam y otros conflictos mundiales, como el apartheid. Despierta el interés en los ciudadanos que comienzan a creer que, a través de su trabajo en determinadas empresas o comprando algunos productos, están colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos o con ciertas prácticas políticas o económicas éticamente censurables.

El concepto Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es acuñado por primera vez en 1953 por el estadounidense Howard R. Bowen³³, economista americano y llamado padre de la RSE, en su obra "Social Responsibilities of the Businessmen" en la que el autor apelaba a la responsabilidad social de las corporaciones para producir no sólo bienes y servicios, sino devolver a la sociedad parte de lo que ésta les había facilitado. La ética y los valores empresariales empiezan a tratarse en el mundo universitario y es en los años 60 y 70 cuando realmente se desarrolla el debate académico sobre los fines de la empresa.

La responsabilidad social empresarial tiene como objetivo principal mejorar las condiciones laborales, sociales y ambientales en las que actúa; de igual forma se

³²Historia de la responsabilidad social: [Consultado: 6 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>

³³Howard R. Bowen, Bowen nació en Spokane, Washington fue un economista y presidente de una universidad estadounidense.

puede decir que una empresa socialmente responsable es aquella que en su plan estratégico busca el bienestar de toda la organización y de la sociedad en general.

Dentro de la estrategia de RSE³⁴, hay que considerar la importancia de incluir a todos los grupos de interés o stakeholders y que su alcance e impacto los abarque a todos, esto para garantizar que de verdad está integrada a todo el sistema que conforma la Organización y además para que cumpla con su propósito y ejecución. Por ello es clave para la empresa que sus beneficios a través de los productos y servicios que ofrece, se extiendan a todos los stakeholders, con la intención de aumentar su posicionamiento en el mercado. Esta tendencia de generación de beneficios sociales, como factor de diferenciación, es conocida como mercadeo social.

Este pensamiento empresarial busca replantear los grupos de interés, para construir una relación responsable socialmente que lleve consigo conceptos de planificación, democracia participativa y desarrollo sustentable hacia ellos:

- Los consumidores o clientes.
- Los proveedores.
- Los empleados y colaboradores.
- El medio ambiente.
- La sociedad o la comunidad, incluida la más vulnerable sin acceso a sus mercados.
- El sector público.
- Los medios de comunicación.
- Los mercados financieros.

³⁴ Responsabilidad Social Empresarial: [Consultado: 9 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesempresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/QueeslaResponsabilidadSocialEmpresarial.aspx>

Dentro de los beneficios de la responsabilidad social se encuentra mejorar el desempeño financiero, reducir los costos operativos, aumentar la estabilidad social, aumentar la lealtad de los clientes, aumentar las ventas y la productividad.

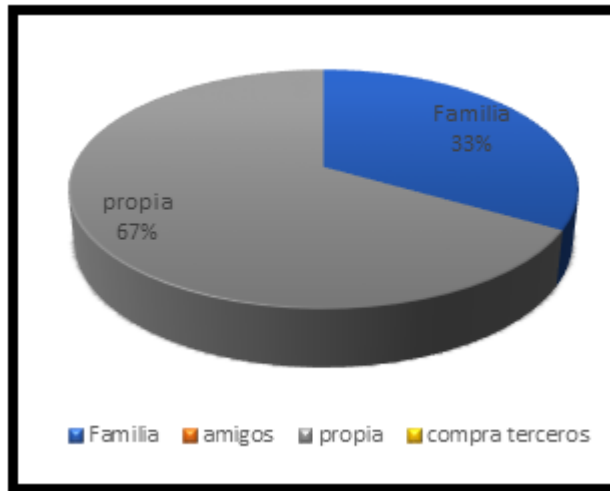
Figura 1 Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: tomado de INSDE, entidad sin fines lucrativos. **Año:** 2015

La responsabilidad social corporativa busca mejorar los ámbitos social, ambiental y económico para que la empresa pueda contribuir de forma eficiente a la sociedad que es por medio de esta que la empresa constantemente realiza su actividad económica, la cual es recompensada con la sostenibilidad de la empresa, mayor lealtad del consumidor, permanencia de los empleados e incremento en el valor de la empresa.

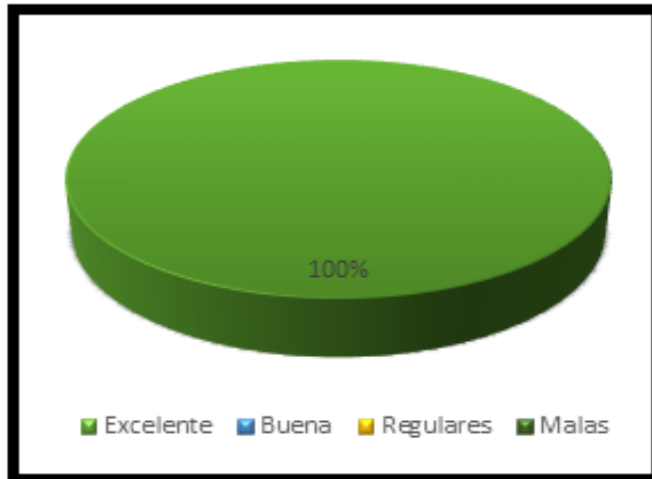
Gráfico 1. Idea de Negocio



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Como se observa en el resultado de la gráfica 1, el 67% de los encuestados crearon empezaron su negocio por una idea familiar y el 33% de los encuestados crearon la empresa por idea propia, el dueño de cada empresa nos cuenta como ha surgido su empresa desde entonces, La Frutería las delicias nació de una idea familiar, y en este momento cuenta con más de 15 fruterías en la ciudad de Armenia y una ubicada en Tuluá; nos cuenta la gerente y/o dueña de la empresa El buen sabor que la idea de negocio surgió de manera propia, y que decide ponerla en marcha en un local que tenía su esposo en el centro comercial la 14 y la empresa Cafetería a tu gusto nació de una idea propia, la cual decidió colocarla en práctica y comenzó a ofrecer sus productos desde su casa, hasta que decidió colocar un local en la ciudad de Tuluá.

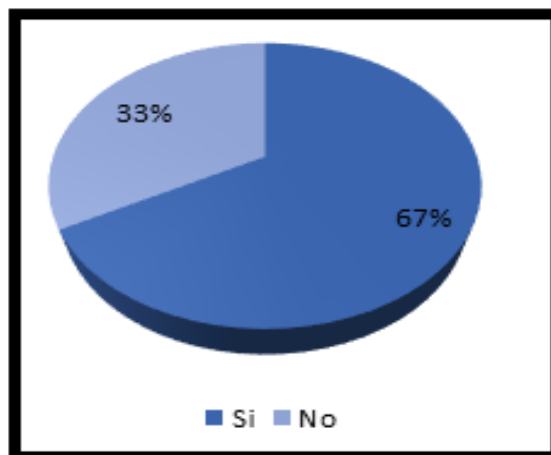
Gráfico 2. Condiciones de la Empresa



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Como se muestra en el gráfico 2, para los Gerentes y/o Dueños de las empresas las condiciones son excelentes, debido a que las empresas cuentan con una sostenibilidad en el mercado y vienen desarrollando su actividad principal sin ningún problema.

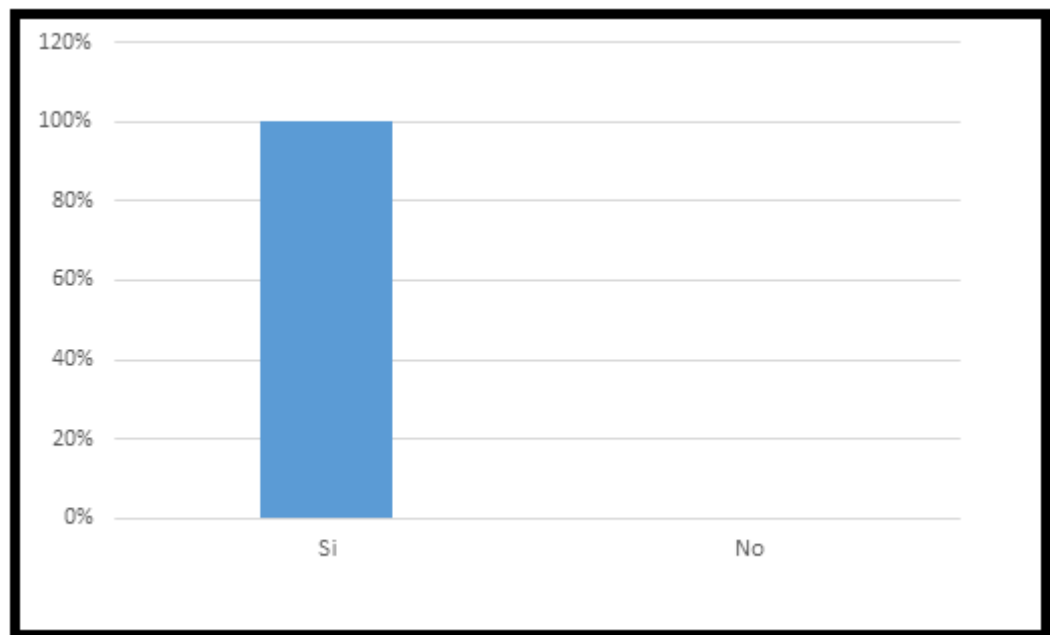
Gráfico 3. Visión de la Empresa



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Acorde con el gráfico 3, se puede observar que un 33% las empresas no cuentan con una visión establecida, los dueños de estas empresas consideran que la visión de su empresa es que estas puedan crecer día a día y logren una sostenibilidad por mucho tiempo, el gerente de la empresa Frutería las delicias, considera que para la visión le ofrece un panorama a donde quiere que llegue la empresa a un plazo determinado, y que a medida que estos plazos se van logrando se modifica la visión ya que así ha venido funcionando su negocio familiar y les permite tener una planeación estratégica y cumplir con las metas propuestas.

Gráfico 4. Constitución de Empresa



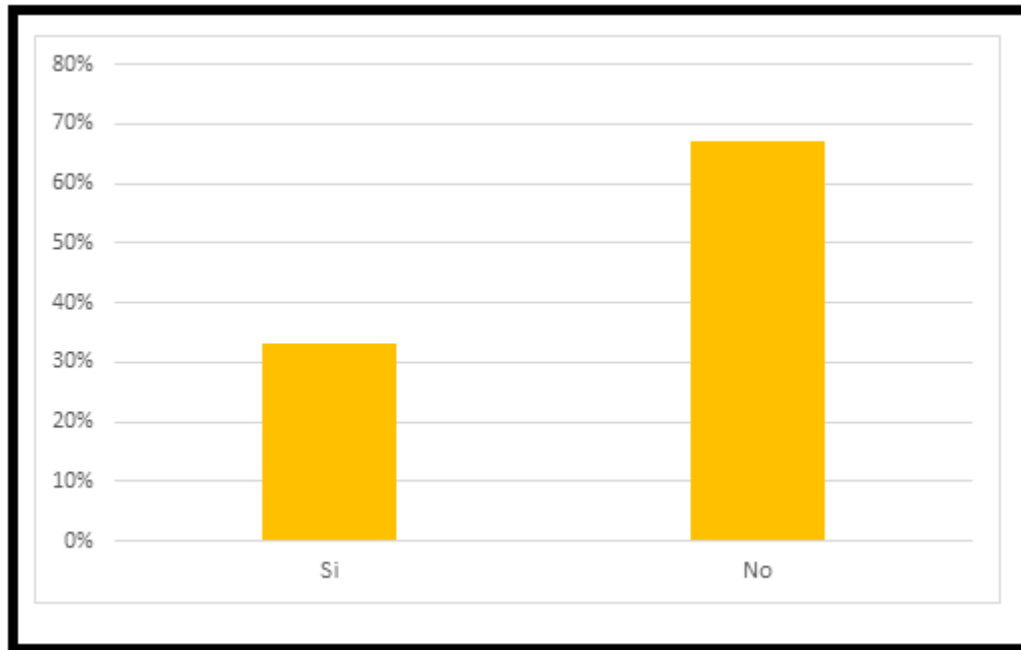
Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Como muestra el gráfico 4, las empresas se encuentran legalmente constituidas, y estas empresas se acogen a la Ley 905 de 2004³⁵, donde se estimulan la promoción y la formación de mercados altamente competitivos mediante al fomento a la

³⁵ Ley 905 de 2004, [Consultado: 12 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

permanente creación y funcionamiento de las Mipymes.

Gráfico 5. Objetivos de la Empresa



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Respecto a los objetivos de la empresa se puede observar la empresa Frutería las delicias cuenta con objetivos establecidos, ya que el gerente considera que los objetivos son esenciales para el éxito de un negocio y estos sirven como motivación para alcanzar las metas propuestas, por otro lado, las empresas Cafetería a tu gusto y el Buen sabor, no cuentan con objetivos establecidos.

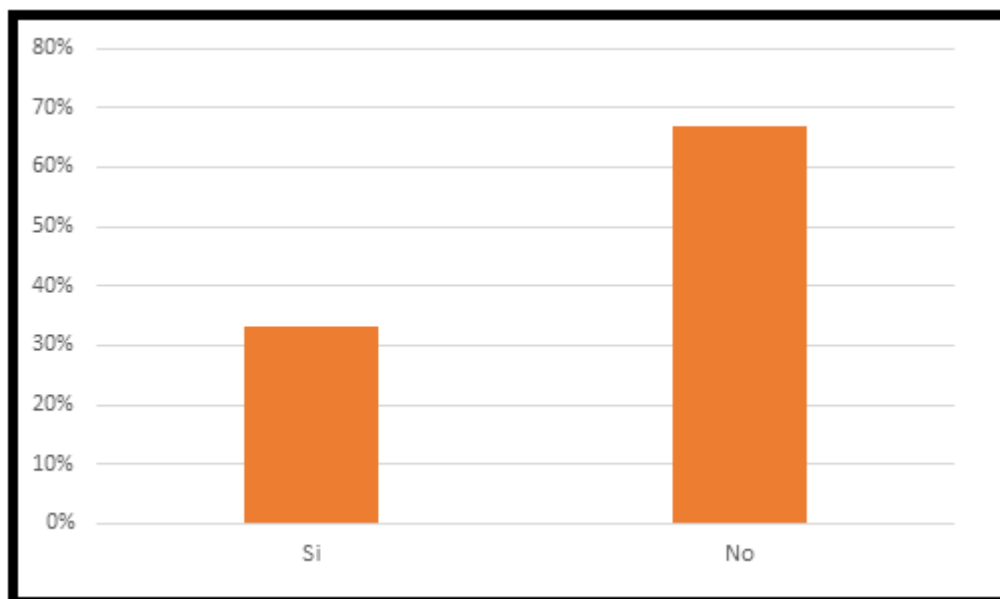
Gráfico 6. ¿Quién define los objetivos?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Por otra parte, el gráfico 6 muestra que solo una empresa cuenta con objetivos y que estos son diseñados por el dueño de la empresa.

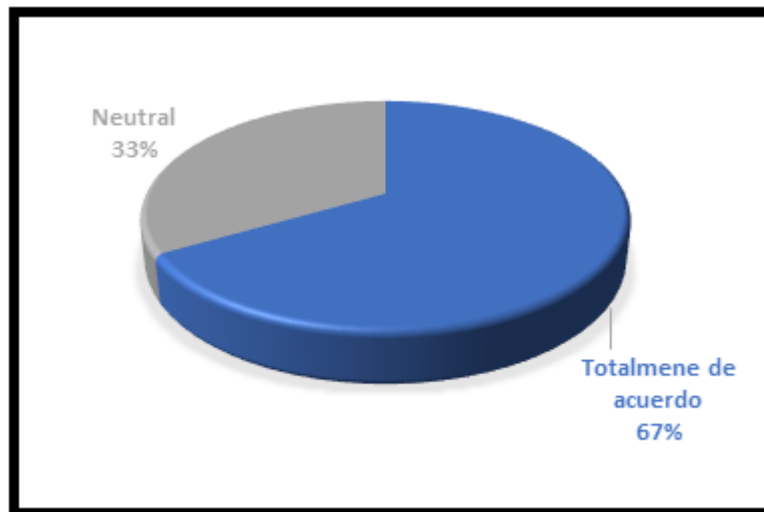
Gráfico 7. ¿Los objetivos están documentados?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

La grafica muestra que los objetivos de la empresa Frutería las delicias se encuentran documentados en un portafolio y en un pendón en el negocio; comenta el gerente que esto hace que los empleados se sientan motivados a cumplir con las metas propuestas, por lo tanto, es importante que se visualicen todos los días.

Gráfico 8. ¿Son necesarias todas las funciones y actividades de la empresa para el alcance de los objetivos?



Fuente: Elaboración de los autores. Año: 2019

Según el porcentaje del grafico 8, El gerente de la empresa Frutería las delicias está totalmente de acuerdo que las funciones de los empleados son de suma importancia, ya que ellos con sus habilidades y conocimientos logran desarrollar y cumplir con los objetivos propuestos, es por esto que se exige tener un personal idóneo el cual se pueda desempeñar de manera eficiente en su puesto de trabajo.

Gráfico 9. ¿Cree usted que la relación Precio-Calidad se ve reflejada en sus productos?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Como se puede ver en el gráfico 9, los gerentes de las empresas consideran que la relación Precio-Calidad se ve reflejada en sus productos, ya que estos son muy apetecidos por los clientes y estos hablan de manera positiva de la empresa y sus servicios.

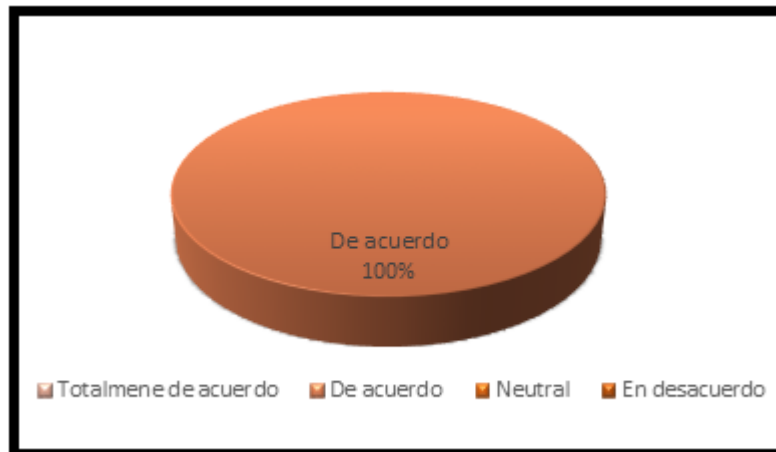
Cada uno de los gerentes da una opinión acerca de la pregunta, Lucia³⁶ González Londoño y/o cafetería a tu gusto, dice que la calidad de sus productos es lo más importante y que esto lo mide cada que le pregunta a sus clientes como le pareció el producto o que observaciones le da, para su próxima visita, cuenta que esto le ha funcionado muy bien y que no ha tenido queja alguna antes muchas recomendaciones para mejorar día a día; Luis Alfonso Rico Ospina³⁷ y/o Frutería las delicias define a Precio-Calidad, como la variable de mayor importancia para el giro de su actividad económica, considera que los productos ofrecidos son de

³⁶ Lucia González Londoño, Propietaria de la empresa Cafetería a tu gusto

³⁷ Luis Alfonso Rico Ospina, Propietario de la empresa Frutería las delicias

excelente calidad, incluso que sus productos cuentan con marca propia y precios exclusivos porque pueden haber muchas fruterías en el sector, pero la calidad de sus productos son los que han hecho que tenga una sostenibilidad en el mercado y que sus clientes sigan disfrutando de sus servicios; Amelia Vinazco Rojas³⁸ y/o El buen sabor habla que para que los productos tengan una excelente calidad, debe tener un personal idóneo el cual constantemente este innovando en sus productos, analice su gestión administrativa y sobre todo logre un óptimo uso de los recursos, de esta manera se pueden ofrecer excelentes, los cuales son adquiridos por variedad de consumidores y nuestra empresa ha logrado sostenerse por muchos años.

Gráfico 10. ¿Satisface las necesidades económicas, sociales y personales de los miembros?



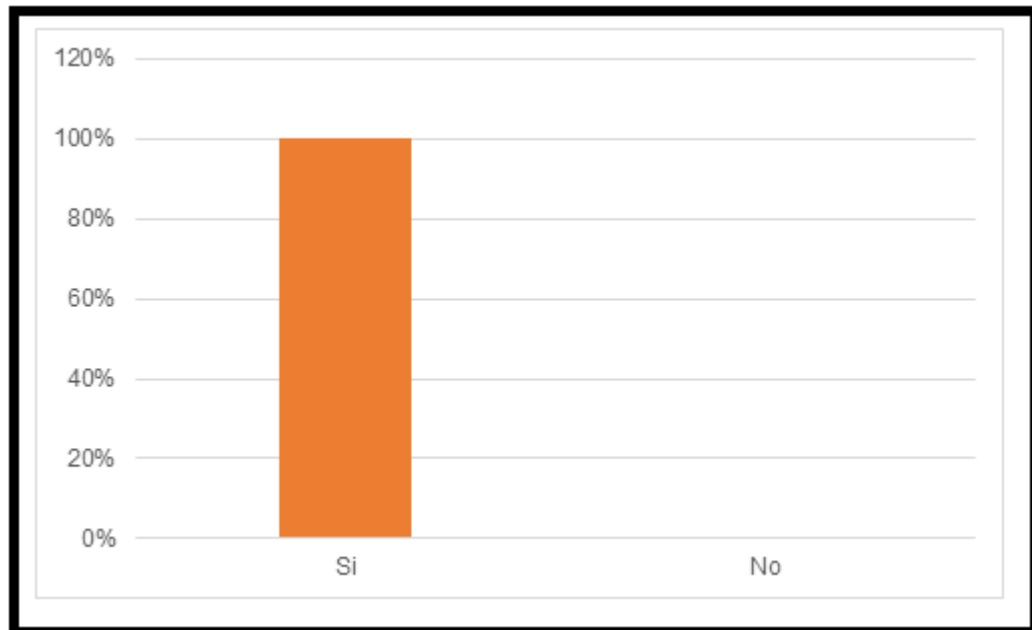
Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

En el gráfico 10 se observa que el 100% de los propietarios satisfacen las necesidades de sus empleados, cuentan los gerentes que sus empresas tienen afiliados a sus empleados al sistema de seguridad social, donde tienen derecho a salud, pensión, riesgos profesionales y caja de compensación familiar, de igual

³⁸ Amelia Vinazco Rojas, Propietaria de la empresa El buen sabor.

forma que cuentan con todas las prestaciones legales tales como: cesantías, intereses a las cesantías, primas y vacaciones, esto le brinda una seguridad a los trabajadores de pertenecer a nuestra empresa, de igualmente los empleados cuentan con el salario mínimo legal vigente más el auxilio de transporte, y en algunas ocasiones se les reconoce bonificación y horas extras por sus servicios prestados, de igual forma los empleados tienen un reconocimiento dentro de la empresa lo cual permite su crecimiento profesional.

Gráfico 11. ¿Las tareas exigen personal calificado?

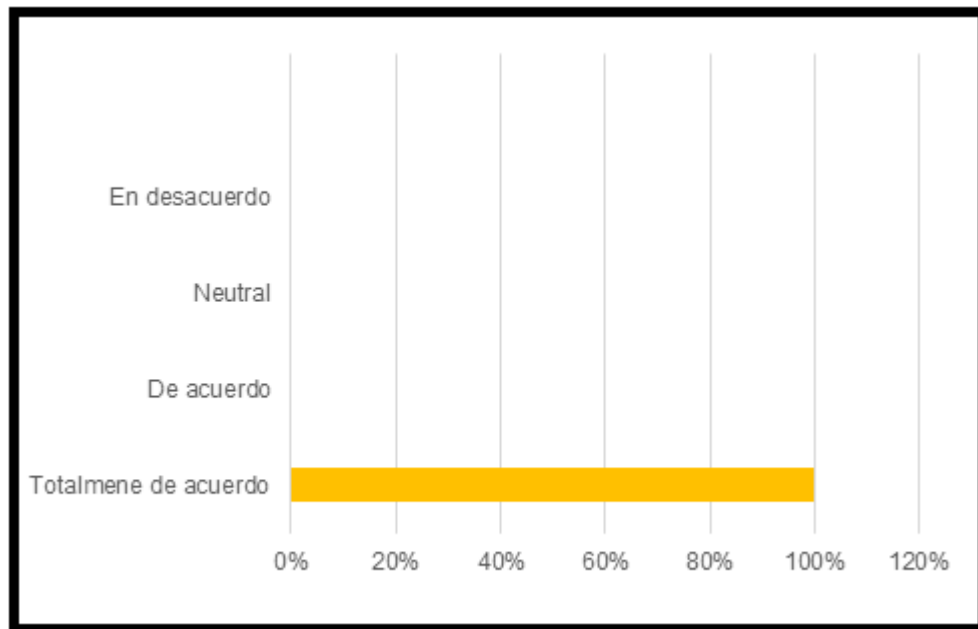


Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Dentro de las empresas se exige un personal calificado el cual se desarrolle bien en su puesto de trabajo, tenga experiencia o motivación a la hora de ejercer sus labores en el caso de la empresa El buen sabor y Cafetería a tu gusto se necesita con personal de conocimiento en panadería y pastelería, por eso para unas áreas determinadas dentro de la empresa se exige unos conocimientos previos para las tareas a ejecutar, de igual forma en el momento de la contratación se le explica a

los empleados su responsabilidad dentro de la empresa y el cargo que desempeñara.

Gráfico 12. ¿Cree usted que la imagen que ofrece la empresa al cliente es positiva?

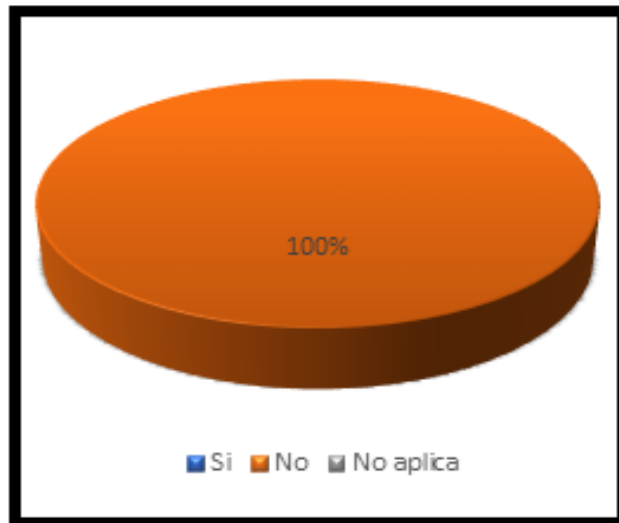


Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Los propietarios de las empresas comentan que su imagen es positiva y que esto se ha ido logrando desde la parte interna de su organización, consideran que es importante la buena presentación de sus empleados, y el excelente servicio ofrecido a sus clientes, también mencionan que los productos que ofrecen ayudan a que la imagen de la empresa aumente diariamente.

De esta manera los gerentes de la empresa que al tener una imagen positiva, los clientes pueden identificar los productos que ofrecen, de igual forma consideran que la reputación de su negocio es muy importante para el sector, ya que el voz a voz es lo que atrae a los clientes, por ultimo estos hablan de la buena imagen en infraestructura que debe tener la empresa, ya que consideran que un lugar cómodo, atractivo y de buen aspecto es la primera impresión para los clientes.

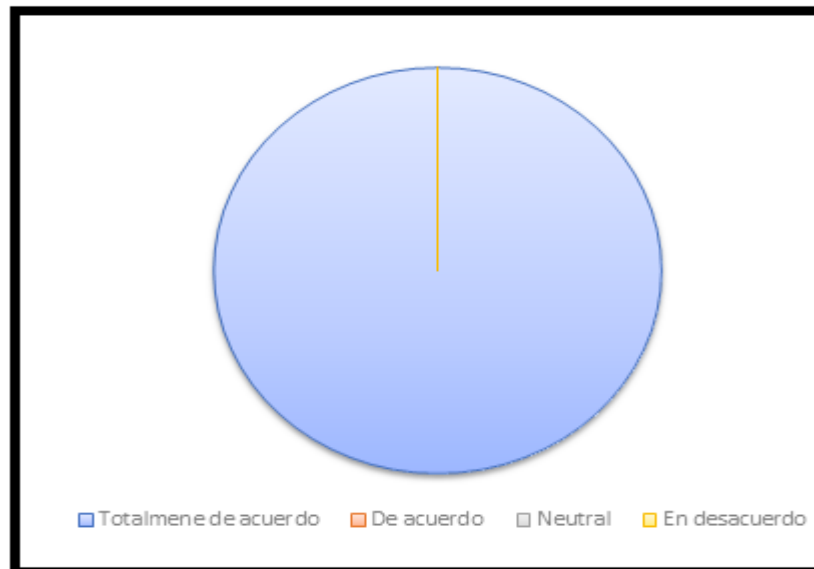
Gráfico 13. ¿Cree usted que la imagen que ofrece la empresa al cliente es positiva?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Según lo que podemos observar en el gráfico 13, en la actualidad las empresas no cuentan con ningún tipo de capacitación para sus empleados.

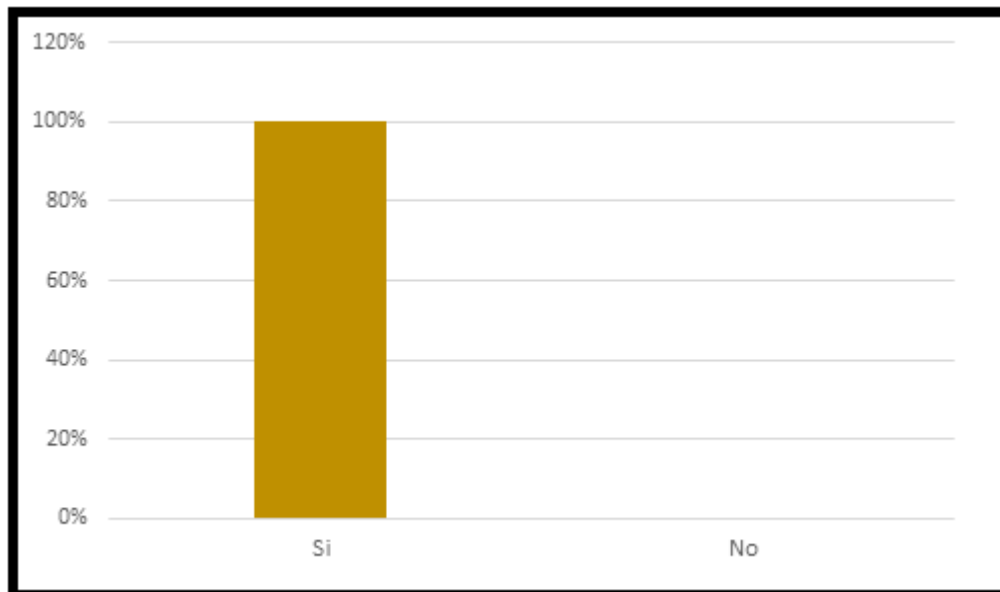
Gráfico 14. ¿Tiene en cuenta las opiniones o recomendaciones de los clientes?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Respecto a las opiniones o recomendaciones por los clientes, se puede decir que los propietarios de las empresas están totalmente de acuerdo en aceptarlas, debido a que las críticas constructivas o algún aspecto a resaltar dentro del servicio brindado o de sus productos ofrecidos es muy importante para la empresa, por ejemplo el gerente de la Frutería las Delicias considera que muchas de las opiniones de sus clientes le han ayudado a sacar helados de marca propia ya que estos empezaron por ofrecer dos tipos de sabores y se dieron cuenta que la acogida fue muy buena por esta razón, sus productos ya están establecidos dentro de su empresa; de igual forma el propietario de la empresa El buen sabor habla que las recomendaciones o felicitaciones de los clientes les han ayudado para innovar en sus productos y darle un valor agregado lo cual los hace apetecidos y el propietario de la empresa Cafetería a tu gusto comenta que las recomendaciones de los clientes han servido para aumentar el portafolio de sus productos y servicios, incluso para suspender aquellos productos que no tienen mucha salida en su negocio.

Gráfico 15. ¿Cree usted que existe una buena comunicación entre gerentes y empleados?

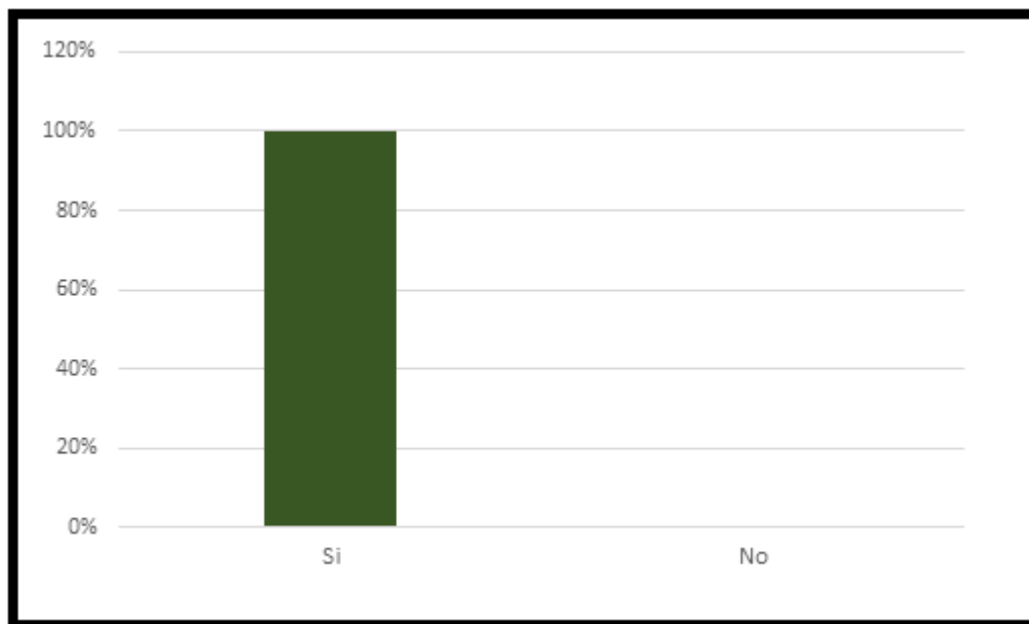


Fuente: **Elaboración de los autores.** Año: 2019

Se puede observar en el grafico 15, que existe buena comunicación entre los gerentes y empleados, lo cual ha llevado a que los empleados se sientan motivados, tengan la confianza para hablar de cualquier problema interno, puedan hacer recomendaciones para el mejoramiento de las relaciones personales, de esta manera se puede trabajar en armonía.

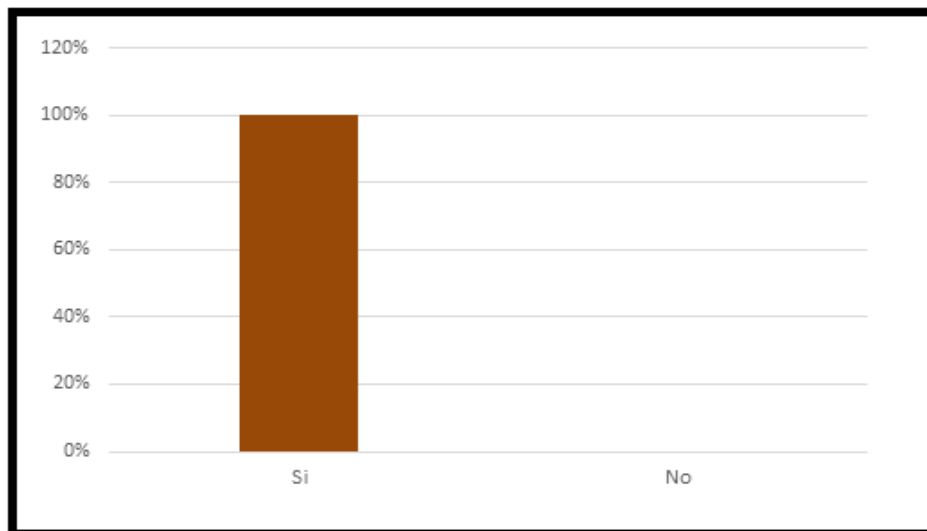
Como se muestra en el grafico 16, el 100% de las empresas logran tener rentabilidad con los productos ofrecidos, se puede decir que en las tres empresas el margen de la ganancia por los productos y servicios ofrecidos está en un nivel óptimo nivel de rentabilidad según las respuestas dadas por los propietarios.

Gráfico 16. ¿La empresa logra tener rentabilidad con sus productos?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

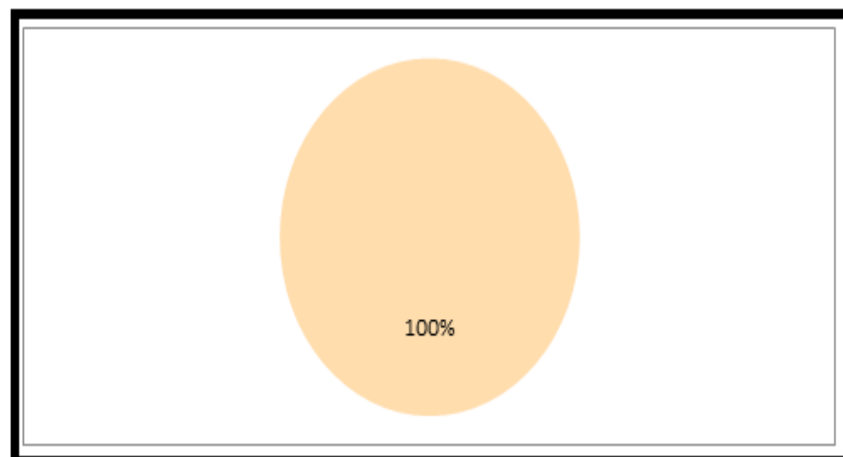
Gráfico 17. ¿Cree usted que la empresa cuenta con una competencia específica en el municipio de Tuluá?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Según el gráfico 17, el 100% de los encuestados indicó que cada una de las empresas cuenta con una competencia clara, para La frutería las delicias su competencia directa es La Lorena, para El buen sabor su competencia directa es Machubroso y la para Cafetería a tu gusto la competencia directa es Casa Juan.

Gráfico 18. Rango de edad

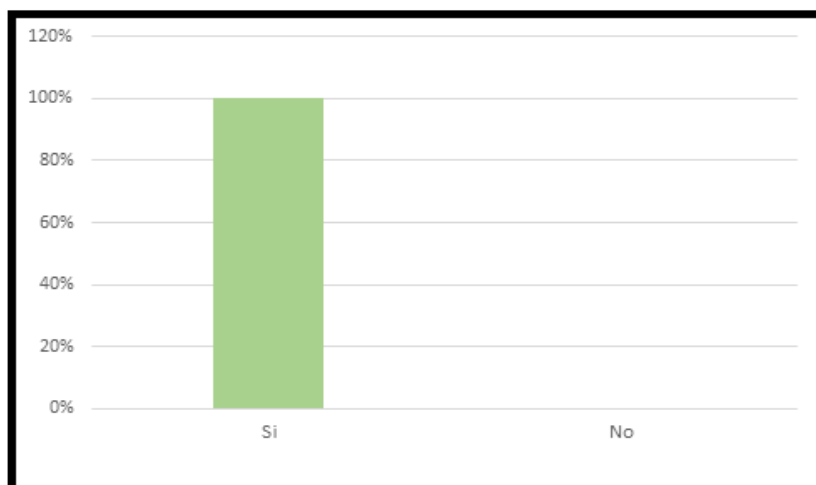


Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Como muestra el grafico 17, en las empresas seleccionadas para la encuesta no manejan rango de edades, estas empresas consideran que sus productos se pueden ofrecer para todo tipo de personas desde niños hasta la edad adulta, por esta razón no abarcamos ningún rango de edad.

9 LOS ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ

Gráfico 19. Control de plagas y fumigación



Fuente: Elaboración de los autores. Año: 2019

Las empresas cuentan con una revisión periódica de sus empresas, esto lo hacen por medio del control de plagas y fumigaciones, donde contrata una empresa para la prestación de su servicio, esto se hace aproximadamente de dos a tres veces en el año.

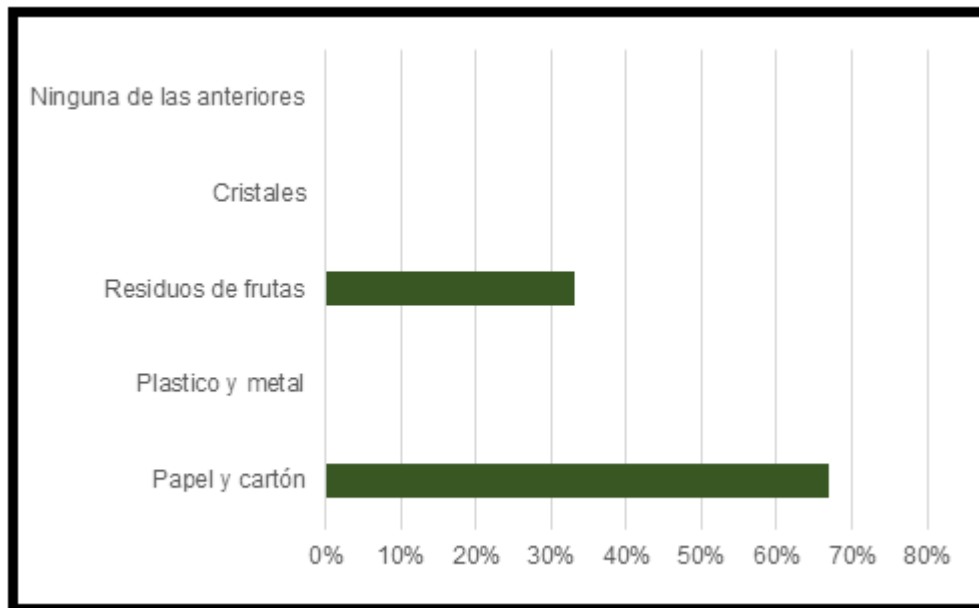
Gráfico 20. Medidas de protección del medio ambiente



Fuente: Elaboración de los autores. Año: 2019

Los gerentes de las empresas consideran que las medidas deben ser inmediatas, ya que su empresa debe de preservar el cuidado y la protección del medio ambiente, de igual forma según Amelia Vinazco las personas pasan gran cantidad de su vida en el lugar de trabajo, por ende, es muy importante que sus empleados tengan responsabilidad ambiental.

Gráfico 21. ¿Qué tipos de residuos clasifica usted dentro de la empresa?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Según los resultados que nos da el gráfico 20, se puede observar que la empresa Frutería las delicias solo cuenta con la clasificación de los desechos de las frutas, dice Luis Alfonso rico que dentro de su empresa este es el mayor residuo que se saca diariamente. Por otro lado, las empresas el Buen sabor y Cafetería a tu gusto solo clasifican papel y cartón, comenta Lucía González que en su empresa el tema de clasificación de residuos apenas se empezó a utilizar con el papel, pero que considera que en su empresa se pueden encontrar más residuos.

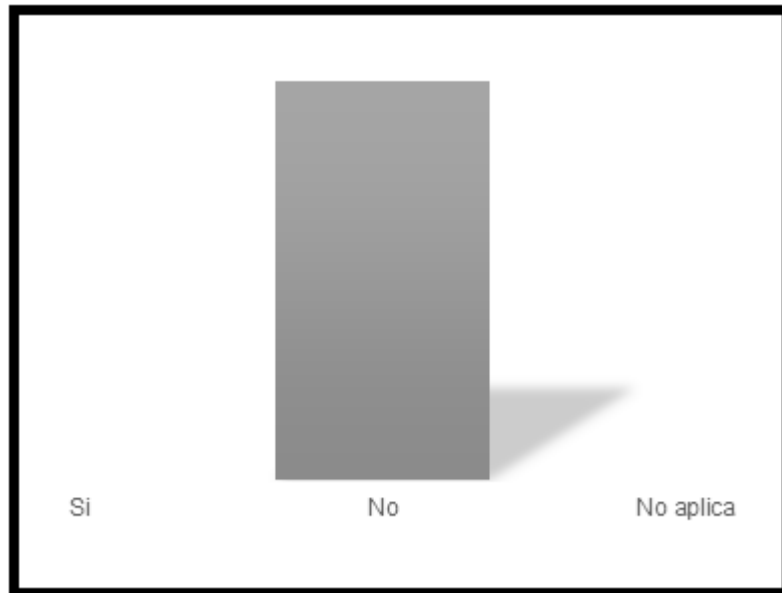
Gráfico 22. ¿Qué aspectos cree usted que dificultan la clasificación de los residuos?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Según la encuesta realizada se puede observar en el gráfico 22 que las empresas tienen desconocimiento de las formas de reciclaje, por este motivo comenta Lucía González que empezó a reciclar dentro de su empresa el papel, ya que no tenía conocimiento de que otros elementos de su empresa podía reciclar, de igual forma opina Luis Alfonso Rico que él tenía desconocimiento de que se podía reciclar dentro de su organización cuando un empleado comenzó a reciclar los residuos de frutas, y por esto es que en su empresa utiliza este tipo de reciclaje y por último Amelia Vinazco dice que desconoce que otro tipo de residuos puede reciclar en su empresa que solo utiliza el reciclaje de papel el cual es el más común en las empresas.

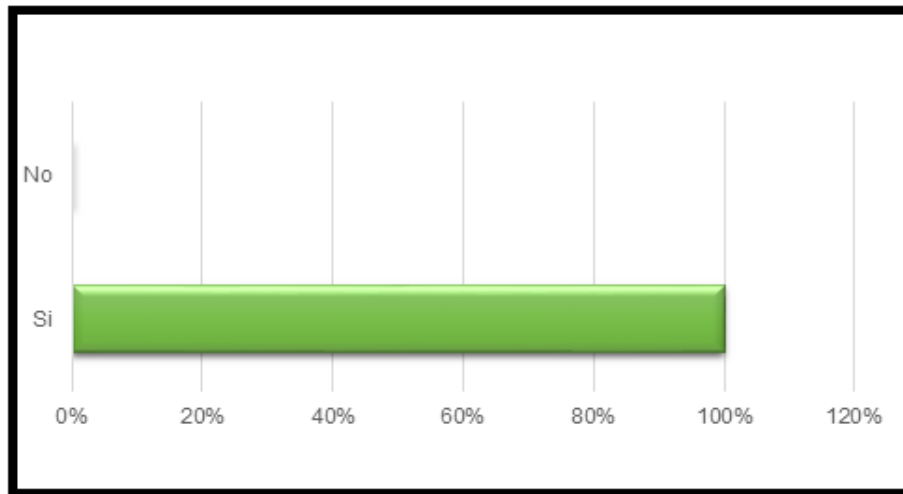
Gráfico 23. ¿Dentro de las funciones de los empleados se encuentra alguna relacionada con el tema ambiental?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

En la encuesta realizada se puede observar en el gráfico 23, que ninguna de las empresas cuenta con funciones relacionadas a la parte ambiental.

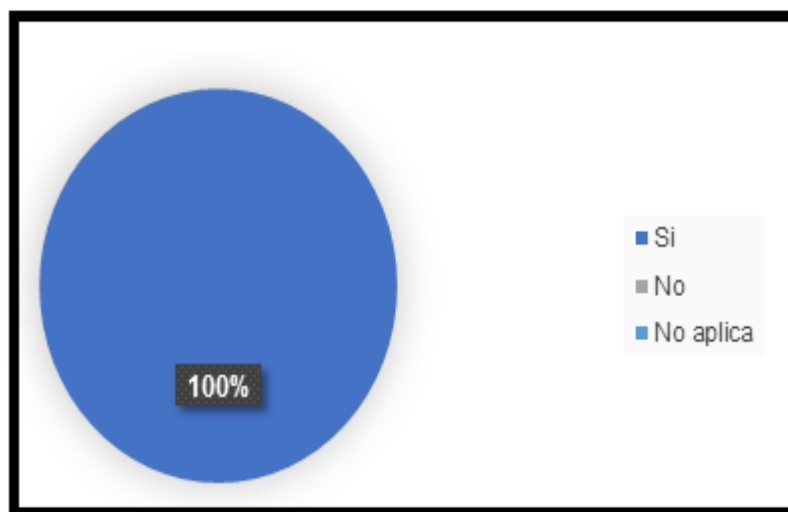
Gráfico 24. ¿Cree que la empresa está comprometida con el cuidado y conservación del medio ambiente?



Fuente: **Elaboración de los autores.** Año: 2019

El grafico 24, muestra que las empresas están comprometidas con el cuidado y conservación del medio ambiente.

Gráfico 25. ¿Considera que la empresa debe tomar medidas de prevención, corrección y mitigación de la contaminación ambiental?



Fuente: **Elaboración de los autores.** Año: 2019

Los resultados de la encuesta muestran que la empresa Frutería las delicias, El buen sabor y Cafetería a tu gusto deben tomar medidas de prevención, corrección y mitigación de la contaminación ambiental.

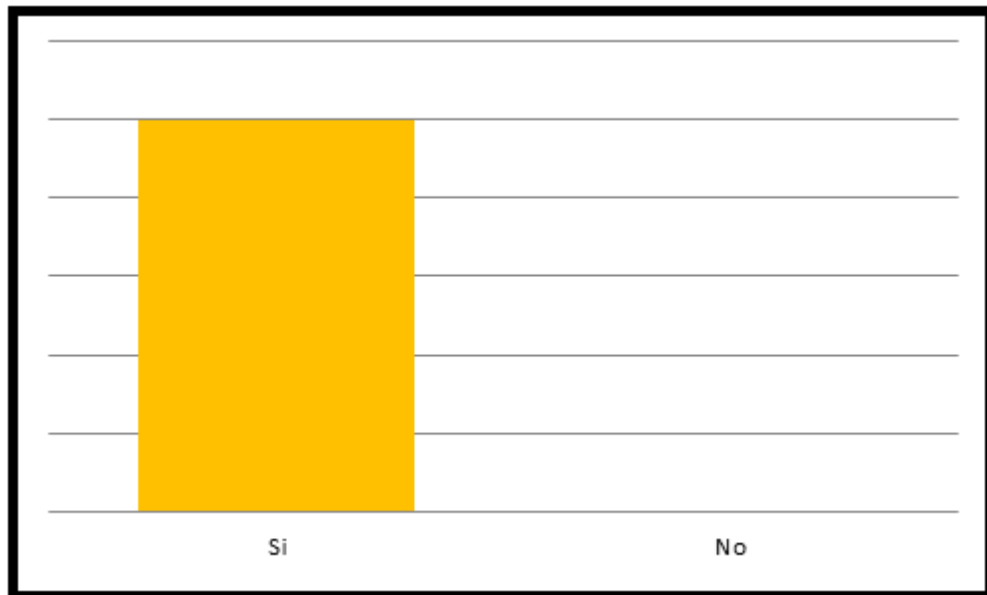
Gráfico 26. Las condiciones ambientales en los puestos de trabajo



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Lucia González Londoño comenta que las condiciones ambientales en los puestos de trabajo son buenas y que dentro de su empresa se mantiene una buena imagen corporativa; Luis Alfonso Rico dice que en su organización se trabaja constantemente por mantener cómodos al equipo de trabajo (empleados) por esta razón sus condiciones ambientales son buenas; Amelia Vinazco opina que sus condiciones ambientales en el puesto de trabajo son buenas, que se busca la comodidad y protección de los empleados.

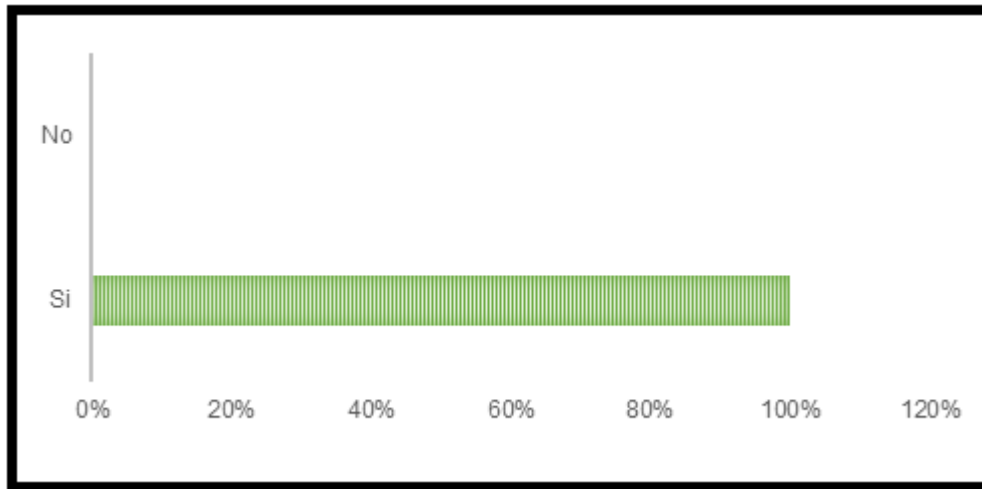
Gráfico 27. ¿La empresa cuenta con las normas básicas de seguridad laboral?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Como se observa en el grafico 27, las empresas cuentan con las normas básicas de seguridad laboral. Comentan los gerentes de las empresas que pagan anualmente a un Profesional de Salud Ocupacional para hacer las revisiones permanentes de los puestos de trabajo y los elementos de protección personal de los trabajadores.

Gráfico 28. ¿Cuenta la empresa con avisos o señalizaciones para evitar accidentes en el área laboral?

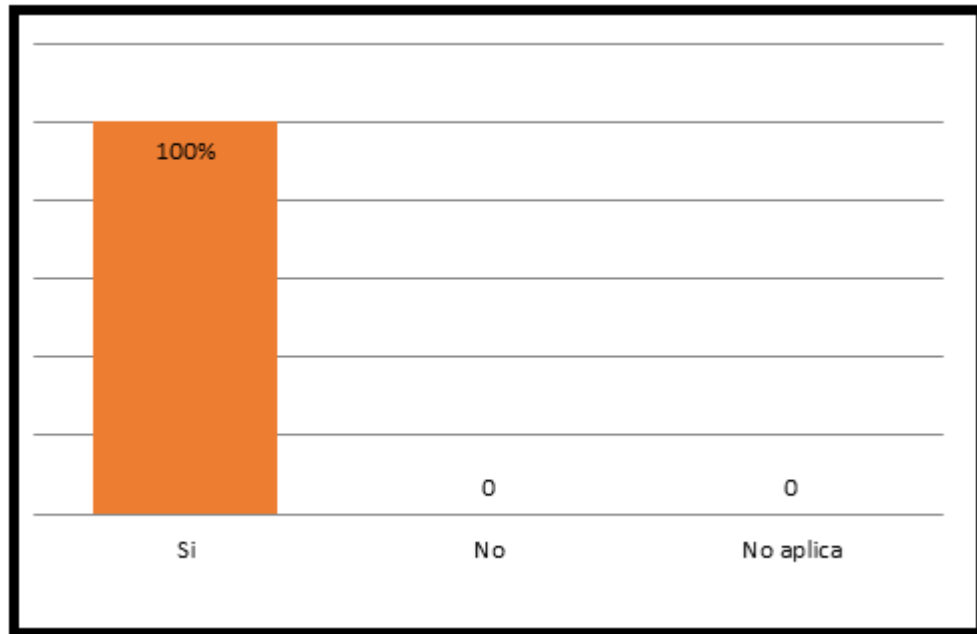


Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Las empresas cuentan con señalizaciones lo cual ayuda a disminuir los accidentes laborales, también se puede observar que en las empresas se utilizan diferentes técnicas como lo son avisos en los pisos, carteleras y señales. Estas técnicas ayudan a que los empleados y los clientes tengan las precauciones necesarias al transitar o estar en los lugares con alto riesgo de un accidente.

10 LOS ASPECTOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ

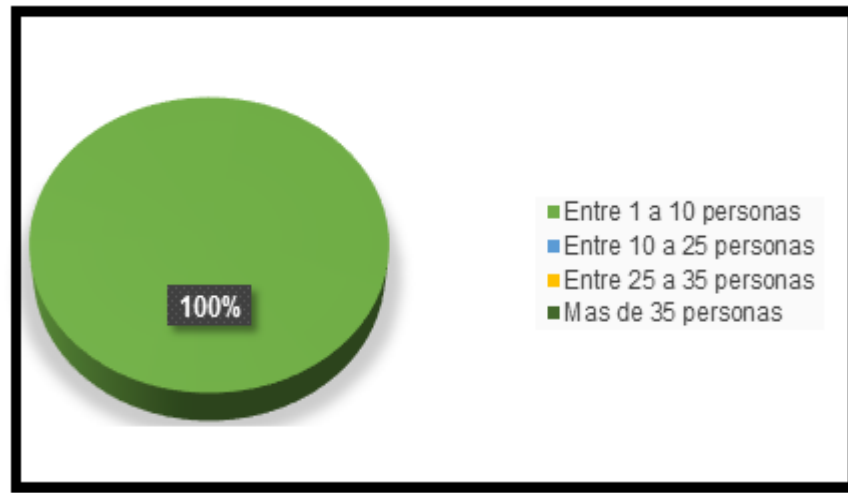
Gráfico 29. ¿La empresa suministra Estados Financieros?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Las empresas tienen Estados Financieros, los cuales son utilizados para fines propios.

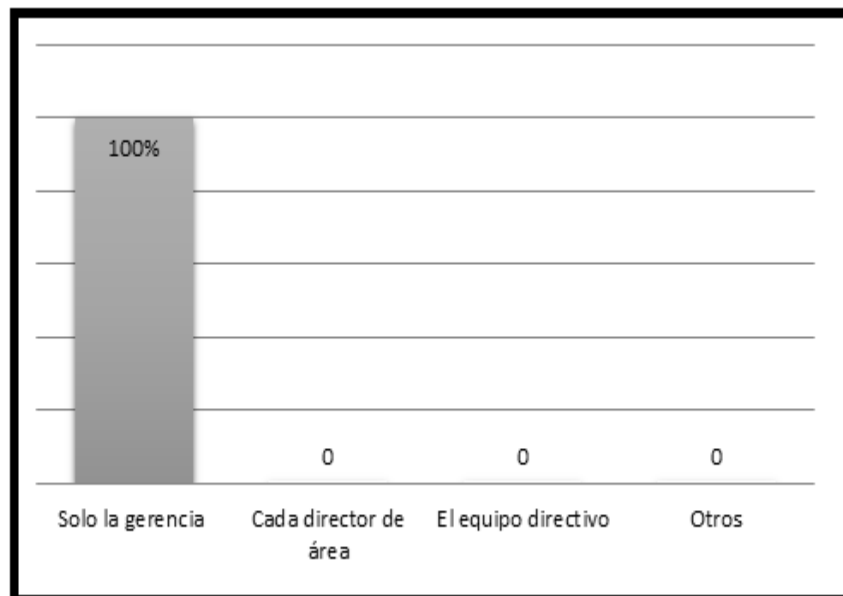
Gráfico 30. ¿Cuántas personas conforman la empresa?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Se puede observar que en el gráfico 30, el personal de trabajo de las empresas oscila entre 1 a 10 personas

Gráfico 31. ¿Quién toma las decisiones en la empresa?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Según las encuestas realizadas podemos observar que las decisiones dentro de las empresas recaen solo en la gerencia.

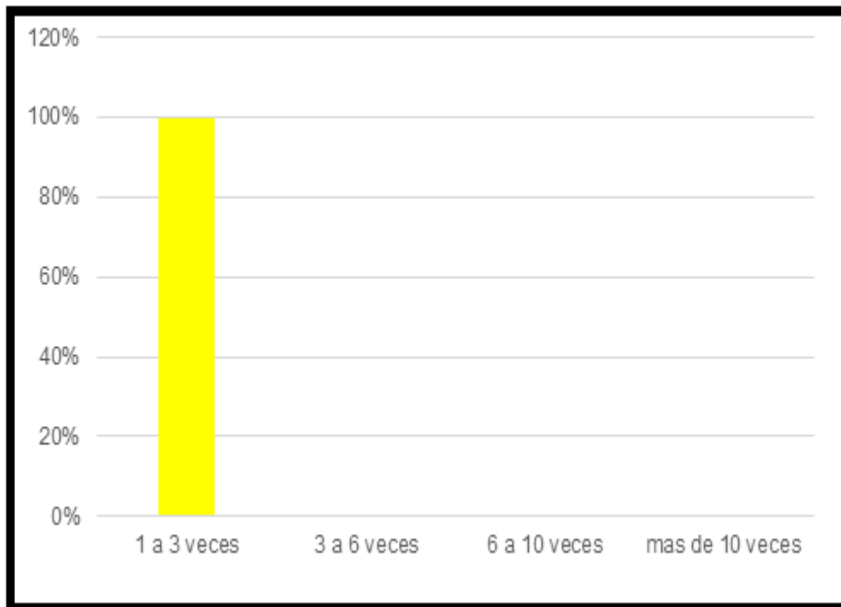
Gráfico 32. ¿Cuál es la principal fuente de financiación a corto plazo que tiene la empresa?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Se puede observar en el gráfico 32 que la fuente de financiación a corto plazo de las empresas es por medio de las obligaciones financieras; Luis Alfonso Rico comenta que estas obligaciones se utilizan para la compra de maquinaria, para el mejoramiento de la infraestructura, para implementar nuevos productos en sus negocios.

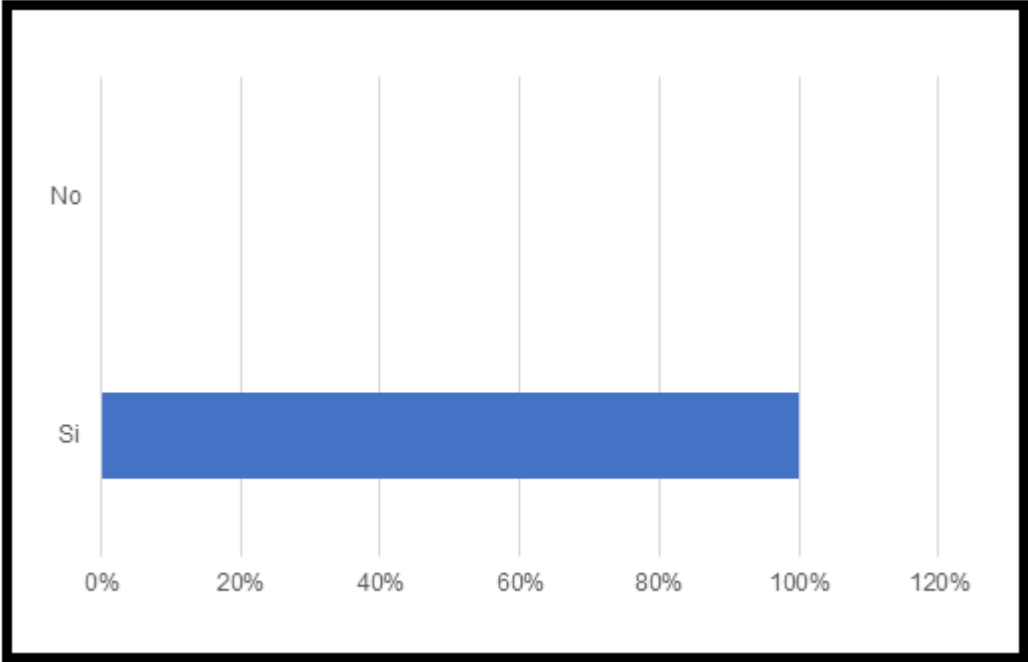
Gráfico 33. ¿En los últimos 3 años cuentas veces ha acudido al sistema financiero a solicitar crédito para su empresa?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Observándose en el gráfico 33, el 100% de las empresas acude de 1 a 3 veces a las entidades bancarias.

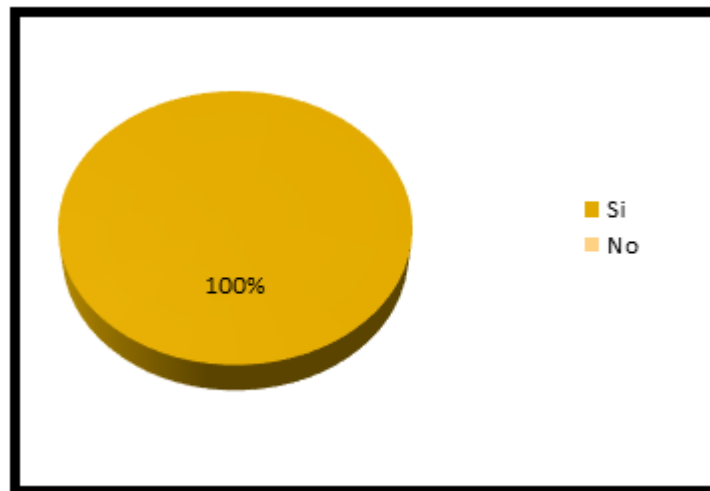
Gráfico 34. ¿La empresa cuenta con contrato de empleo que incluya el salario de los empleados?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

De lo anterior se puede concluir que las tres empresas contratan a sus empleados legalmente y todo queda estipulado en los contratos de trabajo.

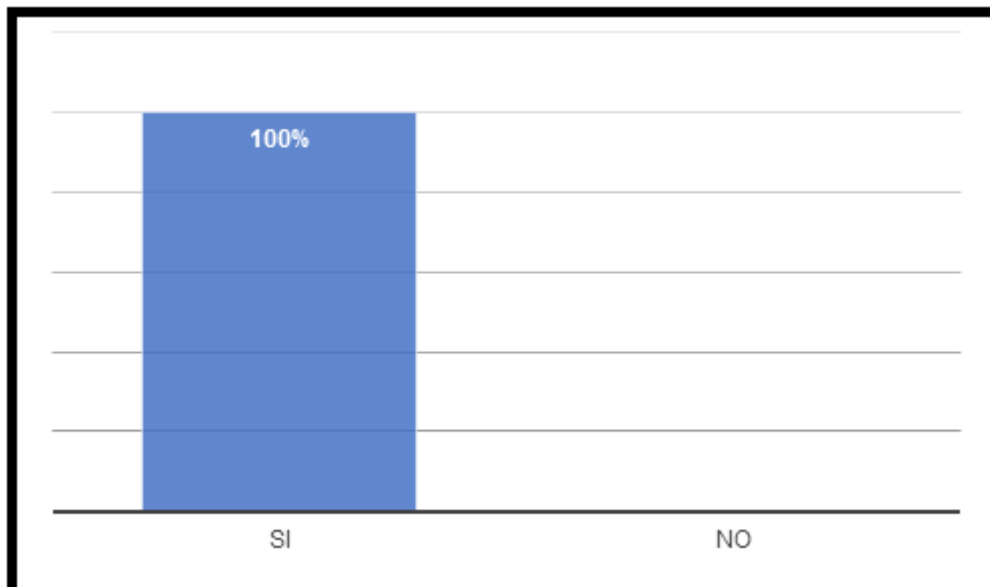
Gráfico 35. ¿Cuenta la organización con un Software Contable?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

La empresa Frutería Las Delicias, Cafetería a tu gusto y el Buen sabor cuentan con un software contable, del cual se encarga el contador.

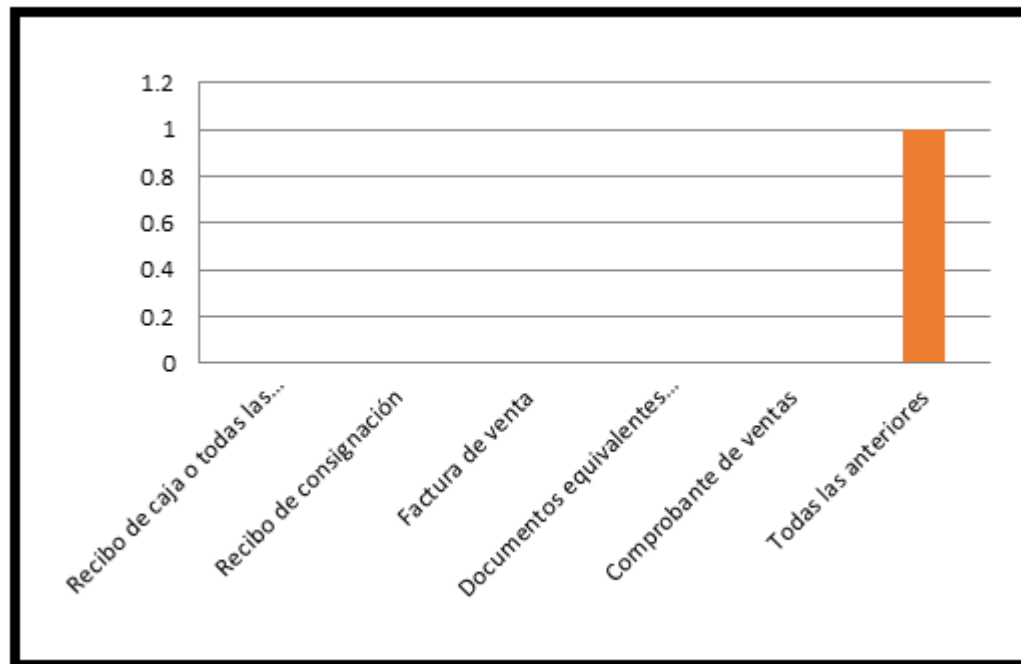
Gráfico 36. Soportes contables



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

El grafico 36, indica que las empresas encuestadas cuentan con todos los soportes contables, en cada empresa se manejan algunos soportes diariamente y otros se utilizan según sus necesidades del día a día.

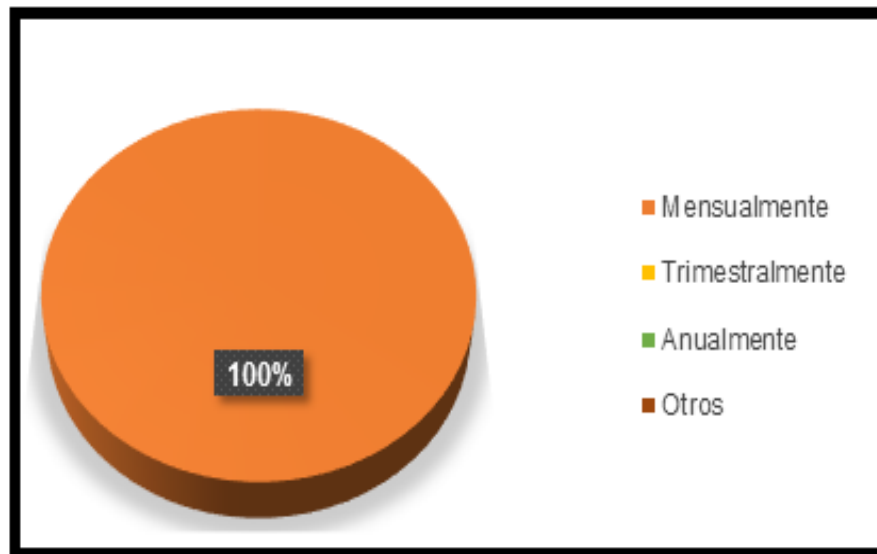
Gráfico 37. ¿La organización paga impuestos?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Con relación al grafico 37, **Luis Alfonso Rico, Lucia González y Amelia Vinazco** comentan que sus empresas cada dos meses pagan el impuesto al consumo, y cada año pagan Industria y Comercio y la declaración de renta.

Gráfico 38. ¿Se realizan auditorías de pérdidas y ganancias constantemente?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Como se muestra en el gráfico 38, en las empresas se realiza constantemente auditoría de pérdidas y ganancias con los informes que presenta el contador mensualmente; la información suministrada en la auditoría es recopilada de los cuadros de caja que se llevan diariamente en cada una de las empresas.

Gráfico 39. ¿Cree usted que la reforma tributaria afecta el desarrollo de la empresa?



Fuente: Elaboración de los autores. **Año:** 2019

Acorde con el grafico 39, en el que se muestra que los empresarios de las empresas consideran que la reforma tributaria afecta el desarrollo de sus empresas.

Comenta Amelia Vinazco, que su empresa se ve afectada por la reforma tributaria en el momento en que se eleven los costos de sus productos a causa de los cambios del IVA y esto hace que los precios de sus productos aumentan y sus clientes disminuyan.

Tabla 1 Balance Frutería Las Delicias

FRUTERIA LAS DELICIAS							
	2017	analisis vertical	2018	analisis vertical	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	
ACTIVOS							
ACTIVOS CORRIENTES							
Disponible	\$ 94.740.393	26,54%	\$ 23.873.110	6,69%	-\$ 70.867.283		-75%
Cuentas por Cobrar (Deudores)	\$ 209.567	0,06%	\$ 164.567	0,05%	-\$ 45.000		-21%
Anticipos, Impuestos y Contribuciones	\$ 230.000	0,06%	\$ 468.000	0,13%	\$ 238.000		103%
Inventarios	\$ 15.456.000	4,33%	\$ 68.650.000	19,23%	\$ 53.194.000		344%
Activos Corrientes	110.635.960	31,00%	93.155.677	26,10%	-\$ 17.480.283		-15,80%
ACTIVOS LARGO PLAZO							
Propiedad Planta y Equipo, PPE							
Edificaciones	\$ 140.000.000	39,22%	\$ 140.000.000	41,20%	\$ -		0%
Maquinaria y Equipo	\$ 61.200.643	17,15%	\$ 61.550.643	18,11%	\$ 350.000		1%
Flota y Equipo de Transporte	\$ 45.000.000	12,61%	\$ 45.000.000	13,24%	\$ -		0%
Equipo de Oficina	\$ 103.000	0,03%	\$ 103.000	0,03%	\$ -		0%
Activo Largo Plazo	\$ 246.303.643	69,00%	\$ 246.653.643	72,59%	\$ 350.000		0%
Total Activos	\$ 356.939.603	100,00%	\$ 339.809.320	100,00%	\$ (17.130.283,0)		-4,80%
PASIVOS							
PASIVOS CORRIENTES							
Obligaciones Fin. de Corto Plazo	\$ 22.379.015	22,64%	\$ 19.640.675	22,79%	-\$ 2.738.340,00		-12%
Proveedores	\$ 216.000	0,22%	\$ 306.254	0,36%	\$ 90.254,00		42%
Impuestos y Retenciones x Pagar	\$ 5.044.540	5,10%	\$ 8.437.214	9,79%	\$ 3.392.674,00		67%
Obligaciones laborales	\$ 13.893.751	14,06%	\$ 8.865.439	10,28%	-\$ 5.028.312,00		-36%
Pasivos Corrientes	\$ 41.533.306	42,02%	\$ 37.249.582	43,21%	-4.283.724,0		-10,31%
PASIVOS LARGO PLAZO							
Obligaciones Fin. de Largo Plazo	\$ 52.217.701	52,83%	\$ 45.828.452	53,17%	-\$ 6.389.249,00		-12%
Otros Pasivos de Largo Plazo	\$ 5.099.297	5,16%	\$ 3.121.476	3,62%	-\$ 1.977.821,00		-39%
Pasivos Largo Plazo	\$ 57.316.998	57,98%	\$ 48.949.928	56,79%	-\$ 8.367.070,00		-15%
Total Pasivos	\$ 98.850.304,0	100,00%	\$ 86.199.510	100,00%	\$ (12.650.794,0)		-12,80%
PATRIMONIO							
Capital	\$ 208.854.159	80,92%	\$ 223.892.425,00	88,28%	\$ 15.038.266,00		7%
Retiro de Utilidades	\$ -		\$ (5.714.414,00)		-\$ 5.714.414,00		0%
Utilidades del Ejercicio	\$ 49.235.140	19,08%	\$ 35.431.799,00	13,97%	-\$ 13.803.341,00		-28%
Total Patrimonio	\$ 258.089.299	100,00%	\$ 253.609.810	100,00%	\$ (4.479.489,0)		-1,74%
Pasivos y Patrimonio	\$ 356.939.603		\$ 339.809.320,0				

Tabla 2 Estado Financiero Frutería las Delicias

FRUTERIA LAS DELICIAS						
AÑO	2017	analisis vertical	2018	analisis vertical	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
41 Ingresos Operacionales	\$ 373.144.485	100%	\$ 451.216.806	100%	\$ 78.072.321,00	21%
61 - Costo de Ventas	\$ 165.951.333	44%	\$ 195.724.873	43%	\$ 29.773.540,00	18%
UTILIDAD BRUTA (=)	\$ 207.193.152	56%	\$ 255.491.933	57%	\$ 48.298.781	23%
51 - Gastos Operacionales Admon	\$ 2.345.287	1%		0%	-\$ 2.345.287,00	-100%
52 - Gastos Operacionales de Ventas	\$ 170.695.017	46%	\$ 240.568.794	53%	\$ 69.873.777,00	41%
UTILIDAD OPERACIONAL (=) EBIT	\$ 34.152.848	9%	\$ 14.923.139	3%	\$ (19.229.709)	-56%
42 + Ingresos No Operacionales	\$ 16.070.112	4%	\$ 28.271.191	6%	\$ 12.201.079,00	76%
53 - Gastos No Operacionales	\$ 987.820	0%	\$ 7.762.531	2%	\$ 6.774.711,00	686%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 49.235.140	13%	\$ 35.431.799	8%	\$ (13.803.341)	-28%
UTILIDAD NETA	\$ 49.235.140	13%	\$ 35.431.799	8%	\$ (13.803.341)	-28%

Tabla 3 Indicadores Financieros Frutería las Delicias

INDICADORES DE LIQUIDEZ		2017		2018	
RAZON CORRIENTE:	ACTIVO CORRIENTE	\$ 110,635,960	266%	\$ 93,155,677	250%
	PASIVO CORRIENTE	\$ 41,533,306		\$ 37,249,582	
PRUEBA ÁCIDA	ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIO	\$ 95,179,960	229%	\$ 24,505,677	66%
	PASIVO CORRIENTE	\$ 41,533,306		\$ 37,249,582	
INDICADORES DE EFICIENCIA					
ROTACION DE ACTIVOS	VENTAS NETAS	\$ 373,144,485	105%	451,216,806	133%
	ACTIVO TOTAL	\$ 356,939,603		\$ 339,809,320	
ROTACION DE PROVEEDORES	COMPRAS DEL PERIODO	\$ 165,951,333	\$ 768	\$ 195,724,873	\$ 639
	PROVEEDORES PROMEDIO	\$ 216,000		\$ 306,254	
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	UTILIDAD BRUTA	\$ 207,193,152	1%	\$ 255,491,933	1%
	VENTAS NETAS X 100	\$ 37,314,448,500		\$ 45,121,680,600	
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	UTILIDAD NETA	\$ 49,235,140	0.13%	\$ 35,431,799	0.08%
	VENTAS NETAS X 100	\$ 37,314,448,500		\$ 45,121,680,600	
INDICADORES DE DESEMPEÑO					
INDICE DE CRECIMIENTO EN VENTA				\$ 451,216,806	1%
VENTAS DEL AÑO CORRIENTE				\$ 37,314,448,500	
VENTAS DEL AÑO ANTERIOR X 100					
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO					
ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL CON TERCEROS	\$ 5,099,297	1%	\$ 3,121,476	1%
	ACTIVO TOTAL	\$ 356,939,603		\$ 339,809,320	
AUTONOMIA	PASIVO TOTAL CON TERCEROS	\$ 5,099,297	2%	\$ 3,121,476	1%
	PATRIMONIO	\$ 258,089,299		\$ 253,609,810	

Al analizar los Estados Financieros de la Frutería las Delicias los ingresos presentaron un aumento considerable lo cual indica que el volumen en ventas fue mayor, esto es un panorama favorable para la empresa, ya que al observar la utilidad tuvo un incremento frente al año anterior, esto debido a que los costos disminuyeron, por ende, se puede decir que la empresa está optimizando los recursos para llevar a cabo su operación.

Como se puede observar en la tabla 2, la utilidad operacional se vio afectada presentando una disminución en la participación frente al año inmediatamente anterior, debido al incremento en los gastos de venta que tuvo que incurrir la empresa, esto indica que se debe evaluar con mayor precisión estos gastos, ya que sería de mayor beneficio para la empresa disminuirlos al punto que las ventas no se vean afectadas, de igual forma podemos decir que los gastos no operacionales presentaron un incremento de un año al otro por este motivo es importante identificar que los se haya tenido un buen manejo del dinero, debido a que estos aumentos en los gastos provocan una disminución en la utilidad neta.

Razón corriente: La interpretación de estos resultados nos dice que por cada \$1 de pasivo corriente, la empresa cuenta con \$2.66 y \$2.50 de respaldo en el activo corriente, para los años 2017 y 2018 respectivamente.

Este indicador, representa en términos generales la liquidez y la capacidad de la empresa de poder mantener sus deudas en el corto plazo. En el 2017, este índice proyecta un valor de \$2.66, en 2018 arroja un valor de \$2.50; lo cual traduce que la empresa Frutería las Delicias se encuentra dentro del margen ideal para mantener sus deudas en el corto plazo. En todos los años este índice es mayor a uno (1), lo cual significa que la empresa tiene más de un peso en cada de los dos años de análisis para sostener un peso invertido en sus niveles de deuda a corto plazo.

Capital neto de trabajo. Este indicador señala que a la empresa le quedaría representado en efectivo u otros activos corrientes, después de haber cancelado todos sus pasivos de corto plazo, en el caso hipotético que tuviera la empresa que cancelarlos de inmediato. De acuerdo a los resultados en el año 2017, la empresa cuenta con \$2.66.

Prueba ácida. Este indicador se interpreta al señalar que la empresa presenta una prueba acida de 2.29 a 1 en el año 2017 y de 0.66 a 1 en el año 2018. Lo anterior quiere decir que por cada peso (\$1) que se debe a corto plazo se cuenta para su cancelación con \$2.29 centavos en activos corrientes para el año 2017. Sin embargo, para el año 2018 la empresa solo cuenta con \$ 0.66. Esto muestra una pérdida en menos de un año \$1.66, lo que está señalando ciertos problemas de liquidez para el año 2018 y el año 2019 si se continua con las mismas políticas contables.

Rotación de Activos: El resultado del indicador señala que los activos rotaron 1.05 veces en el año 2017 y 1.33 veces en el año 2018. Esto significa que las ventas fueron en estos dos años superiores al valor de sus activos, esto es, que se alcanzó a vender \$1 por cada \$1 invertido en activos.

Rotación de Proveedores: Este indicador se interpreta diciendo que para el año 2017 la empresa Frutería las Delicias, pago las cuentas a sus proveedores en promedio cada 768 días, lo que indica que no es un resultado muy aceptable ya que las facturas en este sector deben estar pagas al menos cada 30 días, lo que indica que los proveedores están financiando hasta por mas de 7 meses a la empresa Frutería las Delicias, lo que puede ocasionar que buenos proveedores no les interese negociar mas con la empresa. Para el año 2018 el indicador señala que 639 mejorando por 129 días frente al año anterior.

Margen bruto: Es indicador muestra que las ventas de la empresa Frutería las Delicias generaron un 1% de utilidad bruta en el año 2017 y 1% de utilidad bruta en el año 2018. En otras palabras, por cada \$1 invertido en el año 2017 la empresa generó \$1, igualmente sucedió en el año 2018.

Rentabilidad sobre ventas. Este indicador significa que la utilidad neta de la empresa Frutería las Delicias corresponde aun 1% tanto para el año 2017 como para el año 2018, esto significa que por cada \$1 que la empresa ha vendido generó \$1 de utilidad en ambos años.

Índice de incremento de ventas. Este indicador significa que las ventas del año anterior rotaron 0.13 veces en el año 2017 y en el año 2018 las ventas del año anterior rotaron 0.06 veces.

Endeudamiento: Por cada peso que la empresa Frutería las Delicias tiene en el activo, debe \$ 10 centavos para el año 2018, es decir, que ésta es la participación de los acreedores o terceros, sobre los activos de la empresa. Lo que indica que el nivel de endeudamiento de la empresa Frutería las Delicias es mínimo, factor positivo para la empresa, ya que puede solicitar préstamos para invertir en el negocio y llevarla a un crecimiento calculado y serio, sin sobre endeudamiento, pero si proyectando un incremento que favorezca los márgenes de utilidad al final del ejercicio contable.

Autonomía: Los resultados de este indicador significa que los pasivos totales con terceros correspondieron 2% sobre el patrimonio en el año 2017 y en el caso del año 2018 este indicador correspondió al 1%. Esto quiere decir, que, del total del patrimonio, solo el 2% en el año 2017 de la empresa Frutería las Delicias hace parte de pasivos con terceros y el 1% en el año 2018.

Tabla 4 Balance Cafetería a tu gusto

EMPRESA CAFETERIA A TU GUSTO							
	2017	analisis vertical	2018	analisis vertical	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	
ACTIVOS							
ACTIVOS CORRIENTES							
Disponible	\$ 11.896.541	4,36%	\$ 11.630.000	4,27%	-\$ 266.541		-2%
Inventarios	\$ 15.650.000	5,74%	\$ 15.650.000	5,74%	\$ -		0%
Activos Corrientes	27.546.541	10,11%	27.280.000	10,01%	-\$ 266.541		-0,97%
ACTIVOS LARGO PLAZO							
Propiedad Planta y Equipo, PPE							
Edificaciones		0,00%	\$ 95.000.000	34,89%	\$ 95.000.000		0%
Maquinaria y Equipo	\$ 180.000.000	66,04%	\$ 100.000.000	36,73%	-\$ 80.000.000		-44%
Equipo de Oficina	\$ 65.000.000	23,85%	\$ 50.000.000	18,36%	-\$ 15.000.000		-23%
Activo Largo Plazo	\$ 245.000.000	89,89%	\$ 245.000.000	89,98%	\$ -		0%
Total Activos	\$ 272.546.541	100,00%	\$ 272.280.000	100,00%	\$ (266.541,0)		-0,10%
PASIVOS							
PASIVOS CORRIENTES							
Obligaciones Fin. de Corto Plazo	\$ 37.248.785	30,00%	\$ 37.248.785	30,00%	\$ -		0%
Pasivos Corrientes	\$ 37.248.785	30,00%	\$ 37.248.785	30,00%	0,0		0,00%
PASIVOS LARGO PLAZO							
Otros Pasivos de Largo Plazo	\$ 86.913.831	70,00%	\$ 86.913.831	70,00%	\$ -		0%
Pasivos Largo Plazo	\$ 86.913.831	70,00%	\$ 86.913.831	70,00%	\$ -		0%
Total Pasivos	\$ 124.162.616	100,00%	\$ 124.162.616	100,00%	\$ -		0,00%
PATRIMONIO							
Capital	\$ 115.383.925	77,76%	\$ 112.383.384	75,87%	-\$3.000.541,00		-3%
Utilidades del Ejercicio	\$ 33.000.000	22,24%	\$ 35.734.000	24,13%	\$2.734.000,00		8%
Total Patrimonio	\$ 148.383.925	100,00%	\$ 148.117.384	100,00%	\$ (266.541,0)		-0,18%
Pasivos y Patrimonio	\$ 272.546.541		\$ 272.280.000,0				

Tabla 5 Estado Financiero Cafetería a tu Gusto

EMPRESA CAFETERIA A TU GUSTO						
AÑO	2017	 analisis vertical	2018	 analisis vertical	frecuencia absoluta	frecuencia relativa
41 Ingresos Operacionales	\$ 103.956.000	100%	\$ 104.300.000	100%	\$ 344.000,00	0,3%
61 - Costo de Ventas	\$ 54.236.000	52%	\$ 54.236.000	52%	\$ -	0%
UTILIDAD BRUTA (=)	\$ 49.720.000	48%	\$ 50.064.000	48%	\$ 344.000	1%
51 - Gastos Operacionales Admon		0%		0%	\$ -	0%
52 - Gastos Operacionales de Ventas	\$ 16.720.000	16%	\$ 14.330.000	14%	-\$ 2.390.000,00	-14%
UTILIDAD OPERACIONAL (=) EBIT	\$ 33.000.000	32%	\$ 35.734.000	34%	\$ 2.734.000	8%
42 + Ingresos No Operacionales		0%		0%	\$ -	0%
53 - Gastos No Operacionales		0%		0%	\$ -	0%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 33.000.000	32%	\$ 35.734.000	34%	\$ 2.734.000	8%
UTILIDAD NETA	\$ 33.000.000	32%	\$ 35.734.000	34%	\$ 2.734.000	8%

Tabla 6 Indicadores Financieros Cafetería a tu Gusto

INDICADORES DE ANALISIS FINANCIERO					
INDICADORES DE LIQUIDEZ		2017		2018	
RAZON CORRIENTE:	<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	\$ 27.546.541	74%	<u>\$ 27.280.000</u>	73%
	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	\$ 37.248.785		<u>\$ 37.248.785</u>	
CAPITAL NETO DE TRABAJO	<u>ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIO</u>	\$ 11.896.541	32%	<u>\$ 11.630.000</u>	31%
	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	\$ 37.248.785		<u>\$ 37.248.785</u>	
INDICADORES DE EFICIENCIA					
ROTACION DE ACTIVOS	<u>VENTAS NETAS</u>	\$ 103.956.000	38%	<u>104300000</u>	38%
	<u>ACTIVO TOTAL</u>	\$ 272.546.541		<u>\$ 272.280.000</u>	
INDICADORES DE DESEMPEÑO					
INDICE DE CRECIMIENTO EN VENTAS	<u>VENTAS DEL AÑO CORRIENTE</u>			<u>\$ 104.300.000</u>	1%
	<u>VENTAS DEL AÑO ANTERIOR X 100</u>			<u>\$ 10.395.600.000</u>	
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO					
ENDEUDAMIENTO	<u>PASIVO TOTAL CON TERCEROS</u>	\$ 86.913.831	32%	<u>\$ 86.913.831</u>	32%
	<u>ACTIVO TOTAL</u>	\$ 272.546.541		<u>\$ 272.280.000</u>	
AUTONOMIA	<u>PASIVO TOTAL CON TERCEROS</u>	\$ 86.913.831	59%	<u>\$ 86.913.831</u>	59%
	<u>PATRIMONIO</u>	\$ 148.383.925		<u>\$ 148.117.384</u>	
		\$ 0,58574		<u>\$ 0,58679</u>	

Al analizar los Estados Financieros de la Cafetería a tu Gusto los ingresos presentaron un aumento de un año a otro lo cual ayuda a que la utilidad bruta incremente considerablemente, en la tabla 5 se puede observar que la empresa disminuyo en los gastos operacionales, esto permite que la empresa aumente su utilidad lo cual indica que la empresa tiene un género un rendimiento positivo.

Razón corriente: Lo anterior nos dice que por cada \$1 de pasivo corriente, la empresa cuenta con \$0.74 y \$0.73 de respaldo en el activo corriente, para los años 2017 y 2018 respectivamente.

Prueba ácida. Este indicador se interpreta al señalar que la empresa presenta una prueba acida de 0.32 a 1 en el año 2017 y de 0.31 a 1 en el año 2018. Lo anterior quiere decir que por cada peso (\$1) que se debe a corto plazo se cuenta para su cancelación con \$0.32 centavos en activos corrientes para el año 2017 y para 2018 la empresa cuenta con \$ 0.31. Esto muestra que, al suprimirse los inventarios, la empresa presentaría ciertos problemas de liquidez tanto para el año 2017 y el año 2018.

Rotación de Activos: El resultado del indicador señala que los activos rotaron 0.38 veces en el año 2017 y 0.38 veces en el año 2018. Esto significa que las ventas fueron en estos dos años inferior al valor de sus activos.

Índice de incremento de ventas. Este indicador significa que las ventas del año en el año 2018 las ventas del año anterior rotaron 0.01 veces.

Endeudamiento: Por cada peso que la empresa Cafetería a tu Gusto tiene en el activo, debe \$ 32 centavos para el año 2018, es decir, que ésta es la participación de los acreedores o terceros, sobre los activos de la empresa. Lo que indica que el nivel de endeudamiento de la empresa Cafetería a tu Gusto es mínimo, factor positivo para la empresa, ya que puede solicitar préstamos ya que se considera sano hasta un 50% de

endeudamiento lógicamente bien controlado y buscando que se incrementen los ingresos y los márgenes netos de utilidad.

Autonomía: Los resultados de este indicador significa que los pasivos totales con terceros correspondieron 59% sobre el patrimonio en el año 2017 y en el caso del año 2018 este indicador correspondió al 59%. Esto quiere decir, que, del total del patrimonio, que el 59% en el año 2017 de la empresa Cafetería a tu Gusto hace parte de pasivos con terceros y el 59% en el año 2018. Cifra que se puede considerar un poco alta, y por lo tanto no se recomienda endeudarse mas a la empresa con pasivos a terceros.

Tabla 7 Balance El Buen Sabor

EMPRESA EL BUEN SABOR							
	2017	analisis vertical	2018	analisis vertical	frecuencia absoluta	frecuencia relativa	
ACTIVOS							
ACTIVOS CORRIENTES							
Disponible	\$ 20.826.014	6,37%	\$ 69.771.723	21,35%	\$ 48.945.709	235%	
Anticipo Impuesto y Contribucion	\$ 986.000	0,30%	\$ 843.000	0,26%	-\$ 143.000	-15%	
Prestamos a Particulares	\$ 153.000.000	46,81%	\$ 153.000.000	46,81%	\$ -	0%	
Inventarios	\$ 1.794.000	0,55%	\$ 1.793.709	0,55%	-\$ 291	0%	
Activos Corrientes	176.606.014	54,03%	225.408.432	68,96%	\$ 48.802.418	27,63%	
ACTIVOS LARGO PLAZO							
Propiedad Planta y Equipo, PPE							
Edificaciones	\$ 149.914.180	45,87%	\$ 149.914.000	39,89%	-\$ 180	0%	
Maquinaria y Equipo	\$ 20.623.000	6,31%	\$ 20.622.835	5,49%	-\$ 165	0%	
Flota y Equipo de Transporte	\$ 2.800.000	0,86%	\$ 2.800.000	0,74%	\$ -	0%	
Equipo de Oficina	\$ 2.480.000	0,76%	\$ 2.480.000	0,66%	\$ -	0%	
Equipo de Computacion y Comunicación			\$ 192.000	0,05%			
Activo Largo Plazo	\$ 175.817.180	53,79%	\$ 176.008.835	46,83%	\$ 191.655	0%	
Depreciacion Acumulada	\$ (25.573.180)		\$ (25.573.180)				
Total Activos	\$ 326.850.014	100,00%	\$ 375.844.087	100,00%	\$ 48.994.073,0	14,99%	
			\$ 0				
PASIVOS							
PASIVOS CORRIENTES							
Obligaciones Fin. de Corto Plazo	\$ 10.125.900	25,66%	\$ 8.556.246	25,45%	-\$ 1.569.654,00	-16%	
Proveedores	\$ 5.711.000	14,47%		0,00%	-\$ 5.711.000,00	-100%	
Impuestos y Retenciones x Pagar	\$ -	0,00%	\$ 4.004.994	11,91%	\$ 4.004.994,00	0%	
Obligaciones laborales	\$ -	0,00%		0,00%	\$ -	0%	
Pasivos Corrientes	\$ 15.836.900	40,13%	\$ 12.561.240	37,37%	-3.275.660,0	-20,68%	
PASIVOS LARGO PLAZO							
Obligaciones Fin. de Largo Plazo	\$ 23.627.100	59,87%	\$ 19.964.575	59,39%	-\$ 3.662.525,00	-16%	
Otras Cuentas por cobrar		0,00%	\$ 1.091.269	3,25%	\$ 1.091.269,00	0%	
Pasivos Largo Plazo	\$ 23.627.100	59,87%	\$ 21.055.844	62,63%	-\$ 2.571.256,00	-11%	
Total Pasivos	\$ 39.464.000,0	100,00%	\$ 33.617.084	100,00%	\$ (5.846.916,0)	-14,82%	
PATRIMONIO							
Capital	\$ 249.520.014	86,82%	\$ 287.216.227,00	83,93%	\$ 37.696.213,00	15%	
Retiro de Utilidades	\$ -				\$ -	0%	
Utilidades del Ejercicio	\$ 37.866.000	13,18%	\$ 55.010.776,00	16,07%	\$ 17.144.776,00	45%	
Total Patrimonio	\$ 287.386.014	100,00%	\$ 342.227.003	100,00%	\$ 54.840.989,0	19,08%	
Pasivos y Patrimonio	\$ 326.850.014		\$ 375.844.087				

Tabla 8 Estado Financiero El Buen Sabor

EMPRESA EL BUEN SABOR						
AÑO	2017	 analisis vertical	2018	 analisis vertical	frecuencia absoluta	frecuenci a relativa
41 Ingresos Operacionales	\$ 244.495.000	100%	\$ 257.025.044	100%	\$ 12.530.044,00	5%
61 - Costo de Ventas	\$ 169.728.000	69%	\$ 93.240.492	36%	-\$ 76.487.508,00	-45%
UTILIDAD BRUTA (=)	\$ 74.767.000	31%	\$ 163.784.552	64%	\$ 89.017.552	119%
51 - Gastos Operacionales Admon	\$ 4.256.000	2%	\$ 2.524.450	1%	-\$ 1.731.550,00	-41%
52 - Gastos Operacionales de Ventas	\$ 32.471.000	13%	\$ 106.208.861	41%	\$ 73.737.861,00	227%
UTILIDAD OPERACIONAL (=) EBIT	\$ 38.040.000	16%	\$ 55.051.241	21%	\$ 17.011.241	45%
42 + Ingresos No Operacionales	\$ -	0%	\$ 104.912	0%	\$ 104.912,00	0%
53 - Gastos No Operacionales	\$ 174.000	0%	\$ 145.377	0%	-\$ 28.623,00	-16%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 37.866.000	15%	\$ 55.010.776	21%	\$ 17.144.776	45%
UTILIDAD NETA	\$ 37.866.000	15%	\$ 55.010.776	21%	\$ 17.144.776	45%

Tabla 9 Indicadores Financieros El Buen Sabor

INDICADORES DE ANALISIS FINANCIERO					
INDICADORES DE LIQUIDEZ		2017		2018	
RAZON CORRIENTE:	<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	\$ 176.606.014	1115%	\$ 225.408.432	1794%
	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	\$ 15.836.900		\$ 12.561.240	
CAPITAL NETO DE TRABAJO	<u>ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIO</u>	\$ 174.812.014	1104%	\$ 223.614.723	1780%
	<u>PASIVO CORRIENTE</u>	\$ 15.836.900		\$ 12.561.240	
INDICADORES DE EFICIENCIA					
ROTACION DE ACTIVOS	<u>VENTAS NETAS</u>	\$ 244.495.000	74,80%	257025044	68,39%
	<u>ACTIVO TOTAL</u>	\$ 326.850.014		\$ 375.844.087	
MARGEN BRUTO DE UTILIDAD	<u>UTILIDAD BRUTA</u>	\$ 74.767.000	0,31%	\$ 163.784.552	0,64%
	<u>VENTAS NETAS X 100</u>	\$ 24.449.500.000		\$ 25.702.504.400	
RENTABILIDAD SOBRE VENTAS	<u>UTILIDAD NETA</u>	\$ 37.866.000	0,15%	\$ 55.010.776	0,21%
	<u>VENTAS NETAS X 100</u>	\$ 24.449.500.000		\$ 25.702.504.400	
INDICADORES DE DESEMPEÑO					
INDICE DE CRECIMIENTO EN VENTAS	<u>VENTAS DEL AÑO CORRIENTE</u>			\$ 257.025.044	1,05%
	<u>VENTAS DEL AÑO ANTERIOR X 100</u>			\$ 24.449.500.000	
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO					
ENDEUDAMIENTO	<u>PASIVO TOTAL CON TERCEROS</u>	\$ -	0,00%	\$ 1.091.269	0,29%
	<u>ACTIVO TOTAL</u>	\$ 326.850.014		\$ 375.844.087	
AUTONOMIA	<u>PASIVO TOTAL CON TERCEROS</u>	\$ -	0,00%	\$ 1.091.269	0,32%
	<u>PATRIMONIO</u>	\$ 287.386.014		\$ 342.227.003	
		\$ -		\$ 0,00319	

Al analizar la tabla 8, se puede observar que en la empresa El buen sabor las ventas tuvieron un aumento y las compras disminuyeron de un año a otro lo cual indica que la empresa venía con un inventario que ayudo a la empresa a disminuir sus compras, por otro lado, los gastos administrativos disminuyeron considerablemente y los gastos de ventas aumentaron, debido a que se aumentó el personal de trabajo, para concluir la empresa El buen sabor tuvo un aumento en su utilidad neta.

Razón corriente: La interpretación de estos resultados nos dice que por cada \$1 de pasivo corriente, la empresa cuenta con \$11.15 y \$17.94 de respaldo en el activo corriente, para los años 2017 y 2018 respectivamente.

Prueba ácida. Este indicador se interpreta al señalar que la empresa presenta una prueba acida de 11.04 a 1 en el año 2017 y de 17.80 a 1 en el año 2018. Lo anterior quiere decir que por cada peso (\$1) que se debe a corto plazo se cuenta para su cancelación con \$11.04 centavos en activos corrientes para el año 2017 y para el año 2018 cuenta con 17.80 por cada 1.

Rotación de Activos: El resultado del indicador señala que los activos rotaron 74.8 veces en el año 2017 y 66.39 veces en el año 2018.

Margen bruto: Es indicador muestra que las ventas de la empresa El Buen Sabor generaron un 0.31% de utilidad bruta en el año 2017 y 0.64% de utilidad bruta en el año 2018. En otras palabras, por cada \$1 invertido en el año 2017 la empresa generó \$0.31 en el año 2017 y para el año 2018 genero \$0.64.

Rentabilidad sobre ventas. Este indicador significa que la utilidad neta de la empresa El Buen Sabor corresponde a un 0.15% tanto para el año 2017 y para el año 2018 genero 0.21%, esto significa que por cada \$1 que la empresa ha vendido generó \$0.15 de utilidad en el año 2017 y para el año 2018 generó \$0.21.

Endeudamiento: Por cada peso que la empresa El Buen Sabor tiene en el activo, debe \$ 0.29 centavos para el año 2018, es decir, que ésta es la participación de los acreedores o terceros, sobre los activos de la empresa. Lo que indica que el nivel de endeudamiento de la empresa El Buen Sabor es bajo, factor positivo para la empresa, ya que puede solicitar préstamos para invertir en el negocio.

Autonomía: Los resultados de este indicador significa que los pasivos totales con terceros correspondieron 0.32% sobre el patrimonio en el año 2018 Esto quiere decir, que, del total del patrimonio, solo el 0.32 % en el año 2018 de la empresa El Buen Sabor corresponde a pasivos de terceros.

11. CONCLUSIONES

Las PYMEs en el sector del municipio de Tuluá, tienen una grande presencia en el mercado, las empresas que se analizaron han continuado a evolucionar según la demanda del mercado, las empresas frutería las delicias, el buen sabor y cafetería a tu gusto, todas comenzaron como una simple idea, que se proyectó y se convirtió en un ente económico; Las empresas deben afrontar obstáculos para posicionarme en el mercado, como factores internos o externos, como se pudo evidenciar en las encuestas las empresas desconocer ciertos campos que podrían mejorar aspectos fundamentales para el crecimiento y posicionamiento, esto facilitaría el manejo financiero, el control interno y la toma de decisiones.

Las empresas estudiadas comenzaron todas de forma empírica, sin mucho conocimiento acerca del manejo de una empresa, algunas sin establecer objetivos, ni misión o visión; esto, pero no freno la expansión, crecimiento y desarrollo de sus actividades comerciales.

Lo fundamental fue la venta de un producto de calidad que cumpliera con la satisfacción de la necesidad del cliente y continuar con la aplicación de estándares de calidad, variedad y mejoramiento constante; las empresas no solo tuvieron en cuenta sus productos, la infraestructura, el personal y la opinión del cliente, son aspectos fundamentales, además, la evolución constante de sus empresas los obligo a fijar objetivos concretos, además de cambiar o mejorar sus procesos de producción, comprendiendo además de los factores que lo constituyen, como el manejo de la materia prima, la mano de obra y costos indirectos.

Al expandirse y entrar en diferentes mercados, frutería las delicias, el buen sabor y cafetería a tu gusto, entendieron sus empresas no son solo entes económicos, sus empresas hacen parte de una unidad social, las empresas sin importar que sean grandes, pequeñas, formales e informales, hacen parte de un aspecto grande; en este caso, las empresas tiene una responsabilidad social corporativa y además de pensar en un crecimiento económico, se deben de tener en cuenta la acción medioambiental y su participación social.

Por este motivo las empresas frutería las delicias, el buen sabor y cafetería a tu gusto; han decidido optar por procesos ambientales que no influyan de forma negativa en la sociedad, con el propósito de lograr el objetivo de una sostenibilidad completa.

12. RECOMENDACIONES

Crear un plan ambiental más amplio, para tener un mayor impacto en el sostenimiento ambiental interno y externo de la empresa, optar por jornadas de concientización e información ambiental, además de usar productos ecos sostenibles dentro de la empresa.

Establecer un sistema de retroalimentación entre las diferentes áreas de las empresas, también entre gerentes y trabajadores, facilitando la comunicación, para obtener un mejor clima organizacional.

Actualizar el manual de procesos, para optimizar el desarrollo de las actividades, desde una perspectiva más ambiental, con el objetivo de mejorar la producción, evitando el desperdicio de materiales o la contaminación.

Implementar incentivos laborales para los empleados, esto genera una mayor motivación y una mejoría en los procesos de la empresa, pueden ser incentivos monetarios, de educación o formativos, posibilidades de ascenso en la empresa, etc.

Adaptar o implementar un programa contable actualizado, donde se manejen diferentes rubros contables y aspectos financieros, que faciliten la toma de decisiones de la empresa.

Asistir a los diferentes foros informativos acerca de las reformas tributarias e impuestos a cargo de las entidades públicas o privadas, para un mejor entendimiento y evitar sanciones o procesos legales.

BIBLIOGRAFÍA

BARRÓN ARAOZ, Ricardo Doctor de ciencias contables y empresariales, Contador Público, máster en administración de empresas.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991. [Consultado: 27 de Febrero de 2019]. Disponible en Internet: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

CÁMARA DE COMERCIO DE TULUÁ. Informe de Gestión año 2016. Disponible en: <https://camaratulua.org/wp-content/uploads/2016/02/calidad/page/INFORME-ANUAL-DE-GESTI%C3%93N-A%C3%91O-2016-SIC.pdf>

CÁMARA DE COMERCIO DE TULUÁ. Informe de Sostenibilidad año 2017. Disponible en: <https://camaratulua.org/wp-content/uploads/2016/02/calidad/page/Informe-de-Sostenibilidad-2017-C%C3%A1mara-de-Comercio-de-Tulu%C3%A1.pdf>

CÁMARA DE COMERCIO DE TULUÁ. Informe de Sostenibilidad año 2018. [Citado el 31 de enero del 2019]. Disponible en: https://camaratulua.org/sdm_downloads/informe-de-sostenibilidad-2018/

CE, Méndez Álvarez. *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Limusa, 2013.

COOPER, Brian; FLOODY Brian, MCNEILL Gina. Como iniciar y administrar un restaurante [libro en línea] traducción: Affán Buitrago, Grupo editorial Norma, [Consultado: 18 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <http://lanuevaeconomia.com/leer-gratis-el-libro-como-iniciar-y-administrar-un-restaurante-escrito-por-brian-cooperbrian-floodygina-mcneill.html>

FEDESARROLLO, 2013. [Consultado: 20 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://www.fedesarrollo.org.co/>

FRANCIS TROUTS, Jhon, fundador y pionero de la teoría del posicionamiento y marketing de guerra en 1996.

FONDO FOMIPYME. [Consultado: 28 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://encolombia.com/economia/economicolombiana/emprendimiento/fomipyme/>

Fuente: RÚES – Registro Único Empresarial y Social. [Consultado: 4 de marzo de 2019].

Fuente: [Consultado: 4 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: <https://www.yumpu.com/es/document/view/59903796/informe-comportamiento-empresarial-cct-2017>

HISTORIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: [Consultado: 6 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: <https://mansunides.org/es/rsc/responsabilidad-social-corporativa/historia-rsc>

INFORME ANUAL DE GESTIÓN, año 2016. [Consultado: 16 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://camaratulua.org/wp-content/uploads/2016/02/calidad/page/INFORME-ANUAL-DE-GESTI%C3%93N-A%C3%91O-2016-SIC.pdf>

INFORME DE SOSTENIBILIDAD, año 2017 [Consultado: 18 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://camaratulua.org/wp-content/uploads/2016/02/calidad/page/Informe-de-Sostenibilidad-2017-C%C3%A1mara-de-Comercio-de-Tulu%C3%A1.pdf>

INFORME SOCIOECONÓMICO, demográfico de la región Área de influencia Cámara de comercio de Tuluá 2017. [Consultado: 20 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: Fuente Cámara de Comercio.

LEY 905 de 2004, [Consultado: 12 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

RAMÍREZ SANTISTEBAN, María Alejandra. Raddar CKG.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: [Consultado: 9 de marzo de 2019]. Disponible en Internet: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesempresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/QueeslaResponsabilidadSocialEmpresarial.aspx>

RODRÍGUEZ ROJAS, Caroll Irene. Sostenibilidad en las empresas. 2012. Disponible en: <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>

SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS. [Consultado: 24 de febrero de 2019]. Disponible en Internet: <https://www.eoi.es/blogs/carollirenerodriguez/2012/05/20/sostenibilidad-en-las-empresas/>

TAMAYO Y TAMAYO, MARIO. Diccionario de la investigación científica, p.29.

VÁSQUEZ, Silva. Análisis del sector desarrollo sostenible en Colombia.

ANEXOS

ANEXO A Entrevista para recolección de información sobre las empresas

Nombre empresa: _____

Nombre de quien responde la encuesta: _____

Cargo de la persona encuestada _____

I. LOS ASPECTOS SOCIALES DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ

1. ¿Dónde nació la idea de negocio?

- a. Familia _____
- b. Amigos _____
- c. Propia _____
- d. Compra a terceros _____

2. ¿En qué condiciones se encuentra la empresa actualmente?

- a. Excelentes _____
- b. Buenas _____
- c. Regulares _____
- d. Malas _____

3. ¿La empresa cuenta con una visión?

- a. Si _____
- b. No _____

4. ¿La empresa está constituida legalmente?

- a. Si _____
- b. No _____

5. ¿La empresa tiene objetivos establecidos?

- a. Si _____
- b. No _____

6. ¿Quién define los objetivos?

- a. El dueño _____
- b. Los socios _____
- c. Los empleados _____
- d. Ninguna de las anteriores _____

7. ¿Los objetivos están documentados por escrito?
 - a. Si ____
 - b. No ____

8. ¿Son necesarias todas las funciones y actividades de la empresa para el alcance de los objetivos?
 - a. Totalmente de acuerdo ____
 - b. De acuerdo ____
 - c. Neutral ____
 - d. En desacuerdo ____

9. ¿Cree usted que la relación Precio-Calidad se ve reflejada en sus productos?
 - a. Totalmente de acuerdo ____
 - b. De acuerdo ____
 - c. Neutral ____
 - d. En desacuerdo ____

10. ¿Satisface las necesidades económicas, sociales y personales de los miembros?
 - a. Totalmente de acuerdo ____
 - b. De acuerdo ____
 - c. Neutral ____
 - d. En desacuerdo ____

11. ¿Las tareas exigen personal calificado?
 - a. Si ____
 - b. No ____

12. ¿Cree usted que la imagen que ofrece la empresa al cliente es positiva?
 - a. Totalmente de acuerdo ____
 - b. De acuerdo ____
 - c. Neutral ____
 - d. En desacuerdo ____

13. ¿Cree usted que la imagen que ofrece la empresa al cliente es positiva?
 - a. Si ____
 - b. No ____
 - c. No aplica ____

14. ¿Tiene en cuenta las opiniones o recomendaciones de los clientes?
 - a. Totalmente de acuerdo ____
 - b. De acuerdo ____
 - c. Neutral ____
 - d. En desacuerdo ____

15. ¿Cree usted que existe una buena comunicación entre gerentes y empleados?

- a. Si ____
- b. No ____

16. ¿La empresa logra tener rentabilidad con sus productos?

- a. Si ____
- b. No ____

17. ¿Cree usted que la empresa cuenta con una competencia específica en el municipio de Tuluá?

- a. Si ____
- b. No ____

18. ¿Cuál es el rango de edad de los clientes?

- a. Menos de 15 años ____
- b. Entre 15 y 30 años ____
- c. Entre 30 y 40 años ____
- d. Más de 40 años ____
- e. Todas las anteriores ____

II. LOS ASPECTOS AMBIENTALES DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ

19. ¿Cuenta la empresa con un control de plagas y fumigación?

- a. Si ____
- b. No ____

20. Considera que las medidas de protección del medio ambiente deben ser:

- a. Inmediata ____
- b. A mediano plazo ____
- c. A largo plazo ____
- d. No sabe y/o no contesta ____

21. ¿Qué tipos de residuos clasifica usted dentro de la empresa?

- a. Papel y cartón ____
- b. Plástico y metal ____
- c. Residuos de frutas ____
- d. Cristales ____
- e. Ninguna de las anteriores ____

22. ¿Qué aspectos cree usted que dificultan la clasificación de los residuos?

- a. Falta de espacios para tener bolsas ____
- b. Falta de conocimiento de normas de reciclaje ____
- c. Desconocimiento de las ventajas del futuro ____
- d. Pérdida de tiempo ____

23. ¿Dentro de las funciones de los empleados se encuentra alguna relacionada con el tema ambiental?

- a. Si ____
- b. No ____
- c. No aplica ____

24. ¿Cree que la empresa está comprometida con el cuidado y conservación del medio ambiente?

- a. Si ____
- b. No ____

25. ¿Considera que la empresa debe tomar medidas de prevención, corrección y mitigación de la contaminación ambiental?

- a. Si ____
- b. No ____
- c. No aplica ____

26. Las condiciones ambientales en los puestos de trabajo

- a. Excelentes
- b. Buenas ____
- c. Regulares ____
- d. Malas ____

27. ¿La empresa cuenta con las normas básicas de seguridad laboral?

- a. Si ____
- b. No ____

28. ¿Cuenta la empresa con avisos o señalizaciones para evitar accidentes en el área laboral?

- a. Si ____
- b. No ____

III. LOS ASPECTOS ECONÓMICOS DE LAS EMPRESAS FRUTERÍA LAS DELICIAS, EL BUEN SABOR Y CAFETERÍA A TU GUSTO UBICADAS EN MUNICIPIO DE TULUÁ

29. ¿La empresa suministra Estados Financieros?

- a. Si ____
- b. No ____
- c. No aplica ____

30. ¿Cuántas personas conforman la empresa?
- a. Entre 1 a 10 personas ____
 - b. Entre 10 a 25 personas ____
 - c. Entre 25 a 35 personas ____
 - d. Más de 35 personas ____
31. ¿Quién toma las decisiones en la empresa?
- a. Solo la gerencia ____
 - b. Cada director de área ____
 - c. El equipo directivo ____
 - d. Otros ____
32. ¿Cuál es la principal fuente de financiación a corto plazo que tiene la empresa?
- a. Obligaciones Financieras
 - b. Proveedores
 - c. Anticipos de Clientes
 - d. Otras
33. ¿En los últimos 3 años cuantas veces ha acudido al sistema financiero a solicitar crédito para su empresa?
- a. 1 a 3 veces ____
 - b. 3 a 6 veces ____
 - c. 6 a 10 veces ____
 - d. Más de 10 veces ____
34. ¿La empresa cuenta con contrato de empleo que incluya el salario de los empleados?
- a. Si ____
 - b. No ____
35. ¿Cuenta la organización con un Software Contable?
- a. Si ____
 - b. No ____
36. ¿Maneja la empresa con Soportes contables?
- a. Si ____
 - b. No ____
37. ¿La organización paga impuestos?
- a. Si ____
 - b. No ____
38. ¿Se realizan auditorias de pérdidas y ganancias constantemente?

- a. Mensual ____
- b. Trimestral ____
- c. Anual ____
- d. Otros ____

39. ¿Cree usted que la reforma tributaria afecta el desarrollo de la empresa?

- a. Totalmente de acuerdo ____
- b. De acuerdo ____
- c. Neutral ____
- d. En desacuerdo ____