



INDICE DE PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN EMPRESARIAL

AUTORES:

**ALEJANDRA ANTE LÓPEZ
STEPHANY CASTAÑEDA OSSA
MARIANA LEYTON RUIZ
LAURA MORENO GALINDO**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
DICIEMBRE 2017**



INDICE DE PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN EMPRESARIAL

AUTORES:

**ALEJANDRA ANTE LÓPEZ
STEPHANY CASTAÑEDA OSSA
MARIANA LEYTON RUIZ
LAURA MORENO GALINDO**

**Proyecto de Grado para optar el título de economista y negociador
internacional**

Director proyecto

TOMAS LOMBANA

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
DICIEMBRE 2017**

TABLA DE CONTENIDO

Glosario	3
Resumen	4
Abstract	4
1. Introducción	4
1.1 Contexto, Justificación y Formulación del Problema	6
2. Objetivos	9
2.1 Objetivos del proyecto	9
2.2 Objetivos específicos	9
3. Marco conceptual	9
3.1 Marco de referencia	9
3.2 MARCO TEÓRICO	11
3.2.1 Merco (Monitor Empresarial de Reputación)	12
3.2.2 Encuesta de percepción sobre riesgos del sistema financiero	17
3.3.3 Un indicador de confianza para la economía chilena	19
3.3.4 Encuesta de opinion empresarial (EOE).....	22
3.3.5 Otras investigaciones hechas para Colombia.....	23
4. Metodología	26
4.1 Encuesta “ICV”	27
4.2 Análiisis de Resultados	37
5. CONCLUSIONES	65
6. RECOMENDACIONES	65
7. APRENDIZAJE	66
8. ANEXOS	66
9. Bibliografía	71

GLOSARIO

Valoración, percepción, empresas, empresarios, beta // Assessment, perception,

companies, entrepreneurs, beta.

RESUMEN

Este trabajo consiste en desarrollar la creación de un índice de valoración y percepción empresarial que podría ser una herramienta a la hora de valorar una empresa para todos los valoradores de empresa, utilizando información real sobre el contexto económico colombiano.

Para ello se realiza una investigación de campo sobre la percepción de algunos empresarios de distintos sectores de la economía colombiana, acerca de diferentes temas: económicos, políticos y sociales; con el objetivo final de crear un proyecto piloto acerca de la creación del índice de valoración y percepción empresarial.

ABSTRACT

This paper consists of developing the creation of an index of business appraisal and perception that could be a tool when valuing a company for all company appraisers, using real information about the Colombian economic context.

Therefore, a field investigation is carried out on the perception of some entrepreneurs from different sectors of the Colombian economy, about different topics: economic, political and social; with the final objective of creating a pilot project about the creation of the business perception and assessment index.

1. INTRODUCCIÓN

En el presente documento se pretende desarrollar en su totalidad la creación de un índice de percepción empresarial. Para ello, es necesario la búsqueda de

información acerca de temas relacionados con nuestro índice, tales como, la percepción, opinión y confianza que tienen los grandes y pequeños empresarios de Colombia, además de los indicadores económicos y demás información económica que afecte los componentes del índice.

El índice busca ser objeto de herramienta para los empresarios colombianos que deseen considerar de manera imparcial y basándose en ciertos aspectos que rigen el sector económico, como es el comportamiento de su empresa y de las demás compañías que hacen parte de la industria. De esta manera, será posible determinar algunos de los factores determinantes que afectan el comportamiento de los empresarios cuando toman decisiones.

Por consiguiente es pertinente dar a conocer que para la elaboración del proyecto, se profundizó acerca del instrumento MERCO (Monitor empresarial de reputación corporativa), adicionalmente nos apoyamos en las investigaciones realizadas en documentos que contienen información relevante para la elaboración del índice, de igual forma, se identificaron las variables principales que afectan el crecimiento de una empresa, como afecta el comportamiento de los empresarios al crecimiento de las empresas y del país.

Se determina el tamaño de la muestra con el cual se desenvolverá la investigación, se diseñan encuestas basadas en lineamientos de documentos existentes para facilitar la recolección de datos y así, aplicar un modelo respecto a los resultados de la muestra. Por otra parte, se obtendrán herramientas documentadas, como, cuestionarios validados por expertos en el tema, diagnósticos de las empresas de

la muestra escogida en el sector y factores registrados de evaluación de crecimiento empresarial.

Algunas de las limitaciones de este proyecto, se basan en que, se solicita recolectar información de todo tipo que tenga relación con el tema, ya que es la creación de un índice, y por ende debe ser rigurosa y exacta la recolección de datos. Además, resulta compleja la selección de determinantes que compondrán el contenido del índice y a su vez categorizar la generación de resultados del mismo. No obstante, se realizará el debido trabajo con la búsqueda de fuentes externas y directas, para que la formulación del índice sea exitosamente posible.

A continuación, se plantea el contexto, la justificación y formulación de la investigación, la cual se espera que quede concluida al final del documento. Seguidamente encontrarán los objetivos generales, específicos y entregables, los cuales constituyen la meta del proyecto. Luego se presentan los lineamientos que dan forma al marco teórico, en esta instancia se expone el marco de referencia que da una antesala de las dimensiones de la investigación. Finalmente se desarrolla el modelo metodológico utilizado para la gestación del índice y todos los componentes que harán parte de la culminación del proyecto.

1.1 CONTEXTO, JUSTIFICACIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad, se encuentra una incógnita frecuente en el sector empresarial: ¿Cuánto podría llegar a valer mi empresa? Es por esto que los empresarios están interesados en conocer el valor de su empresa, sin embargo esto no significa que quieran calcular un valor exacto de sus activos o acciones. El interés real de los

empresarios radica en un valor de negociación que se asemeje a un acuerdo entre compradores y vendedores. Por tal razón, difiere el precio y el valor de la empresa.

Conocer el valor de la empresa, permite al empresario prever los constantes cambios que se presentan en el sector y de esta forma tomar decisiones a corto y largo plazo que le permitan fortalecer su empresa a nivel competitivo, obteniendo así mayores márgenes de beneficios.

Cuando una empresa decide hacer un análisis de inversión, es necesario que a su vez se realice una técnica de valoración que permita a los empresarios determinar su valor implícito y eficiencia en el sector. Cuando se habla de valoración de una empresa, se hace referencia al proceso mediante el cual se determina el valor que puede tener la compañía tanto para propietarios como clientes. Una empresa puede tener distintos valores para compradores y vendedores, locales o extranjeros, y este se basa en las percepciones que existan del sector y los beneficios que la compañía pueda generar a sus propietarios, así como también los diferentes usos que se le podría dar a sus activos. Sin embargo, la valoración no es proceso para determinar el precio o costo de una empresa, dado que existe una clara diferencia entre el valor y el precio de una compañía; por un lado, el vendedor asigna un valor a la empresa de acuerdo con el potencial que esta posee, mientras que el precio puede llegar a ser un acuerdo entre dos partes después de un proceso de negociación.

Las razones que motivan a los empresarios a valorar sus empresas, radican en usar adecuadamente las oportunidades que brinda el mercado y realizar cambios relevantes a nivel interno en la organización. Dicha valoración es esencial al

momento de realizar una transferencia de valor, es decir, la valoración le permite al vendedor establecer un rango de precios al cual su empresa puede ser vendida, mientras al comprador le puede indicar el valor máximo que puede llegar a pagar por la compañía en la que se encuentra interesado. No obstante, la valoración debe ser un proceso subjetivo, dado que pueden existir diversas valoraciones para una misma empresa, razón por la cual se debe determinar la técnica adecuada para calcular el índice libre de componentes subjetivos. Adicionalmente, se debe tener en cuenta que las condiciones de valoración pueden variar dependiendo de las condiciones en las que se encuentre la empresa y el ciclo económico que se presente en el sector.

Habitualmente en los análisis de inversión del sector empresarial se debe realizar un proceso previo de valoración, por tal razón es indispensable la información interna de la empresa como estados financieros, informes contables y estrategias de inversión. De igual forma, se debe tener en cuenta información relevante de empresas similares, información del sector al que pertenece la compañía y datos del entorno macroeconómico.

Para realizar dicha valoración, se cubren sectores económicos como: comercio, industria, servicios y agropecuario, con el fin de conocer los criterios sobre el volumen de producción y ventas, expectativas de inversión.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

El objetivo de la creación del índice de valoración y percepción empresarial, consiste en crear una herramienta que sirva como ayuda para los empresarios, financieros y valoradores de empresas en la toma de decisiones.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Analizar el crecimiento e información del sector: Industria, comercio, servicios y agropecuario.
- ✓ Conocer la percepción de los empresarios respecto a la economía colombiana y global.
- ✓ Identificar las variables que afectan el crecimiento de una empresa.
- ✓ Diagnosticar los sectores encuestados.

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1 MARCO DE REFERENCIA

Nuestra investigación se realiza dentro de un marco de referencia, es decir, existen estudios, teorías o conocimientos previos que nos sirven para basarnos y mencionarlos porque nos indican la idea que se debe seguir para concluir la investigación, además de generarnos claridad sobre la cantidad y calidad de variables que debemos implementar en nuestro modelo. Investigamos varios índices de confianza y valoración de las empresas en distintos sectores como:

* MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), el cual evalúa la reputación corporativa de las empresas y tiene presencia alrededor de 12 países y realizan encuestas a directivos, consumidores y expertos que le dan el ranking a cada empresa (Vázquez 2016).

Mediante un cuestionario de méritos se verifica la reputación de las empresas del ranking provisional Merco (Qué es Merco n.d.).

* Encuesta de percepción sobre riesgos del sistema financiero: “El documento está dividido en tres secciones; en la primera se presentan los hechos o escenarios que más preocupan a las entidades en el corto plazo (cero a doce meses) en términos de la estabilidad del sistema financiero colombiano. En la segunda se analizan las principales fuentes de riesgo en relación con el impacto potencial y con la probabilidad de ocurrencia; y en la tercera se abordan las respuestas relacionadas con el nivel de confianza de los encuestados frente al desempeño del sistema financiero local” (República 2016).

* También nos basamos en la metodología utilizada en el indicador de confianza para la economía chilena el cual estaría conformado por indicadores parciales como: Indicador de Confianza Industrial; Indicador de Confianza de la Construcción; Indicador de Confianza del Comercio (Gallardo n.d.).

* Otro artículo importante es aquel que ayuda a identificar las variables financieras que explican la situación de fracaso empresarial de la pequeña y mediana empresa (pyme) en Colombia. Utilizando resultados financieros de empresas consideradas sanas y fracasadas. (Espinosa, Molina, and Vera-Colina 2015).

* Analizamos el Indicador de Confianza de las Cámaras, pues es una buena herramienta para anticipar la evolución que seguirá la economía en el corto plazo,

según el autor, y esto nos permitirá ver la confianza de los consumidores en los sectores en la economía colombiana así como la evolución de otras variables tales como la inversión, la exportación, el empleo, el comportamiento regional o la evolución de los distintos tamaños de empresa, es decir, variables que sean representativas del crecimiento económico o del crecimiento de la producción en el sector al que se refiere la encuesta.(De Lucio and Valero n.d.)

* Otro indicador importante es el IFO, Información and Foschung Aleman. Analiza: el valor de la situación empresarial actual, que es la diferencia en porcentaje de las respuestas “bueno” y “malo”, y el valor de las expectativas es la diferencia en porcentaje de las respuestas “más favorable” y “menos favorable”. Así se construyen dos sub-índices: clima actual y expectativas de negocios. (América n.d.; Investing n.d.).

3.2 MARCO TEÓRICO

La valoración de empresas es un modelo usado para calcular un rango de valores entre los cuales se encuentra el precio de la empresa. Por lo cual es un instrumento de evaluación de los resultados de la empresa en términos cuantitativos que le brinda un posicionamiento en el mercado. Por otro lado, la percepción es definida por Gary Johns (2010) como el proceso de interpretar mensajes por medio de nuestros sentidos para dar orden y significado a nuestro entorno. Los aspectos que se deben considerar a la hora de valorar una empresa son múltiples, ya que el valor varía de acuerdo con las percepciones o las razones de los interesados, la información, el sector, el contexto y el método empleado, entre otros.

Es importante especificar el respaldo científico que utilizamos, es decir, investigaciones ya realizadas en las cuales nos basamos para sacar provecho y conocer los métodos que se utilizaron anteriormente en la creación de índices. Es importante tener en cuenta los estudios similares que se han realizado, para conocer las limitaciones presentadas, qué metodología utilizaron, qué nos puede servir de apoyo y qué podemos desechar. Es así como tendremos soporte al momento de cumplir con el objetivo del proyecto, pues contamos con información relacionada a nuestro proyecto que nos ayudará a concluir el estudio de manera correcta. Además, cabe resaltar que nuestro marco teórico es reducido debido a los pocos índices existentes de valoración de las empresas que sean bien aplicados.

3.2.1 MERCO (MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTACIÓN)

En principio, nos apoyamos en el instrumento Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), el cual ya es un índice de referencia a nivel mundial lanzado en el año 1999, con el objetivo de evaluar la reputación corporativa de las empresas, este nace como resultado de una investigación en la Universidad Complutense de Madrid. Su metodología es multistakeholder, es decir, donde participan los enfoques de todos los factores que importan en el tema. Este índice está compuesto por cinco evaluaciones y doce fuentes de información, además de generar estadísticas empresariales también elabora Merco líderes, para valorar los líderes empresariales; Merco marcas financieras, para valorar las organizaciones de este ámbito; Merco Talento, que evalúa el atractivo de las empresas y Merco Consumo, que mide de manera semestral la reputación de las empresas según los

consumidores, y tiene presencia en países como España, Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, Bolivia, Brasil, México, Perú y está en proceso Centro América (costa rica y Panamá).¹

La ilustración 1 (Anexos) muestra que la información necesaria para la elaboración del índice es obtenida de la metodología empleada, la cual explicaremos porque sirve como referencia para guiarnos a la hora de plantear nuestro índice.

- **Encuesta a Directivos** Con esta se obtiene la opinión de los directivos de las compañías más importantes de Colombia, para conocer la reputación corporativa de las empresas
1. En el cuestionario Merco, el directivo deberá enunciar hasta 10 empresas que considera las mejor reputadas de su país, independientemente de la actividad a la que se dediquen. Asimismo, posicionan la empresa a la que pertenecen en comparación con las demás.
 2. Definen la muestra, que se obtiene a partir de bases de datos existentes, pero es importante tener en cuenta que los directivos elegidos de las bases de datos deben cumplir con al menos una de las siguientes condiciones, según este índice: • Facturan más de 30 millones de dólares en Colombia • Han formado parte del ranking en años anteriores. • Han formado parte de la población encuestada en años anteriores.
 3. Envío de cuestionarios a disposición de los directivos, por el medio que estos más deseen.

¹ Revisar Metodología (Anexos)

4. Se reciben los cuestionarios para someterlos a un control de validez, de manera que se detectan o evitan situaciones como recepción de cuestionarios irregulares por ser respondidos por personas que no son pertenecientes a la muestra, que la misma persona responda varias veces, o voto corporativo, que significa que “cinco o más cuestionarios procedentes de una misma empresa mencionen, en el mismo orden, a las mismas compañías”.

Los cuestionarios deben ingresarse a una hoja de cálculo para luego hacer el “ranking”.

5. Se normalizan los datos obtenidos de diferentes personas para la misma empresa y se corrigen errores.
6. Se realizan los cálculos para el ranking. En este caso, cada voto se convierte en puntuación, es decir, se multiplica cada mención de una empresa por la posición (en orden inverso) que ocupa en el cuestionario y para la valoración de la propia empresa, se multiplica la mención en el cuestionario, por el valor que corresponde a su posición.²

La ponderación de cada empresa votante se calcula de la siguiente forma, según este índice merco: Cuando una empresa ha emitido 18 o menos cuestionarios, la ponderación de las valoraciones incluidas en éstos es 1; cuando una empresa ha emitido más de 18 cuestionarios, se reduce el valor total de sus votos al máximo que podría obtenerse con 18 cuestionarios, utilizando como ponderación de cada una de las valoraciones de sus votos el siguiente multiplicador: $18 / n^{\circ}$ cuestionarios de la empresa. Para que un voto

² Revisar Ilustración 2. Tabla de puntaje.

no sea válido es porque fue autovoto o porque eligieron votar por su matriz o filial.

7. El ranking tiene dos componentes principales: los puntos propios, derivados de la valoración de la propia empresa por parte de los directivos; y los puntos ajenos, procedentes de empresas diferentes de la propia. • Los puntos propios se ponderan por 0,33 y se limitan a un máximo de 50 puntos. • Los puntos ajenos se ponderan por 1.
8. Ranking provisional y selección de empresas para las siguientes fases.

➤ **Evaluación de expertos** Luego de la valoración que realizan los directivos se realiza la evaluación de expertos, que explica la reputación corporativa según el punto de vista de agentes externos con capacidad para analizar el posicionamiento de las empresas, dado su conocimiento experto, además pueden influir en la opinión pública. Las empresas seleccionadas son valoradas por 8 grupos de expertos: Analistas Financieros, Asociaciones de Consumidores, ONG, Sindicatos, Periodistas de Información Económica, Catedráticos de Economía y Empresa y profesores de la universidad especializados en el área de empresa, Influencers y Gobierno.

1. El cuestionario solicita a cada experto que evalúe entre 0 y 100 puntos a las empresas. Esta valoración se refiere únicamente a aquellas variables que constituyen su principal ámbito de especialización. ³
2. Se prepara la base de datos para sacar la muestra de expertos.

³ Revisar tabla 3. Cuestionario

3. Tratamiento de la información. Una vez sacado el promedio de cada dimensión se multiplica por un factor el cual se obtiene a partir de la relación entre el número de expertos que ha opinado sobre esa variable respecto al total de encuestas realizadas.

➤ **Evaluación de méritos** Es la valoración por parte de técnicos cualificados de Análisis e Investigación.

1. El cuestionario de evaluación de méritos plantea a la empresa una reflexión sobre sus propios valores reputacionales.
2. Envío y recepción de cuestionarios.
3. Las empresas obtienen una puntuación derivada del posicionamiento de sus indicadores en relación con los alcanzados por el resto de empresas evaluadas. Para ello, en los indicadores incluidos en las siguientes tablas, se asigna a cada empresa una puntuación en función del cuartil en que se sitúe respecto al conjunto de empresas evaluadas y se multiplica por un coeficiente según importancia (1 importancia A, 0.75 importancia B y 0.5 importancia C). El resultado del benchmarking de indicadores es una puntuación para cada empresa situada entre 0 y 100 puntos.
4. Evaluación del técnico
5. Puntuación de la evaluación de méritos. El resultado final de la fase de evaluación de méritos para cada empresa es la media ponderada de la puntuación obtenida en el benchmarking de indicadores y la derivada de la evaluación del técnico, estando situada entre 0 y 100.

- **Merco Consumo** En esta etapa es la población en general que calificara la reputación de las empresas, recogiendo la opinión de los consumidores. Como resultado de este proceso, las empresas evaluadas por Merco Consumo obtienen entre 0 y 100 puntos.
- **Merco Talento** Aquí se toman en cuenta los puntos de vista de diferentes agentes: los trabajadores de las empresas, estudiantes universitarios, antiguos alumnos de escuelas de negocio, la población general y directores de recursos humanos.
- **Elaboración final del ranking Merco:** El ranking final se calcula tras el cierre de cada una de las fases detalladas con anterioridad como la suma ponderada de las puntuaciones obtenidas en dichas etapas⁴.

3.2.2 ENCUESTA DE PERCEPCIÓN SOBRE RIESGOS DEL SISTEMA FINANCIERO

Otro índice que nos sirvió como referencia para realizar nuestro proyecto fue la Encuesta de percepción sobre riesgos del sistema financiero, presentada en enero del 2016, por los autores Esteban Gómez, Juan Sebastián Mariño y Daisy Johana Pacheco. Aunque nuestro enfoque será en otros sectores, esta encuesta realizada nos ayuda para entender cómo evaluar e identificar la visión que tienen las personas sobre los riesgos, vulnerabilidades o riesgos en estos sectores y evaluar su nivel de confianza en el éxito de estos. En este paper pudimos encontrar que hay factores importantes que afectan la confianza de las personas en distintos sectores, por ejemplo, la desaceleración económica que es el segundo factor que más preocupa a las entidades (36,0%) según esta encuesta, así mismo las

⁴ Revisar Tabla 4. Ranking Total (Anexos)

entidades mencionaron que “el aumento en la inflación, la devaluación del peso y el alza en las tasas de interés por parte del banco central son otros de los riesgos de mayor preocupación”. Además, podemos concluir según estos indicadores que tenemos como referencia que en nuestro modelo debemos tener en cuenta variables como la restricción al acceso de liquidez, debido al aumento de tasas o bajo crecimiento económico.

Otra parte de la metodología de este trabajo que pudo ayudarnos a nosotros es partir del hecho de identificar los riesgos de mayor impacto potencial, así como los de mayor probabilidad de ocurrencia. Los encuestados deben elegir cinco riesgos y ordenarlos de mayor a menor impacto o probabilidad, en cada caso. Por ejemplo, este estudio demostró que el “posible período de materialización del deterioro en el panorama económico de Colombia”, se sigue considerando, en mayoría, como un evento de corto plazo (70,5%) y el restante (29,5%) uno de mediano, lo cual nos puede ayudar a tener en cuenta estas cifras para el índice de confiabilidad de los colombianos en la evolución de la economía de su país, ya que eventos como la pérdida de confianza en el cumplimiento de la meta de inflación y la restricción en las fuentes de fondeo fueron los riesgos que más aumentaron con respecto a julio de 2015, según esta encuesta, es importante que nosotros también hallemos estas cifras y lleguemos a la conclusión de que son variables lo suficientemente importantes para tener en cuenta en un modelo econométrico que explique nuestro proyecto.

También, como parte de la metodología utilizaron mapas de riesgo que permiten analizar conjuntamente la percepción de los encuestados en cuanto a los riesgos

más probables y los de mayor impacto. Un mapa de riesgo se construye como un plano de coordenadas donde el eje vertical representa la importancia de un evento en términos de su impacto potencial, y el eje horizontal, en términos de su probabilidad de ocurrencia. De esta forma, los eventos ubicados más arriba y a la derecha del plano son las fuentes de riesgo que requieren un mayor monitoreo. Para construir los mapas de riesgo es necesario utilizar medidas que permitan identificar cuál riesgo es más importante para las entidades en dos dimensiones: magnitud del impacto y probabilidad de ocurrencia⁵.

3.3.3 UN INDICADOR DE CONFIANZA PARA LA ECONOMÍA CHILENA

Otro índice utilizado como referencia es el del paper llamado “un indicador de confianza para la economía chilena”, el cual es un proyecto de un indicador compuesto conformado por: Indicador de Confianza Industrial – Indicador de Confianza de la Construcción – Indicador de Confianza del Comercio – Indicador de Confianza de los Consumidores. En la encuesta de confianza empresarial a nivel nacional, se realiza mensualmente y se obtienen los indicadores de confianza de industria, comercio y construcción, lo cual nos ayudará como referencia para nuestro proyecto. Además, el indicador de confianza de consumidores también es explicado por una encuesta mensual.

En este indicador tienen en cuenta factores como la población objetivo (empresas privadas y públicas de los sectores industria, comercio y construcción); la persona

⁵ Ilustración 2. Mapa de riesgo (Anexos)

que ocupe un cargo alto en la empresa y proporcione la información; frecuencia de la encuesta (mensual); cuestionario con solo preguntas cualitativas (realizado según el modelo de la Unión Europea y otras preguntas de Chile). En este índice toman en cuenta variables según el sector:

➤ Variables consideradas en Industria:

- Producción esperada.
- Compras de insumos.
- Inventarios de productos terminados.
- Situación económica general del país en el futuro.
- Condiciones para los negocios en el mercado doméstico a futuro.
- Condiciones para la actividad exportadora.
- Requerimientos de empleo futuro.
- Posición financiera de las empresas.
- Cambios en los precios de los insumos demandados por la empresa.
- Cambios en los precios de los productos que oferta la empresa.
- Inversión planeada en capital fijo.
- Nivel esperado de tipo de cambio

➤ Variables consideradas en Comercio

- Condiciones para los negocios en la actualidad
- Condiciones para los negocios en el mercado doméstico a futuro
- Inventarios de productos para la venta
- Situación económica general del país en el futuro
- Condiciones para la actividad exportadora futura

- Requerimientos de empleo futuro
 - Posición financiera de las empresas
 - Cambios en los precios de los insumos demandados por la empresa
 - Cambios en los precios de los productos que oferta la empresa
 - Inversión planeada en nuevos negocios o en expansión de los negocios actuales
 - Nivel esperado de tipo de cambio
- Variables consideradas en construcción
- Compras de insumos
 - Empleo esperado en el sector
 - Situación económica general del país en el futuro
 - Condiciones para los negocios en el mercado doméstico a futuro
 - Condiciones para la actividad exportadora futura
 - Inventarios de productos para la venta
 - Posición financiera de las empresas
 - Cambios en los precios de los insumos demandados por la empresa
 - Cambios en los precios de los productos que oferta la empresa
 - Inversión planeada en nuevos negocios o en expansión de negocios actuales
 - Nivel esperado de tipo de cambio
 - Nivel de salarios

3.3.4 ENCUESTA DE OPINIÓN EMPRESARIAL (EOE)

La fundación para la educación superior y el desarrollo (Fedesarrollo) promueve directa e indirectamente, el desarrollo económico y social del país a través de estudios, publicaciones y distintos documentos fiables que evidencien información relacionado con estos temas. Fedesarrollo ha sido pionero en el país en la construcción de indicadores de opinión y como parte de su objetivo de contribuir con el análisis de coyuntura en Colombia, presenta “La metodología de la encuesta de opinión empresarial (EOE)”.

Las encuestas de opinión se realizan con el fin de mantener un monitoreo cualitativo de la situación económica del país, y así, gestar cambios en la tendencia de sus ciclos económicos. De esta manera, el propósito de la encuesta de opinión empresarial de Fedesarrollo es detallar con una periodicidad mensual, la situación actual y las expectativas económicas del sector empresarial colombiano tanto para el sector industrial y comercial.

En esta instancia, Fedesarrollo ejecuta desde 1979 la encuesta de opinión empresarial (EOE), la cual esta enfocada tanto a los industriales y comerciantes del país. La encuesta se aplica mediante formularios con preguntas de tipo cualitativo que indagan por la actividad productiva, la situación económica del país, las ventas, los inventarios, los pedidos y las expectativas en el corto plazo de la actividad empresarial en Colombia. Adicionalmente la encuesta está encaminada a suministrar información cualitativa de la percepción de los empresarios tanto del sector industrial como comercial, sobre la situación económica actual de su negocio mediante la valoración de aspectos, tales como la acumulación de inventarios, la variación de los pedidos, la demanda, las expectativas de

producción y contratación personal, y sus expectativas futuras, otorgando de esta forma una medida de su nivel de confianza.

Con los resultados de esta encuesta, mensualmente, se calcula, en primer lugar el índice de confianza industrial (ICI), el cual acerca la percepción de los industriales sobre su negocio realizando preguntas sobre producción, inventarios y pedidos. Por otro lado, el índice de confianza comercial (ICCO) que mide la percepción de los comerciantes sobre la evolución de su actividad, haciendo preguntas sobre la situación económica actual y futura y el nivel de existencias.

En la Encuesta de Opinión Empresarial de Fedesarrollo se ha utilizado la clasificación de los resultados por regiones y no por ciudad. Los municipios aledaños a las ciudades principales se agrupan en una sola región.⁶

3.3.5 OTRAS INVESTIGACIONES HECHAS PARA COLOMBIA.

También es importante tener en cuenta variables financieras en el modelo que se creará, por lo cual investigamos el paper de Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia, por Fredy Romero Espinosa, Zuray Andrea Melgarejo Molinab y Mary Analí Vera-Colinac, en el cual se toma el fracaso empresarial en Colombia, lo cual podría ser una variable que afecte la valoración de las empresas nacionales, desde la perspectiva de inversionistas extranjeros, o consumidores nacionales, debido a variables financieras. Estas personas realizaron análisis con datos de empresas que reportan a la Superintendencia de Sociedades de Colombia, para clasificarlas como sanas o fracasadas y estudiar sus características financieras. El proceso consiste en tomar

⁶ Revisar Anexos. Tabla 5. Regiones

los registros localizados en los departamentos de Cundinamarca, Antioquia y Valle del Cauca (43,526 empresas), luego se filtran considerando solo las que están en situación de fracaso empresarial y esta muestra está conformada por varios sectores de la economía, arrojando resultados que demuestran que los sectores comercio (33%), construcción (10%) e industria (33%) presentan una mayor concentración de empresas fracasadas, mientras que el sector servicios está conformado en su mayoría por empresas sanas. Es importante también tener en cuenta que estas personas examinaron componentes como activos, cuentas de inventarios, obligaciones a corto plazo, exceso en el endeudamiento, principalmente por partidas como obligaciones financieras, proveedores y cuentas por pagar.

Por otro lado, investigamos “El Indicador de Confianza Empresarial de las Cámaras de Comercio”, por los autores Juan de Lucio y Manuel Valero. Este paper consistió en hacer también encuestas a directivos de empresas, expertos y consumidores, en las cuales expresan su opinión respecto a la evolución de algunas variables económicas que afectan o afectarán sus negocios. El cuestionario cuenta con opciones de respuesta que varían en número según se quiera captar una mayor o menor sensibilidad en las respuestas, pero que, por lo general, se pueden agrupar en tres tipos de afirmaciones de acuerdo al optimismo o pesimismo del que responde: “aumento”, “sin cambios” y “disminución”. Es importante mencionar que el indicador se calcula como la media aritmética de las variables (valores positivos del ICE indican avances, mientras que datos negativos señalan retroceso de la actividad).

El cuestionario tiene preguntas sobre la situación del negocio en el último trimestre; los factores que limitan la actividad del establecimiento como debilidad de la demanda, escasez de mano de obra adecuada, insuficiencia de equipamiento, dificultades financieras, aumento de la competencia, entre otras; expectativas sobre la evolución del negocio en el próximo trimestre en relación a variables como la actividad económica, el volumen del negocio, el personal empleado, la inversión, nivel de precios y exportaciones.

Esta encuesta realizada por las Cámaras de Comercio, es “un instrumento que consulta a empresarios y directivos sobre la situación y expectativas de una serie de variables que tienen que ver con sus negocios (cifra de negocio, empleo, precios de venta, inversión y exportaciones) y sobre los factores que limitan la actividad de la empresa”.

Este paper nos sirve como referencia porque los autores se refieren a él como un éxito: “La rapidez en su elaboración y difusión y su capacidad de anticipación están haciendo que este indicador sea, cada vez más, una referencia para economistas, decidores de política económica, periodistas, empresarios y público en general”. Podemos concluir de este estudio que la evolución entonces es afectada por la debilidad de la demanda, lo cual limita el desarrollo de los negocios y las dificultades financiación, lo cual produce que las empresas aplacen sus decisiones de inversión y de empleo.

También es importante basarnos en índices europeos como el IFO, Información and Foschung Aleman, recoge mensualmente la opinión de más de 7.000 empresarios de los sectores manufacturero, de la construcción, minorista y

mayorista, para determina el índice de confianza empresarial y las condiciones de la zona euro. El portal El Economista América, explica que este índice se elabora a partir de una encuesta que informa acerca de dos componentes (situación actual de los negocios y expectativas para los próximos seis meses). Cada pregunta tiene tres posibles respuestas: favorable, igual o desfavorable- De este método podemos concluir que es muy importante pero su criterio sólo tiene en cuenta el nivel de Confianza Empresarial, pero no otros factores que pueden afectar al crecimiento.

Por último, esta investigación previa nos permite entender que valorar la empresa se realiza por medio de un modelo que considere variables importantes que influyan en la evolución de estos, por ejemplo, variables financieras que muestren hechos basados en la contabilidad, es decir, activos o retornos a la inversión, patrimonio, obsolescencia tecnológica, pasivos entre otros factores que le generarán valor a la empresa, y según la variable que se desee explicar, se utilizarán regresiones simples por el método de mínimos cuadrados ordinarios, que explicara dicha variable independiente (valor de la empresa) considerando las variables explicativas anteriormente mencionadas (variables financieras, calidad, capacidad para innovar, inversión, solidez financiera, responsabilidad social y medio ambiental, entre otras).

4. METODOLOGÍA

De la información contenida se construye un índice de confianza y valoración (ICV) para determinar el diseño apropiado para la investigación, con el fin de reunir los datos que permitirán realizar el trabajo de campo. En la construcción del índice influyen los ratios financieros de la empresa, situación económica actual del sector y percepción de los empresarios sobre el desempeño de su empresa respecto al sector al cual pertenece.

En cuanto al diseño estadístico, se realizará una encuesta a empresarios y directivos de las empresas de tipo cualitativo y cuantitativo en las que se busca evaluar el comportamiento a nivel empresarial y sectorial. Se evalúan empresas pertenecientes en el sector comercial e industrial del valle del cauca.⁷

4.1 ENCUESTA “ICV”



ENCUESTA DE PERCEPCIÓN EMPRESARIAL

Buenos días, tarde, noche, somos estudiantes de la Universidad Icesi y actualmente estamos realizando una investigación sobre la percepción empresarial que tienen los empresarios respecto a la situación económica del país. Lo anterior con el fin de lograr reconocer como se miden y afectan los cambios económicos en el país desde el punto de vista de los dirigentes de empresas y de esta manera continuar con el proceso de la construcción de un índice que mida estos resultados.

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

⁷ Revisar Anexos “Tabla Metodología Encuesta ICV”.

- Sector: _____
- Ciudad: _____
- *Subsector al que pertenece su empresa:* _____
- *Antigüedad de la empresa:* _____
- *Número de empleados de la empresa:*

Entre 1 y 5	5
Entre 6 y 10	4
Entre 11 y 20	3
Entre 21 y 30	2
Más de 30	1

VARIABLES DE LA EMPRESA

1. Resultados financieros

1.1 ¿Cómo considera usted que han sido los cambios en la situación financiera de su empresa en el último año comparado con el anterior?

Mucho mejor	5
Mejor	4
Igual	3
Peor	2
Mucho peor	1

1.2 Comparando este año con el anterior, usted considera que las utilidades obtenidas respecto al punto de equilibrio (*punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales*) de su compañía han sido:

Mayores	3
Iguales	2
Menores	1

1.3 Respecto este año comparado con el anterior considera que ha alcanzado las metras presupuestadas:

No	0
Si	1

1.4 ¿Cómo cree usted que será la situación económica de su empresa en los próximos 12 meses?

Mejor	3
Igual	2
Peor	1

1.5 Comparando la situación actual de su empresa con la de hace un año. ¿Cree que este es el momento adecuado para que se realicen inversiones?

No	0
Si	1
No sabe	2

2 Administrativas

2.1 ¿Cree usted que la productividad de la empresa comparada a la del último año ha sido?

Mayor	3
Igual	2
Menor	1

2.2 ¿Cree usted que la eficiencia de la empresa comparada a la del último año ha sido?

Mayor	3
Igual	2
Menor	1

2.3 ¿Cree usted que la Rentabilidad de la empresa comparada a la del último año ha sido?

Mayor	3
Igual	2
Menor	1

2.4 ¿Cree usted que la Calidad de la empresa comparada a la del último año ha sido?

Mayor	3
Igual	2
Menor	1

3 Operativa, técnica, proceso

3.1 ¿Considera usted que los procesos de su empresa son estandarizados?

Si son estandarizados	3
No son estandarizados	2
Están en proceso de serlo	1

3.2 ¿Ha mantenido sus estándares de eficiencia y eficacia en sus diferentes procesos y áreas de la empresa?

No	0
Si	1

3.3 Si respondió NO. Esto le ha perjudicado sus relaciones comerciales con su proveedores y clientes.

No	0
Si	1

4 Comercial/producción

4.1 Cree usted que en comparación al año pasado el volumen de pedidos es:

Mayor	3
Igual	2
Menor	1

4.5 Considera que el nivel actual de sus existencias en unidades es:

Alto	2
Bajo	1

4.6 Comparado al año anterior. ¿Considera que el nivel de ventas de su empresa ha mejorado?

No	0
Si	1

5 Innovación y desarrollo

5.1 ¿Ha introducido su empresa en el mercado productos (bienes o servicios) nuevos o ligeramente modificados?

No	0
Si	1

5.5 Si ha contestado No a la pregunta anterior, ¿Cuál de las siguientes razones será la causa de No innovar en su empresa?

Costos elevados	muy	3
Condición mercado	del	2
No es necesario		1

Otros ¿Cuáles?	
----------------	--

5.6 Si su respuesta a la pregunta 5.1 es Si, ¿Los costos de innovar en su empresa son?

Altos	1
Medios	2
Bajos	3

6 Acceso al financiamiento

6.1 ¿Qué tan eficiente percibe usted que es el sistema financiero colombiano para proporcionarle recursos?

Muy eficiente	5
Eficiente	4
Parcialmente eficiente	3
Ineficiente	2
Muy ineficiente	1

6.5 ¿Cree haber perdido oportunidades de obtener mayores utilidades por el hecho de no obtener financiamiento?

No	0
Si	1

7. Variables del sector al que pertenece

7.1 ¿Si aliarse con empresas de su sector fuera un medio de crecimiento, estaría dispuesto unirse para garantizar conjuntamente un desarrollo que genere beneficios?

No	0
Si	1
No sabe	2

7.2 Según el sector al que pertenece, ¿Cuáles son las principales limitaciones que enfrenta su empresa? (puede marcar más de uno)

Acceso a créditos	1
Reducción de costos	2
Recuperación lenta de las recesiones	3
Mercados emergentes	4
Medidas a favor del medio ambiente	5
Realización de alianzas entre empresas del sector	6
Capital humano requerido	7
Panorama económico del país o del mundo	8
Riesgo operativo (terrorismo, fraude, desastres naturales, entre otros)	9
Otro. ¿Cuál?	

7.3 ¿Qué tan viable ha sido la generación de empleos en su empresa?

Muy Viable	3
Viable	2
No Viable	1

7.4 ¿Cuál ha sido su percepción del nivel de ocupación en el último año?

Buena	3
Regular	2
Mala	1

7.5 Está usted de acuerdo en que la mejora en educación, calidad de vida y prestación de servicios públicos básicos mejorarían la productividad de sus empleados.

Muy de acuerdo	4
De acuerdo	3
Desacuerdo	2
Muy desacuerdo	1

7.6 ¿Cree usted que los nuevos conflictos que están rodeando el mundo político y económico afectan su empresa?

No	0
Si	1

7.7 Considera que los acuerdos de libre comercio con otros países, en su sector son:

Una oportunidad	2
Una amenaza	1
Otro	

8. Variables país (*ATRÁS, ADELANTE, AÑO ACTUAL*)

8.1 ¿Cómo considera usted que será la situación económica del país dentro de 12 meses, respecto a la actual?

Igual	3
Mejor	2
Peor	1

8.3 ¿Cómo percibe usted la nueva oleada de procesos por corrupción que está viviendo el país?

Una oportunidad	1
Una amenaza	2
Un riesgo	3
Otro ¿Cuál?	

8.4 Respecto a la respuesta de la pregunta anterior, como cree usted que esto impacte el sector de su empresa y la economía en general:

Positivamente	1
Negativamente	2
No le afectará	3

9. Variables Globales

9.1 ¿Considera usted que la economía global mejorará en los próximos 12 meses?

No	0
Si	1

9.2 ¿Considera que su negocio tiene más oportunidades de crecimiento en la economía global de hoy, que hace 4 años?

No	0
Si	1

9.3 Para usted, cuáles son los tres factores que afectan la economía global:

Desempleo	1
Migración	2
Ataques terroristas	3
Precio del petróleo	4
Crisis fiscales	5
Precio del dólar	6
Cambio climático	7
Restricciones comerciales	8
Corrupción	9

9.4 ¿Los cambios económicos que existen en el mundo afectan sus expectativas respecto a inversión y productividad futura?

No	0
Si	1

9.5 ¿Qué tanto impacto generará la tendencia en aumento de tecnología en los próximos años?

Varias oportunidades a nivel global	3
No afecta su sector	2
Representa amenazas	1

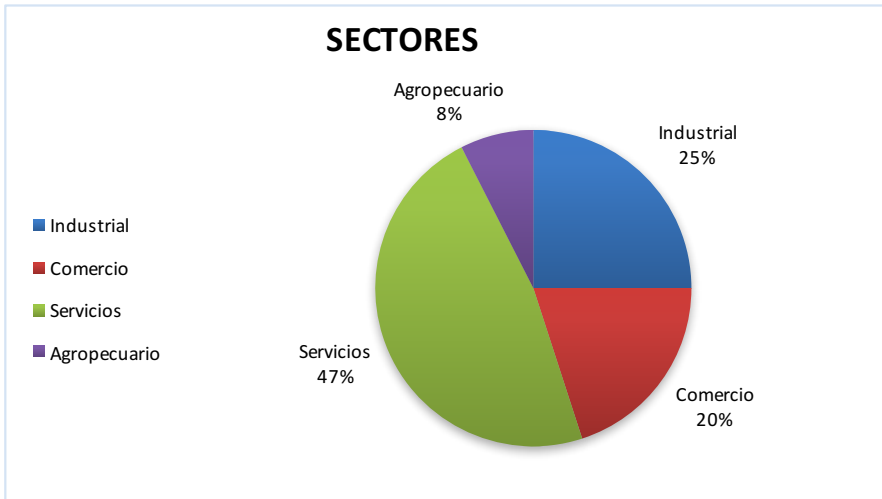
VARIABLES DE CONTROL

- ¿Qué grado de escolaridad tiene usted?

Secundaria	1
Universitaria	2
Técnica ó tecnológica	3
Posgrado /maestría	4
Ninguno	5

- Sexo:

Hombre	1
Mujer	2



Sector 1	Industrial
Sector 2	Comercial
Sector 3	Servicios
Sector 4	Agropecuario

Entrevistado

Cargo: _____

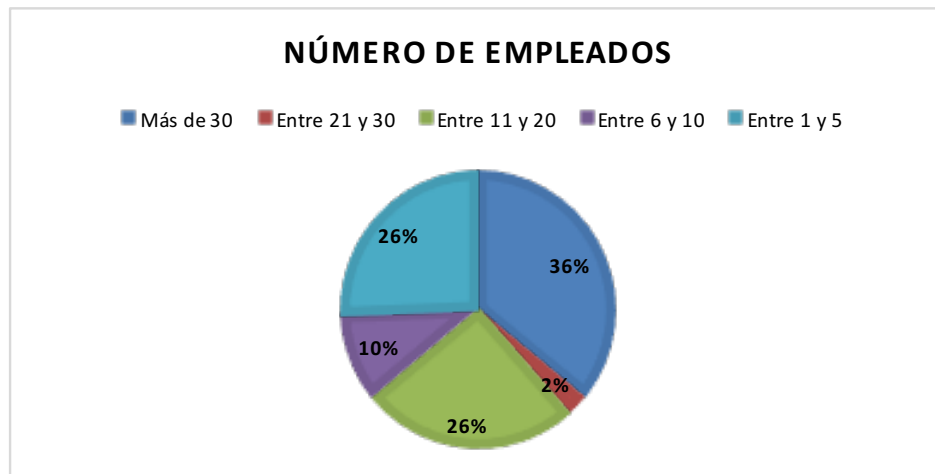
Tel.-fijo/celular: _____

Entrevistador: _____

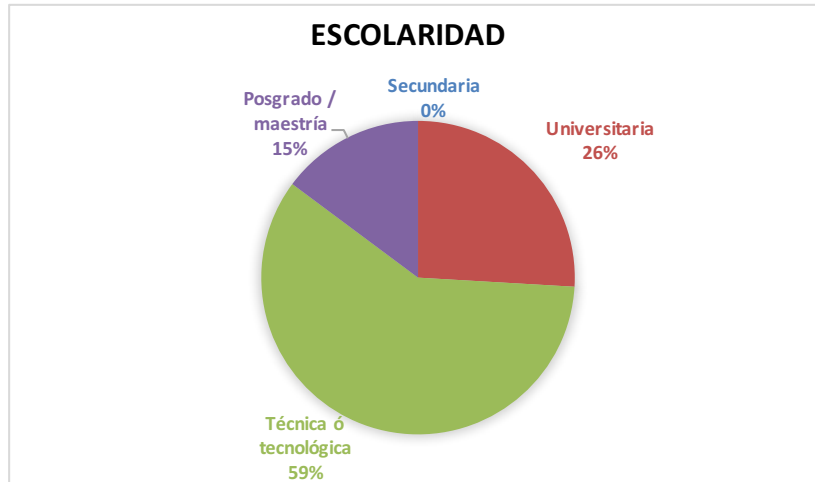
Fecha: _____

4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

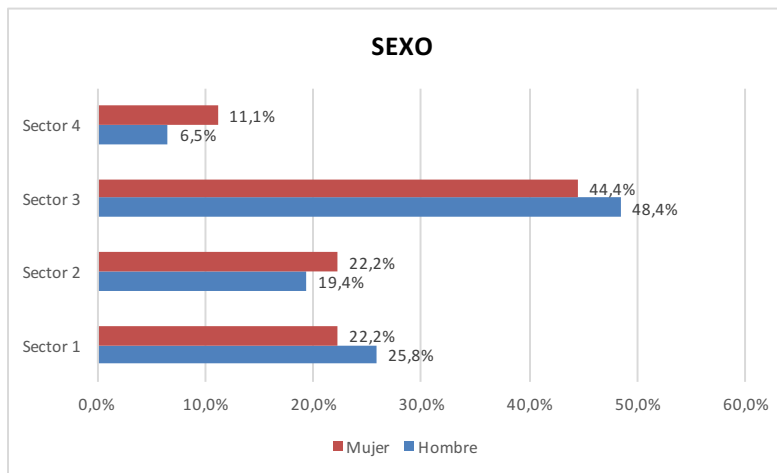
De las 40 encuestas realizadas, se encontró que más de la mitad fueron medianas y grandes empresas principalmente del sector servicios con una participación del 47% y del sector industrial con una participación del 25%.



En la encuesta aplicada a 40 empresas, tomamos variables de control para los empresarios, por ejemplo, el número de empleados en las empresas a las cuales participaban y encontramos que más del 70% de las respuestas provenían de empresas medianas y grandes, pues nos marcaban más de 30 empleados y especificaban que eran más de 200.

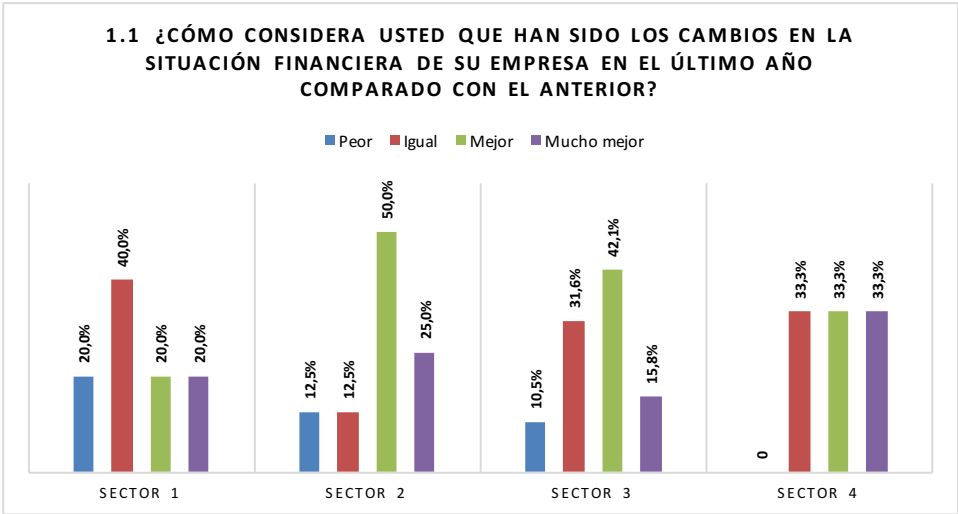


En los resultados de la encuesta aplicada a 40 empresarios de los sectores, servicios, comercio, industria y agropecuario se evaluaron algunas variables de control, entre ellas, se encuentra el grado de escolaridad de las personas entrevistadas. Se encontró que el 59% de estos directivos posee títulos técnicos o tecnológicos, el 26% de los encuestados posee títulos universitarios y el 15 % alcanzó títulos de posgrado o maestría.



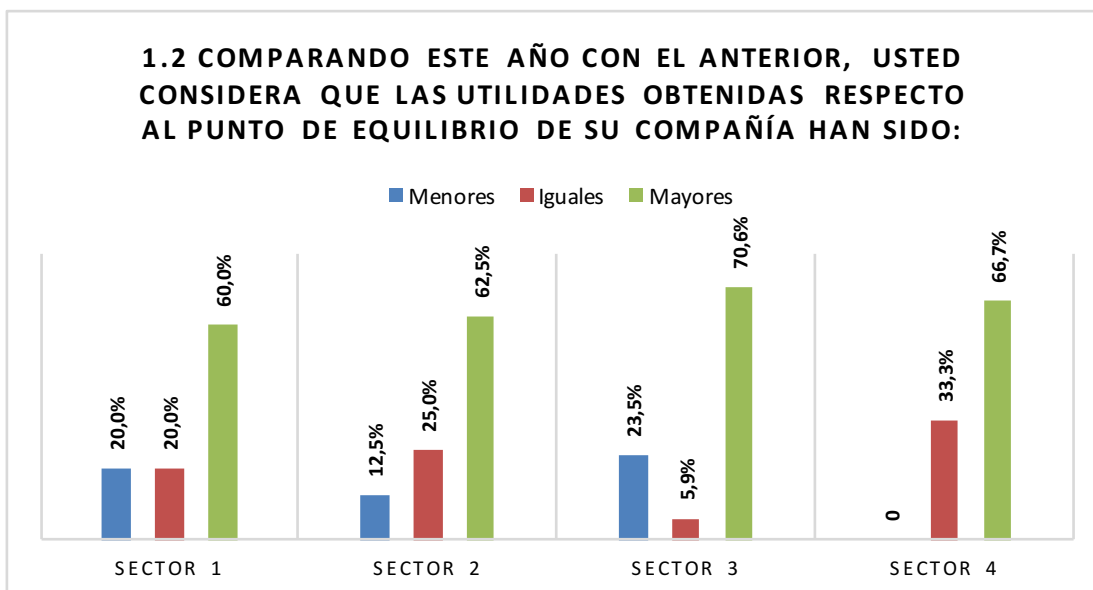
En la encuesta realizada a los 40 empresarios de los sectores: Industria, comercio, servicios y agricultura, se utilizó la variable de control sexo para conocer el porcentaje de hombres y mujeres que hay en cada sector, obteniendo como

resultado que en el sector industrial (sector 1) y sector servicios (sector3) el porcentaje de hombres dedicados a este tipo de actividades es mayor, mientras que en el sector 2 denominado sector comercio y sector agricultura (sector 4) el porcentaje de mujeres es superior.

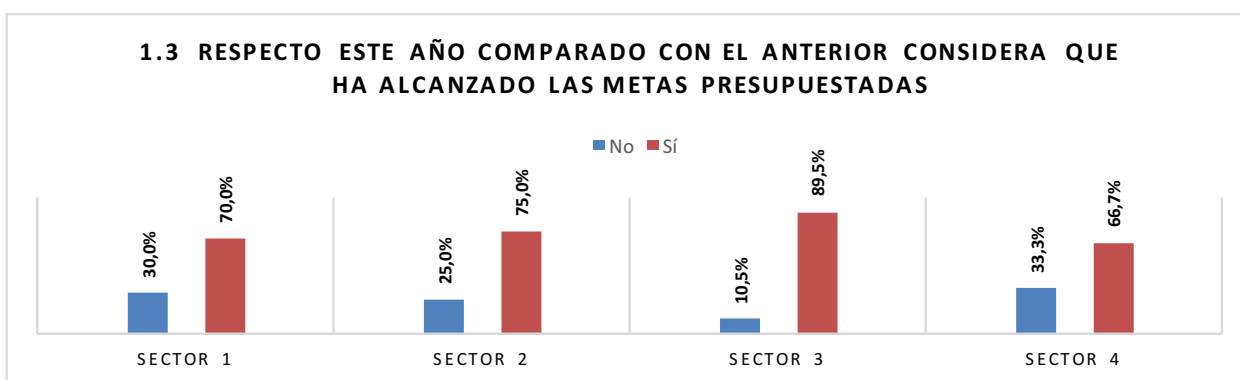


Los resultados demuestran que los empresarios del sector comercial y de servicios consideran que su situación financiera ha mejorado este último año, mientras que los del sector industrial creen que esta se mantiene igual.

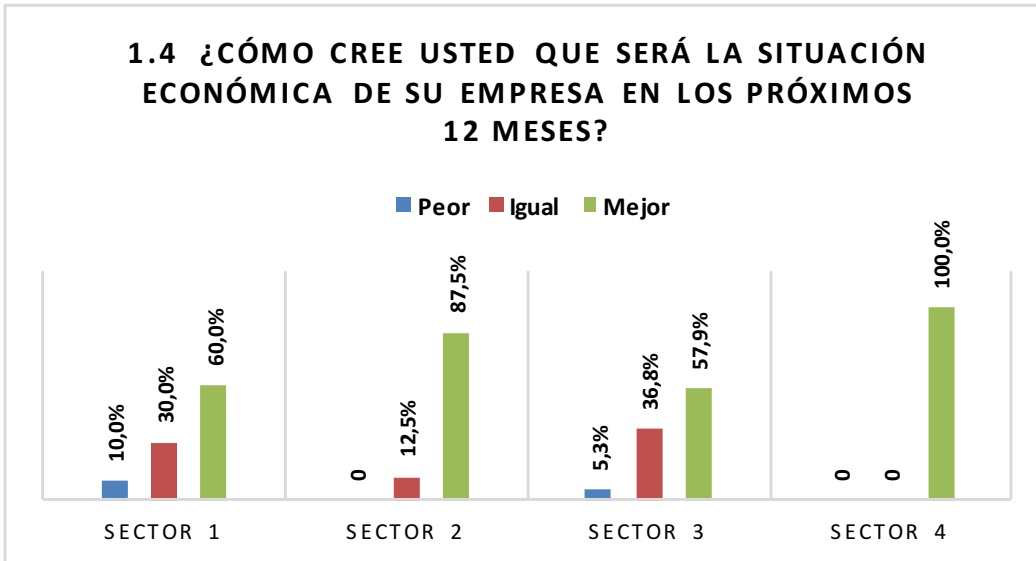
Por último, el sector agropecuario presentó resultados dispares, ya que se hicieron tres encuestas en este sector y arrojaron resultados distintos, pero ninguno considero que va a estar peor.



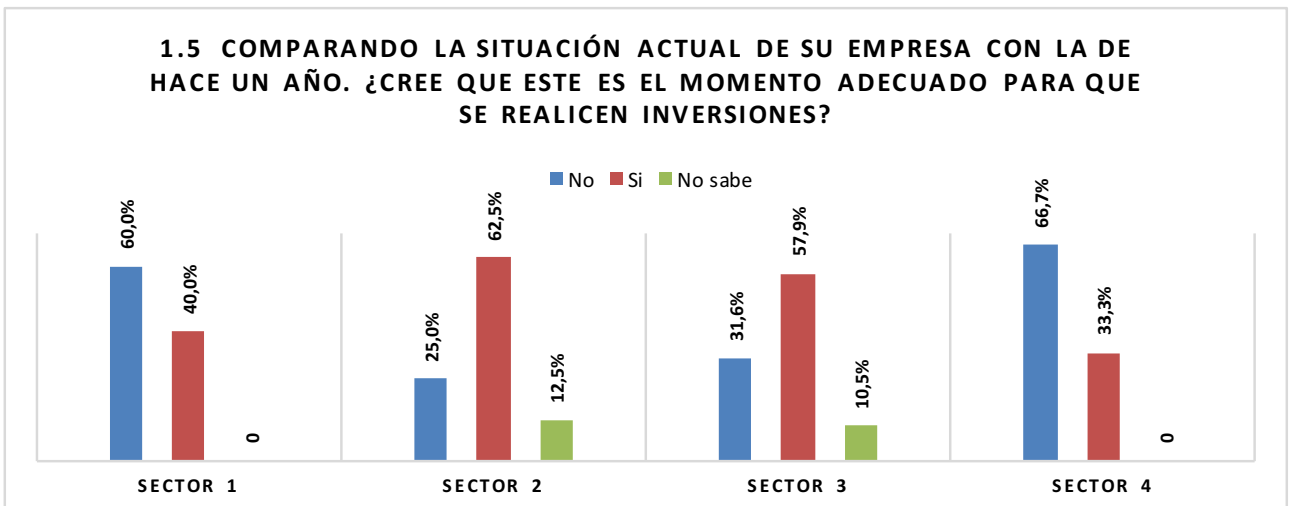
Los empresarios de los 4 sectores consideran que sus utilidades en el presente año han sido mayores a las del anterior, de igual manera se infiere un crecimiento en sus compañías respecto a mayores niveles de ingresos o menor cantidad de gastos.



Los empresarios de los cuatro sectores analizados consideran que, este año, su empresa ha alcanzado las metas presupuestadas comparado con el año anterior. Con esto evidenciamos la percepción positiva que tienen los empresarios acerca de la evolución de sus empresas a través de los años

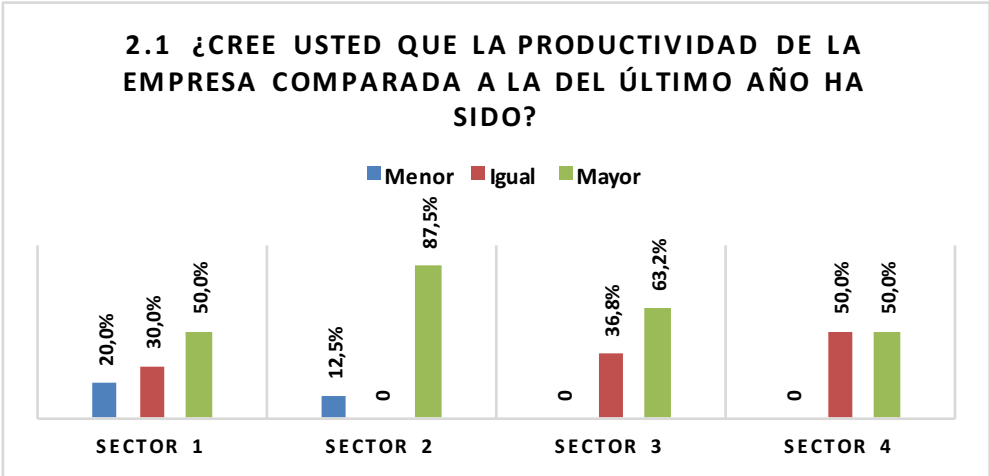


Respecto a la pregunta 1.4, se busca evaluar cuál es la percepción de los empresarios sobre la situación económica de su empresa en el próximo año, los resultados arrojan que los empresarios de los cuatro sectores elegidos para el estudio consideran que la situación estaría mejor en los próximos 12 meses, por tanto, se evidencia una perspectiva optimista.



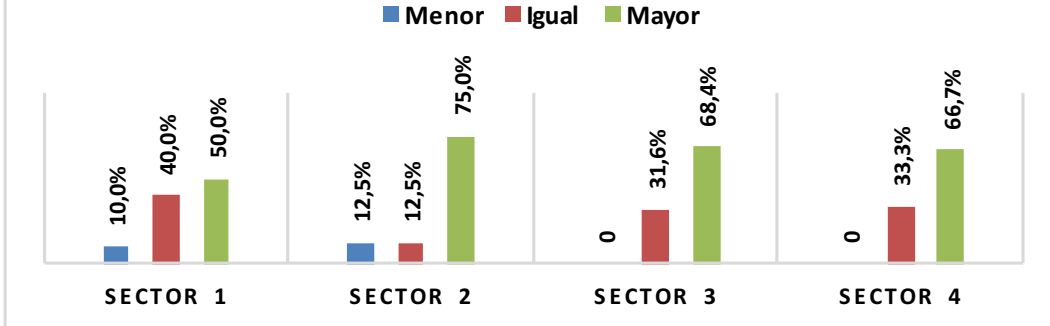
De acuerdo con la pregunta 1.5, para los empresarios tanto del sector industria como sector agrícola no es un buen momento para realizar inversiones, esto

puede deberse a que invertir en estos sectores acarrea altos costos y no es tan factible cambiar constantemente los productos o la tecnología utilizada en la producción. Por otro lado, el sector comercio y servicios está de acuerdo con que es un buen momento para realizar inversiones, puesto que la introducción de nuevos productos y tecnología utilizada en estos sectores es de vital importancia para su expansión.



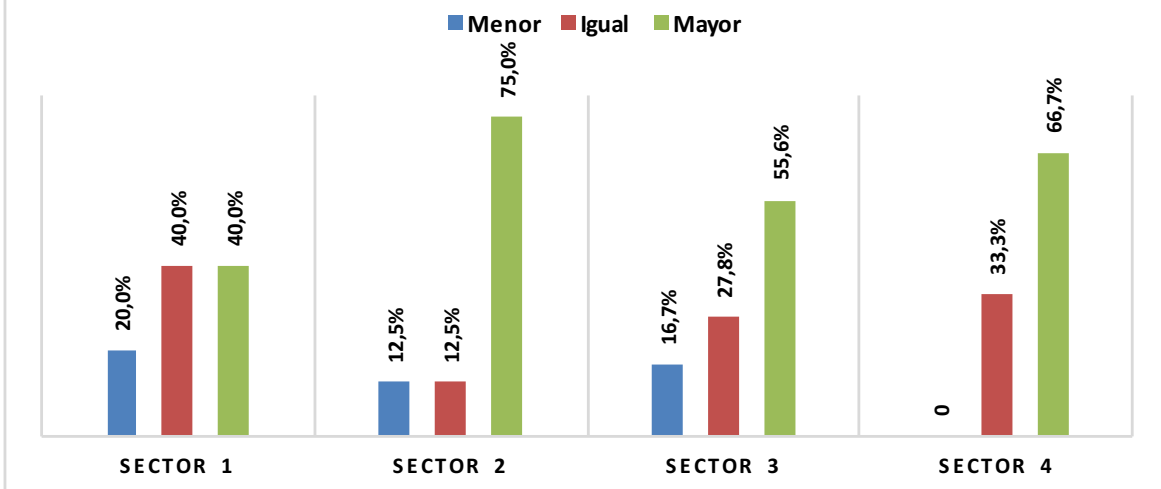
La productividad es vista en esta encuesta como la variable encargada de medir la eficiencia, rapidez y productividad de las empresas para realizar sus actividades. En esta pregunta se encontró que los empresarios consideran que la productividad de su empresa comparada a la del último año ha sido mejor para los sectores: Industria, comercio y servicios, mientras que en el sector agropecuario se encontro un resultado similar entre mejor e igual.

2.2 ¿CREE USTED QUE LA EFICIENCIA DE LA EMPRESA COMPARADA A LA DEL ÚLTIMO AÑO HA SIDO?

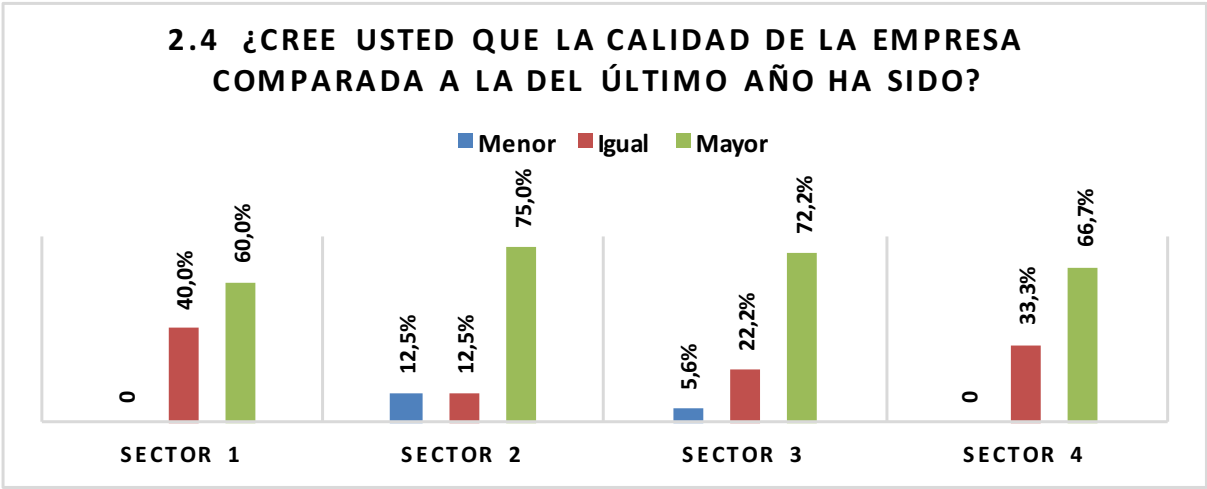


Con la pregunta número 2.2, podemos evidenciar la tendencia de las respuestas de los empresarios de los sectores analizados, pues según la pregunta 1.3, todos consideraban que su empresa ha alcanzado las metas presupuestadas según el año anterior y es coherente con la actual pregunta, ya que en todos los sectores consideran que la eficiencia de su empresa según el año anterior ha sido “mejor” por lo tanto su percepción sigue siendo positiva a través de los años sobre la eficiencia que tendrán sus empresas y les permitirán cumplir las metas.

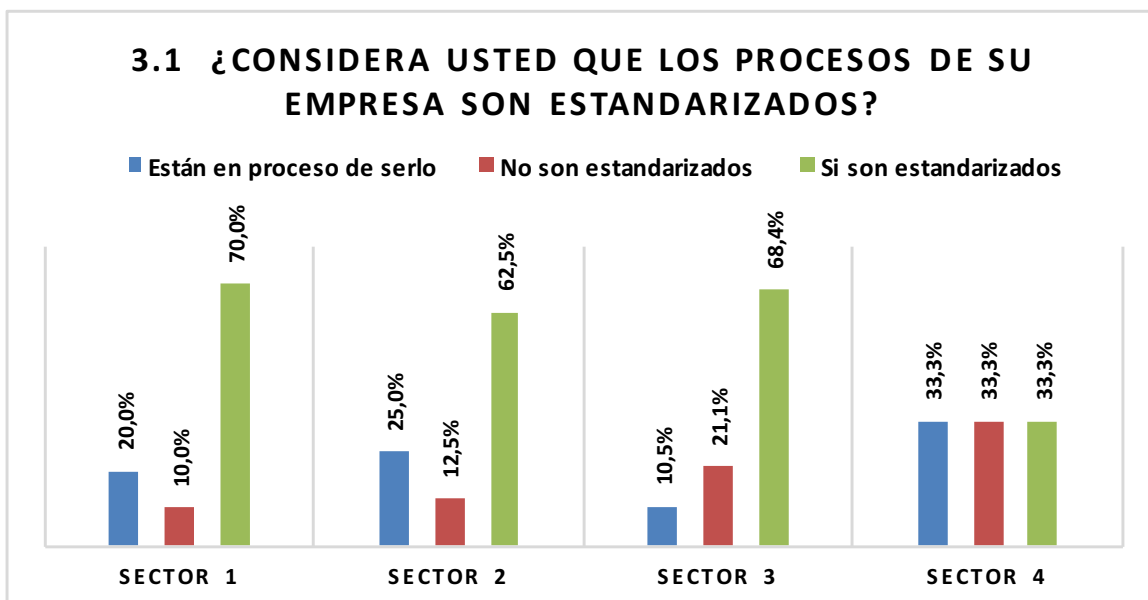
2.3 ¿CREE USTED QUE LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMPARADA A LA DEL ÚLTIMO AÑO HA SIDO?



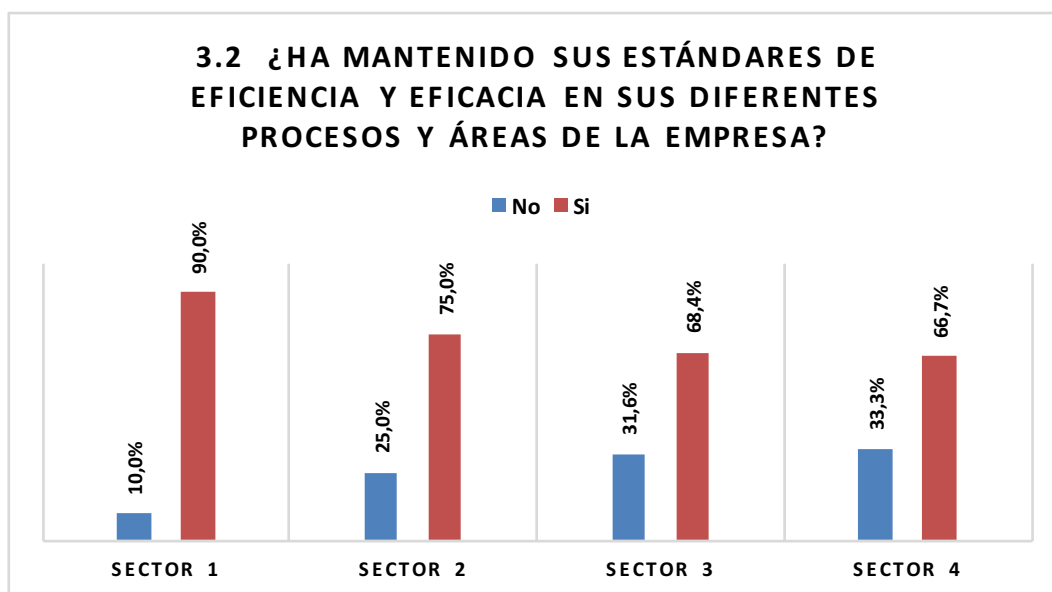
En cuanto a la pregunta 2.3, se evalúa como ha sido la rentabilidad de la empresa. Por lo anterior, se encontró que todos los empresarios creen que la rentabilidad de su empresa comparada con la del último año ha mejorado; sin embargo, un porcentaje de los empresarios del sector industrial (sector 1) considera que la situación continua igual.



Los empresarios pertenecientes a los cuatro sectores: Industria, comercio, servicios y agricultura consideran que la calidad de sus empresas, comparadas con el último año ha sido mayor y esto puede una consecuencia de las nuevas tecnologías utilizadas o la introducción de nuevos productos, así como también nuevas formas de distribución de los productos en el mercado.



En la encuesta se evaluó si los procesos de las empresas son estandarizados, refiriéndose al hecho de que la empresa posee una forma estructurada y consistente para realizar sus actividades, ya sea la razón de ser de la compañía u otras actividades internas. En esta pregunta se encontró que en los sectores: Industrial, comercio y servicios la mayoría de las empresas poseen procesos estandarizados, mientras que en el sector agropecuario el resultado fue dispar.

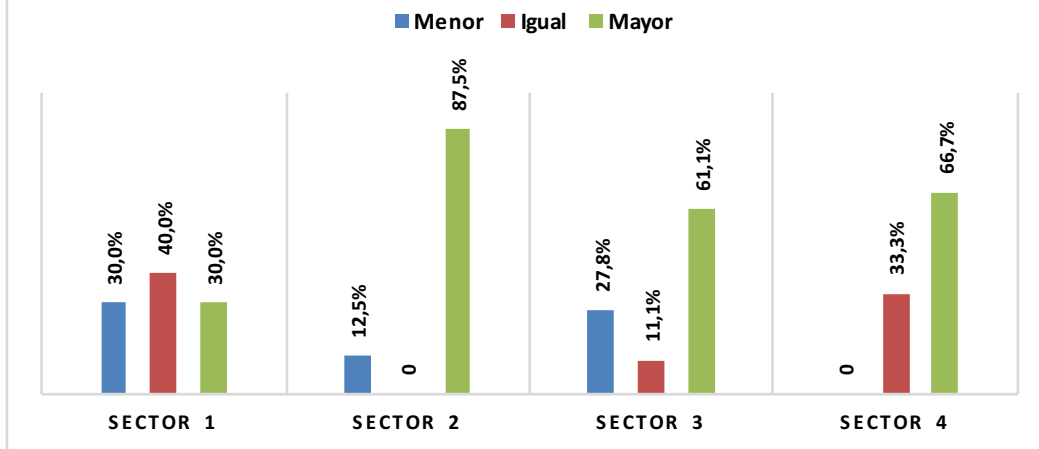


La mayoría de los empresarios de las empresas han mantenido sus estándares de eficiencia y eficacia en sus diferentes procesos y áreas, por lo que podemos decir que estas tendencias de mantener estos estándares les han permitido la evolución de sus empresas. (aumento de eficiencia y cumplimiento de metas).



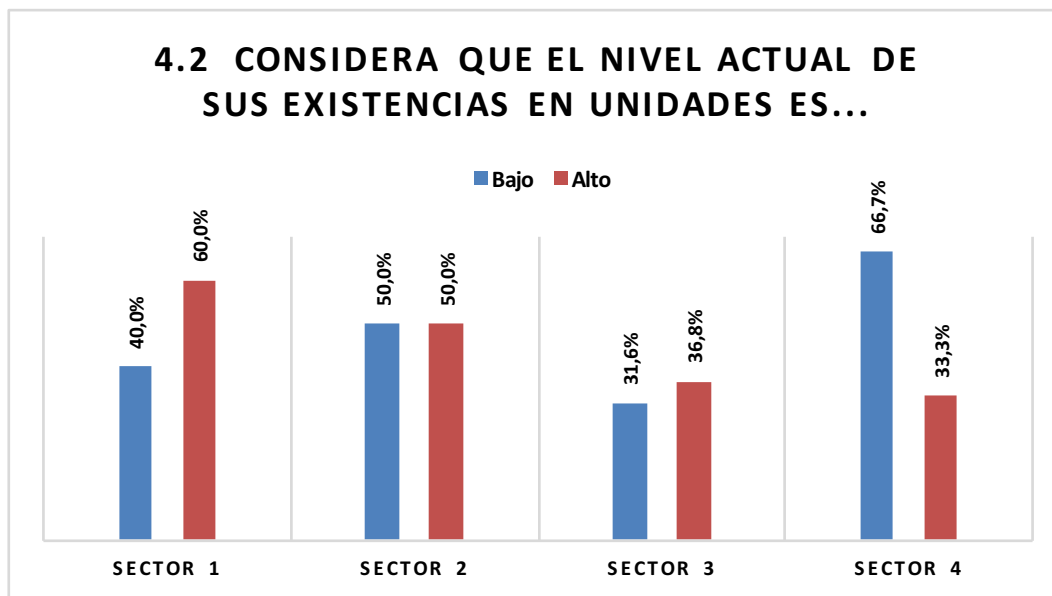
El hecho de no mantener los estándares de eficiencia y eficacia en diferentes procesos en las áreas de las empresas podría perjudicar las relaciones comerciales con proveedores y clientes de la misma. Los empresarios pertenecientes a los sectores industrial, servicios y agropecuarios consideran que este hecho mencionado anteriormente no afecta las relaciones comerciales con sus proveedores y clientes, por otro lado, los empresarios del sector comercio, creen que sí afecta.

4.1 CREE USTED QUE EN COMPARACIÓN AL AÑO PASADO EL VOLUMEN DE PEDIDOS ES...

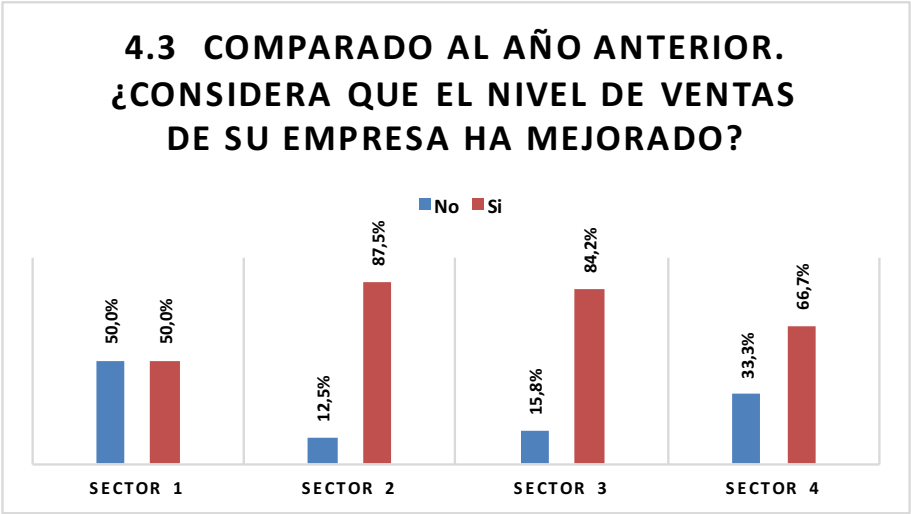


De acuerdo con la población en estudio, tanto el sector comercio como servicios y agricultura considera que el volumen de pedidos es mayor en comparación con el año inmediatamente anterior, mientras que para el sector industria es igual, una de las causas a considerar es porque los pedidos en la industria se realizan al por mayor y casi siempre el volumen de estos ya se encuentra estandarizado.

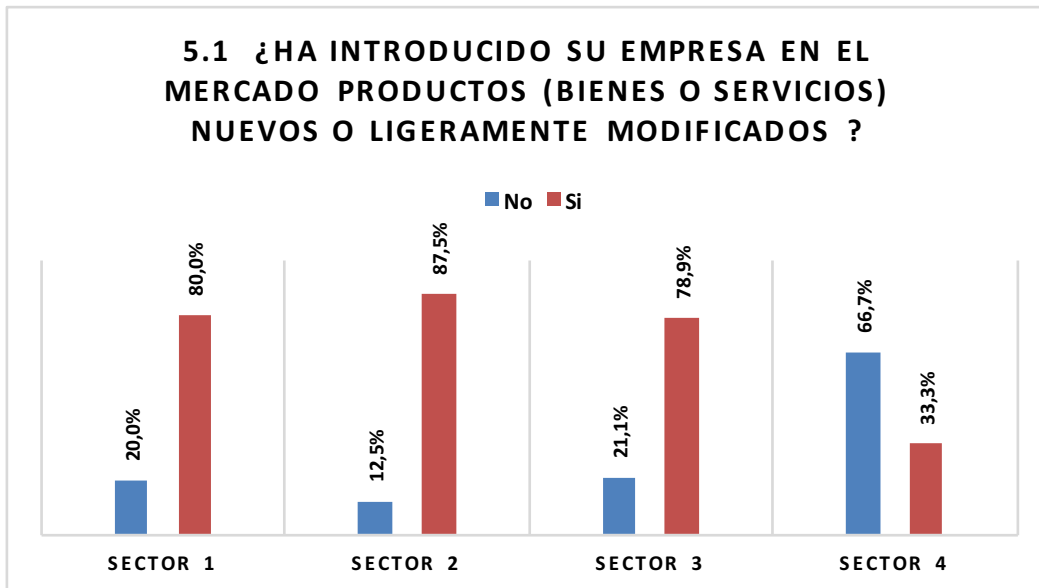
4.2 CONSIDERA QUE EL NIVEL ACTUAL DE SUS EXISTENCIAS EN UNIDADES ES...



Al preguntar existencia en unidades se encontró un inconveniente con el sector de servicios dado que al ofrecer un servicio no poseen acumulación de stock. En esta pregunta se obtuvo que el sector industrial presenta alto nivel de existencia en unidades, el sector comercial presento resultados iguales, el sector de servicios mostró un resultado similar entre alto y bajo alto nivel de existencia en unidades y por último, el sector agropecuario considera que posee bajo nivel de existencia en unidades.



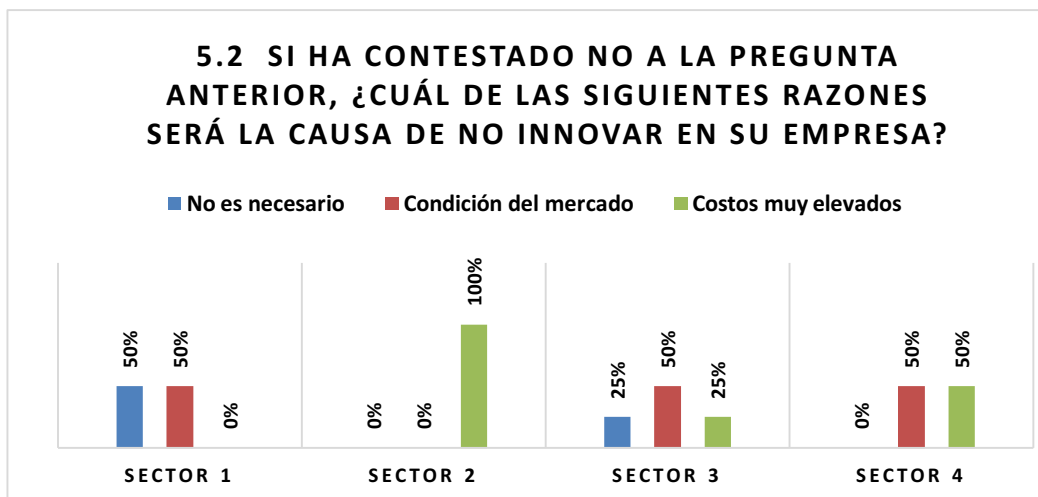
La mayoría de los empresarios consideran que el nivel de ventas ha aumentado. Sin embargo, dado que el sector industrial tiene una gama amplia de productos, sólo la mitad de los encuestados consideraron que el nivel de ventas de su empresa ha aumentado, mientras el otro 50% no considera que haya mejorado.



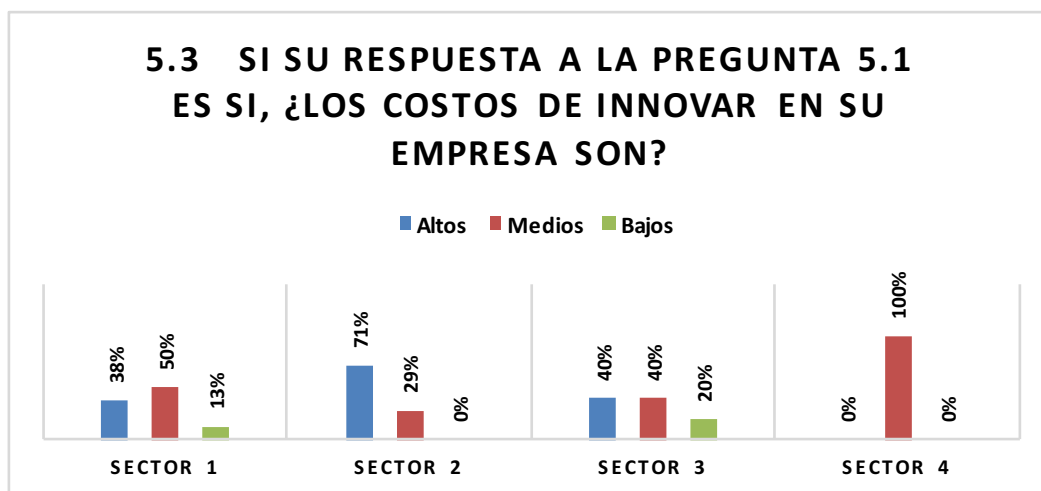
Por innovación se considera el cambio en los productos y procesos, la mejora de los mismos, los nuevos enfoques de marketing o las nuevas formas de distribución (North et al., 2001). Estas nuevas formas pueden mejorar las buenas prácticas de proyectos de innovación, o bien, cambiarlas totalmente. Esta puede gestarse desde la investigación de la propia empresa o bien adquiriendo nuevas tecnologías o licencias. En la actualidad la innovación en las Mipymes se aplica de forma gradual más que de manera radical.

Encontramos que en los primeros 3 sectores, se ha introducido al mercado de bienes o servicios nuevos o ligeramente modificados, a excepción del sector 4.

Asumiendo que los empresarios que se dedican al sector agropecuario, poseen cultivos y actividades permanentes, que impiden la introducción de nuevos productos puesto que tendrían que cambiar sus cultivos o actividad pecuaria.

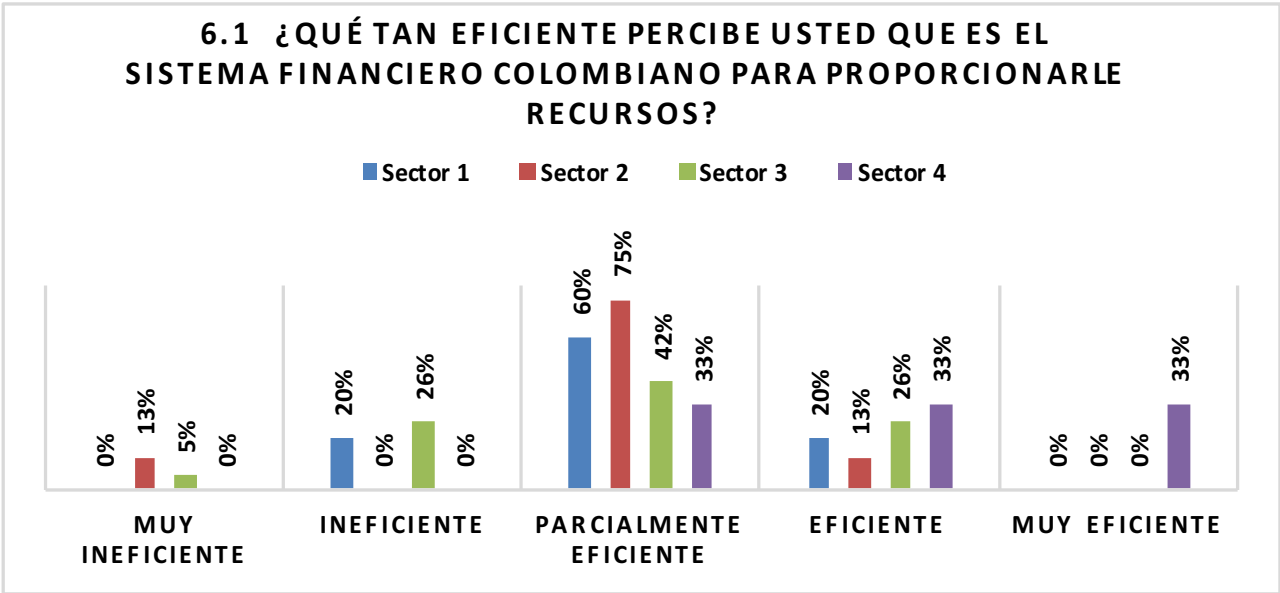


Las razones para que las empresas no introduzcan al mercado productos (bienes o servicios) nuevos o modificados, según los resultados a la pregunta 5.2, consisten principalmente en los costos elevados que incurre innovar, también en las condiciones que ofrece el mercado y solo alguna parte de los empresarios del sector industria considera que no es necesario.



De acuerdo con los resultados planteados en la pregunta 5.1, para los empresarios que si realizan innovaciones en su empresa, los costos de innovar

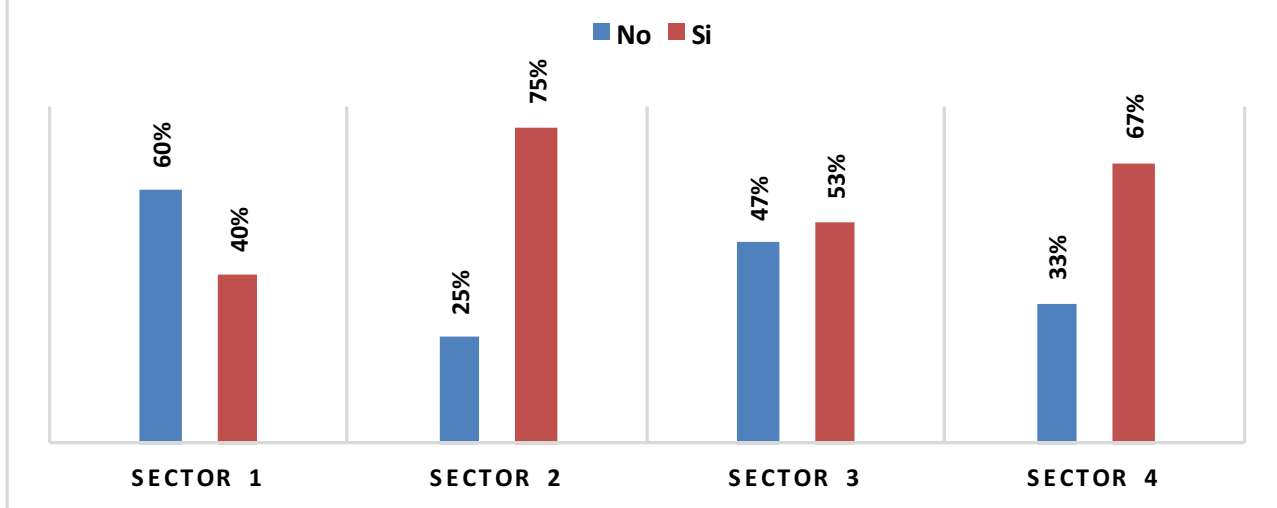
son de altos a medios, sobre todo para los sectores comercio y agricultura, puesto que la introducción de nuevos productos es de vital importancia para ellos, al momento de expandir sus productos y fidelizar a sus clientes.



Dado que el acceso a créditos es un factor importante para el desarrollo y crecimiento de las empresas, en esta pregunta se evaluó la eficiencia del sistema, es decir, rapidez de respuesta desde la perspectiva de los empresarios vallecaucanos.

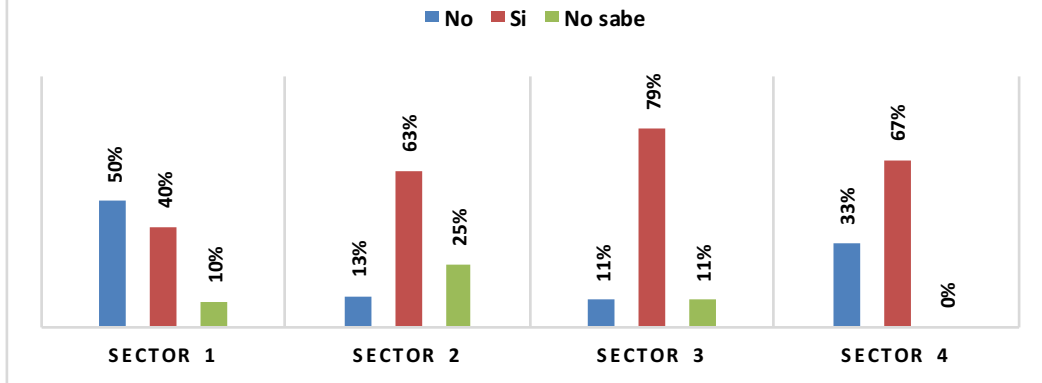
Teniendo como resultado que este es parcialmente eficiente para proporcionarle sus recursos. Debido a que el sistema financiero en Colombia presenta diversas problemáticas como asimetría en la información, disparidad temporal (liquidez bancaria), riesgo crediticio, riesgo de mercado y la tasa de interés, que afectan su eficiencia y por ende el acceso a los créditos.

6.2 ¿CREE HABER PERDIDO OPORTUNIDADES DE OBTENER MAYORES UTILIDADES POR EL HECHO DE NO OBTENER FINANCIAMIENTO?



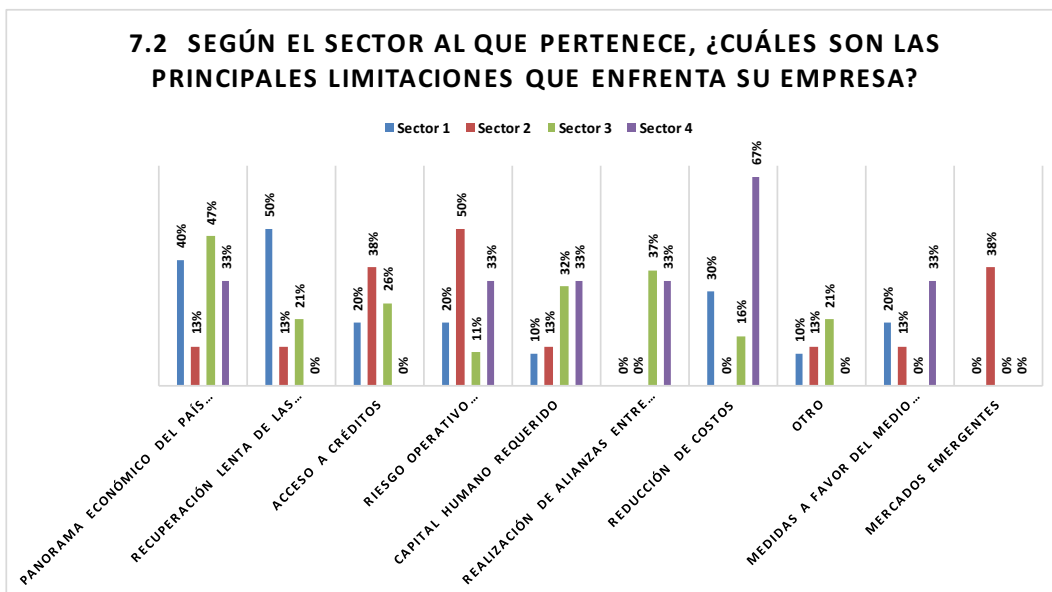
Como se mencionó anteriormente el financiamiento en las empresas puede ser considerado como un factor que impulsa el crecimiento y desarrollo de las mismas. En esta pregunta se encontró que para en el sector industrial el 60% de los encuestados no ha perdido oportunidades de obtener mayores utilidades por no obtener financiamiento, mientras que en los sectores: Comercio, servicios y agropecuarios se encontró que la mayoría de los encuestados si han perdido oportunidades de obtener mayores utilidades por no obtener financiamiento.

7.1 ¿SI ALIARSE CON EMPRESAS DE SU SECTOR FUERA UN MEDIO DE CRECIMIENTO, ESTARÍA DISPUESTO UNIRSE PARA GARANTIZAR CONJUNTAMENTE UN DESARROLLO QUE GENERE BENEFICIOS?

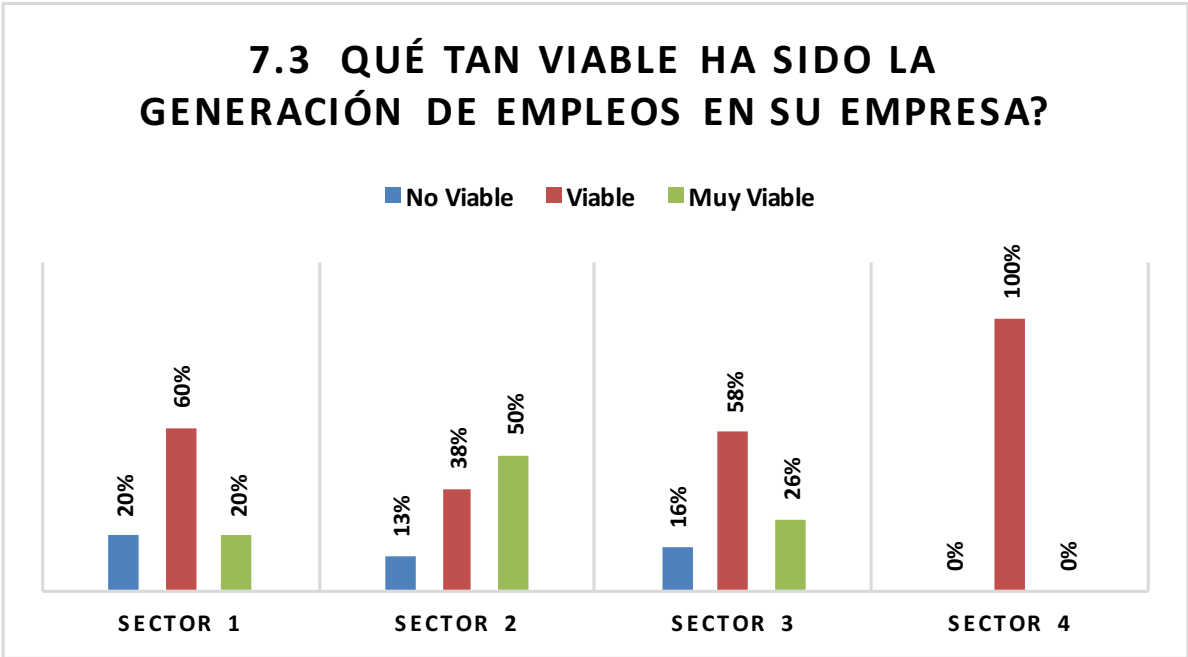


Por otro lado, en la pregunta 7.1 evidenciamos que la mayoría de los empresarios de los sectores comercio, servicios y agropecuario consideran viable una estrategia de alianza con otras empresas de su sector para garantizar conjuntamente un desarrollo que genere beneficios, pero en el sector industrial, el 50% de personas respondieron que no se aliarían como medio de crecimiento, mientras otro 40% lo aceptarían y sólo un 10% no saben.

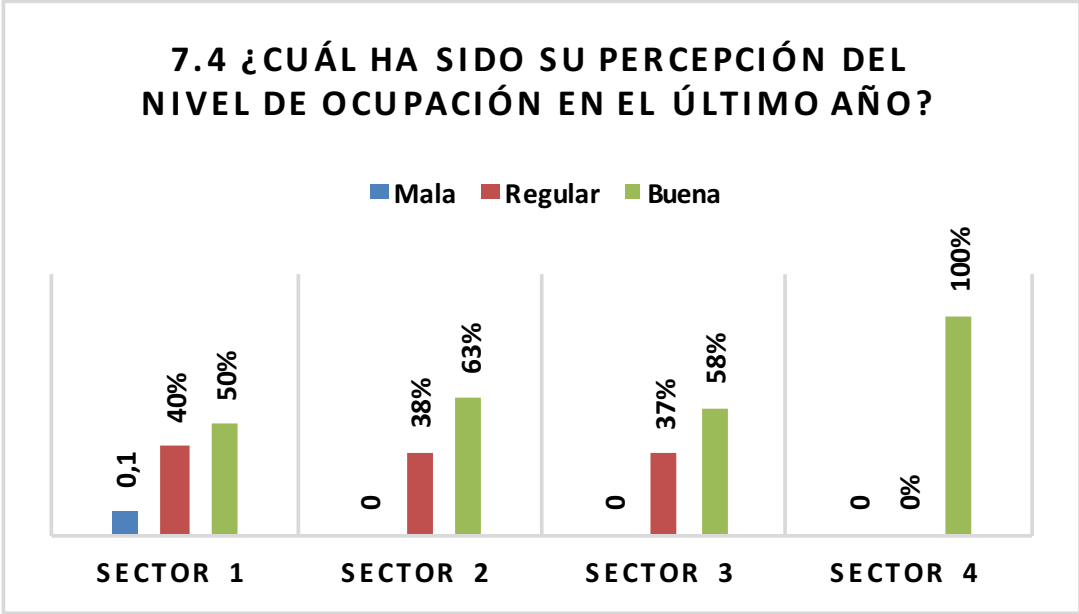
7.2 SEGÚN EL SECTOR AL QUE PERTENECE, ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES LIMITACIONES QUE ENFRENTA SU EMPRESA?



Todas las empresas en todos los sectores presentan limitaciones que impiden el crecimiento y desarrollo libre de cada empresa en su sector. Por ello, se evaluó cuáles eran algunas de estas limitaciones a las que se enfrentaban los empresarios, se encontró que para los que pertenecen al sector industrial las principales limitaciones radican en el panorama económico del país y la recuperación lenta de las recesiones; los empresarios del sector servicios consideran que las limitaciones principales son el acceso al crédito y el riesgo operativo; los empresarios del sector comercial creen que los limitantes están en el panorama económico del país y en la realización de alianzas con empresas del mismo sector. Por último el sector agropecuario considera que el principal limitante es la reducción de costos.

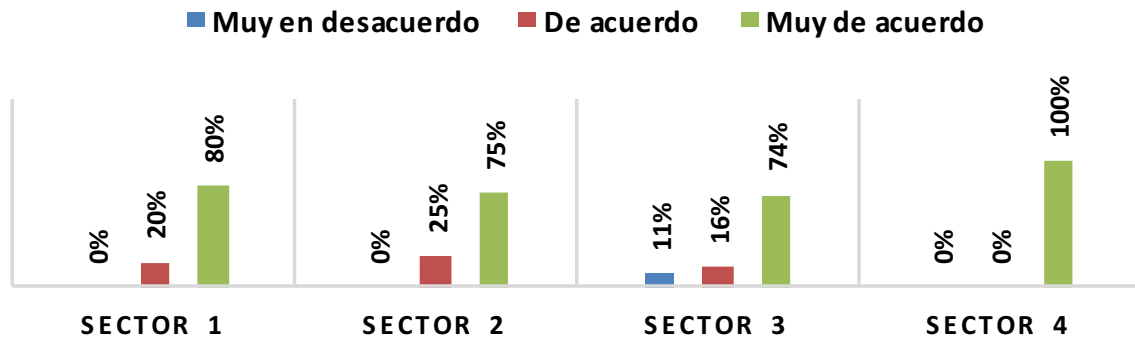


Los empresarios encuestados en los cuatro sectores, consideran que la generación de empleos en su empresa ha sido viable y esto puede relacionarse con la visión optimista que estos tienen respecto a la economía del país en los próximos doce meses, así como también de la posición de la empresa en su respectivo sector.



El nivel de ocupación es visto como la cantidad de actividades productivas que deben ser llevadas por el personal de la empresa para cumplir con su propuesta de valor. En esta pregunta se observó que los empresarios de los 4 sectores consideran que su percepción de ocupación ha sido buena en el último año, aunque algunos consideran que esta ha sido regular.

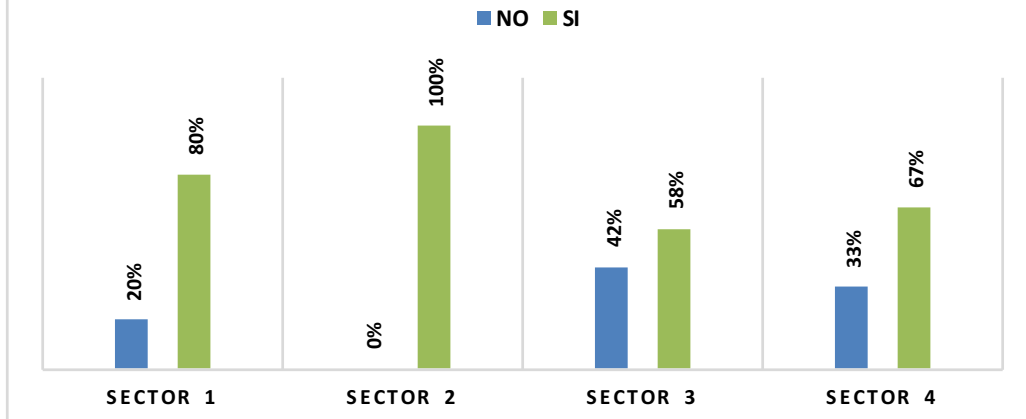
7.5 ¿ESTÁ USTED DE ACUERDO EN QUE LA MEJORA EN EDUCACIÓN, CALIDAD DE VIDA Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS MEJORARÍAN LA PRODUCTIVIDAD DE SUS EMPLEADOS?



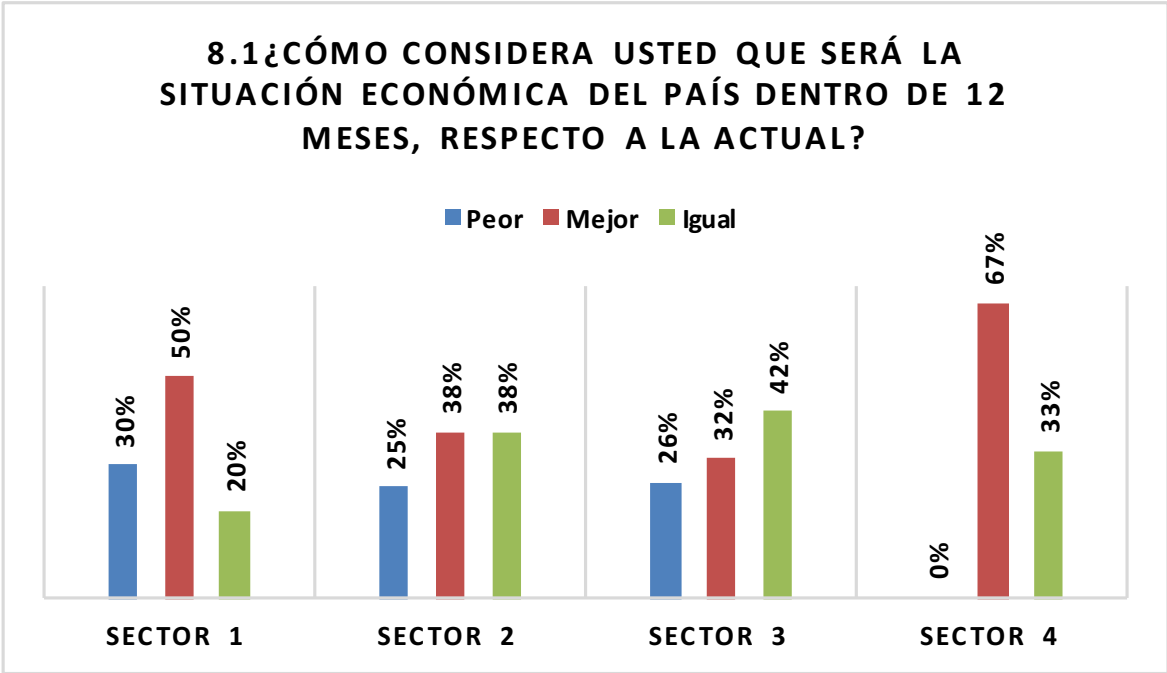
Otro factor importante es la inversión en capital humano, es decir, mejoras en educación, y prestación de servicios que mejoren la calidad de vida y la productividad de los empleados.

En esta pregunta se encontró que los encuestados ven esta variable como un motor de desarrollo para sus empresas

7.6 ¿CREE USTED QUE LOS NUEVOS CONFLICTOS QUE ESTÁN RODEANDO EL MUNDO POLÍTICO Y ECONÓMICO AFECTAN SU EMPRESA?

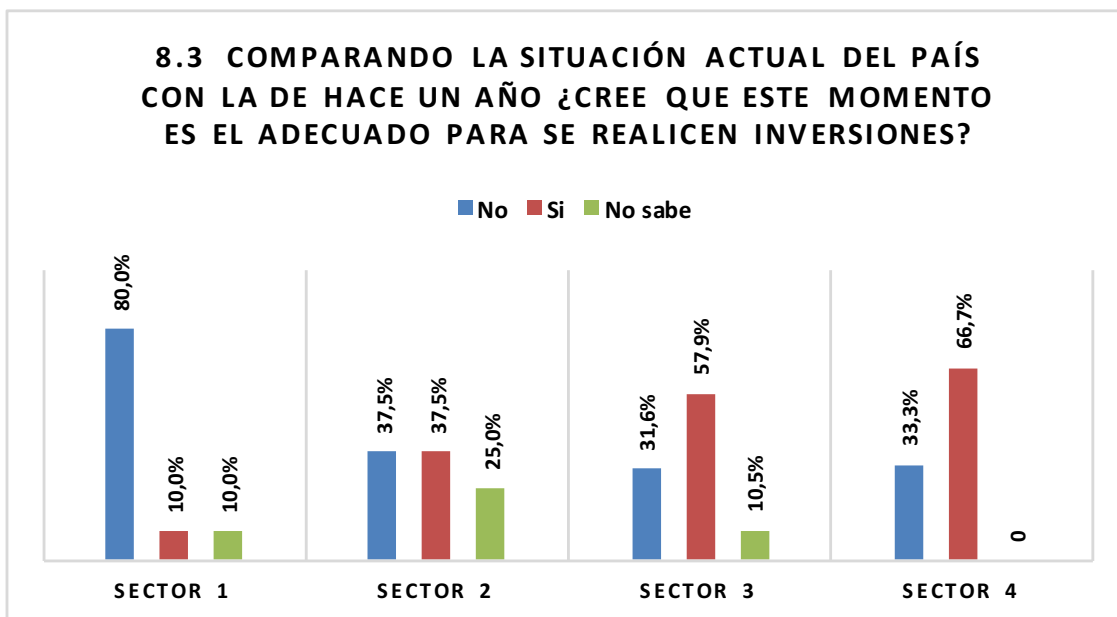


Con esta encuesta también pretendemos evaluar desde la perspectiva de los empresarios, si los conflictos actuales en el mundo político y económico, afectan su empresa encontrando que si lo hace.

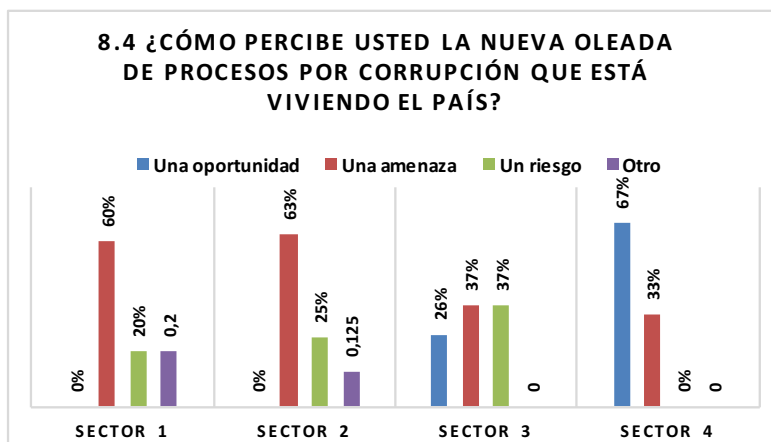


Más allá de la percepción sobre la situación de la empresa correspondiente, cuestionamos sobre la percepción de la situación económica del país en el próximo año respecto a la actual. En este caso encontramos que los sectores industrial y agropecuario consideran que esta se encontrará mejor, mientras en el sector comercio la mayoría esperan que este mejor o igual y en el sector servicios,

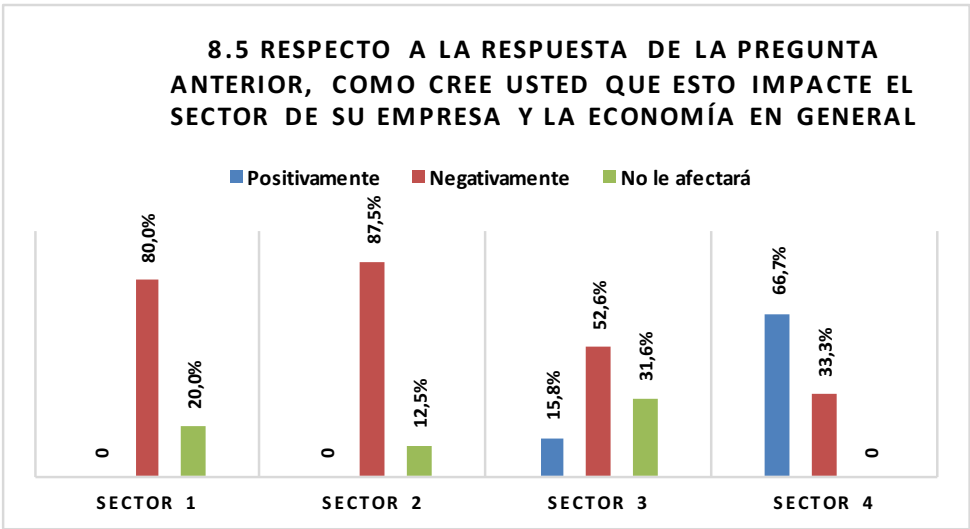
el 42% considera que seguirá igual y un 32% que estará mejor.



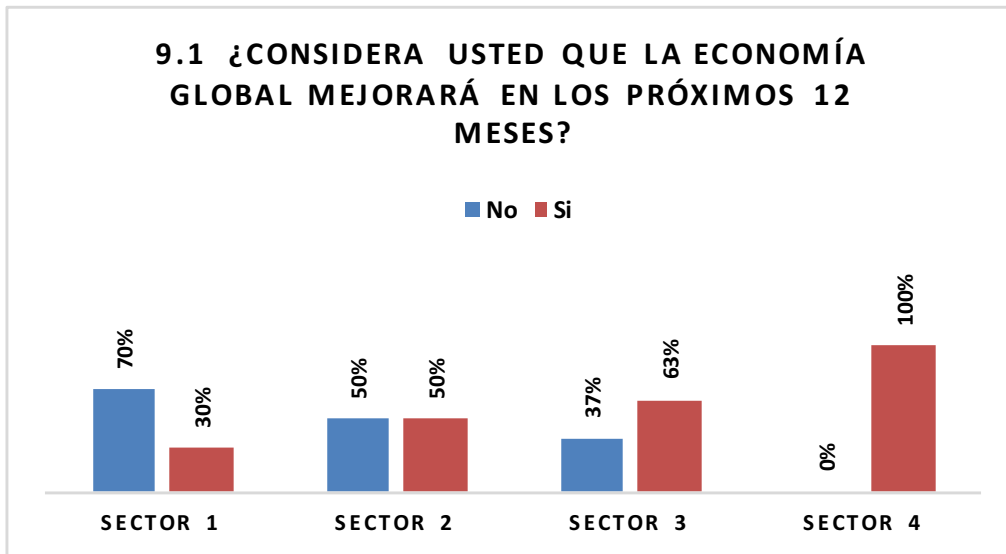
La mayoría de los empresarios encuestados de los sectores comercio, servicios y agropecuario consideran que gracias a la situación actual del país este sería un buen momento para realizar algunas inversiones. Sin embargo, el 80% de los empresarios del sector industrial creen que con la situación actual del país no es un buen momento para invertir.



Continuando con la pregunta anterior, este es un ejemplo de conflicto político-social que atraviesa el país actualmente, con el que se pretende evaluar qué tipo de implicación trae el desarrollo empresarial. Se encontró que el sector 1 y 2 consideran a la corrupción como una amenaza, el sector 3 tiene un empate entre amenaza y riesgo y por otro lado, el sector 4 considera la corrupción como una oportunidad.

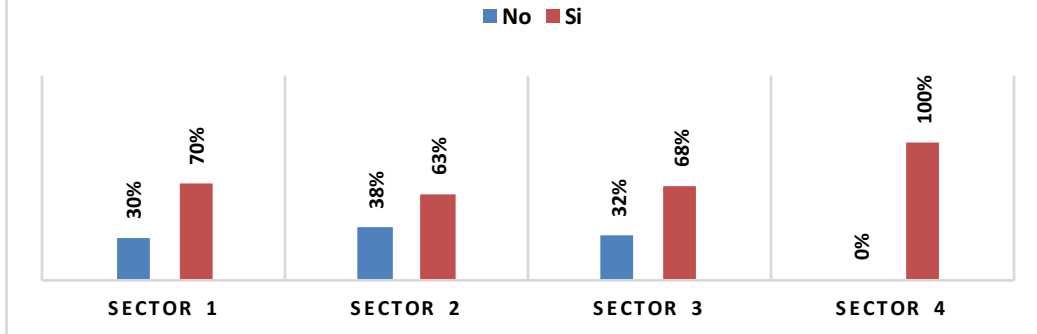


Para los empresarios de los sectores: Industria, comercio y servicios la nueva oleada de corrupción en el país, impacta de forma negativa su respectivo sector. No obstante, para el sector agrícola esto representa una oportunidad y puede ser a causa de que la nueva oleada de corrupción favorece a este sector al pasar por alto algunos estándares de calidad o autorizaciones para realizar nuevos cultivos, por tal razón los empresarios de este sector no perciben esto como una amenaza.



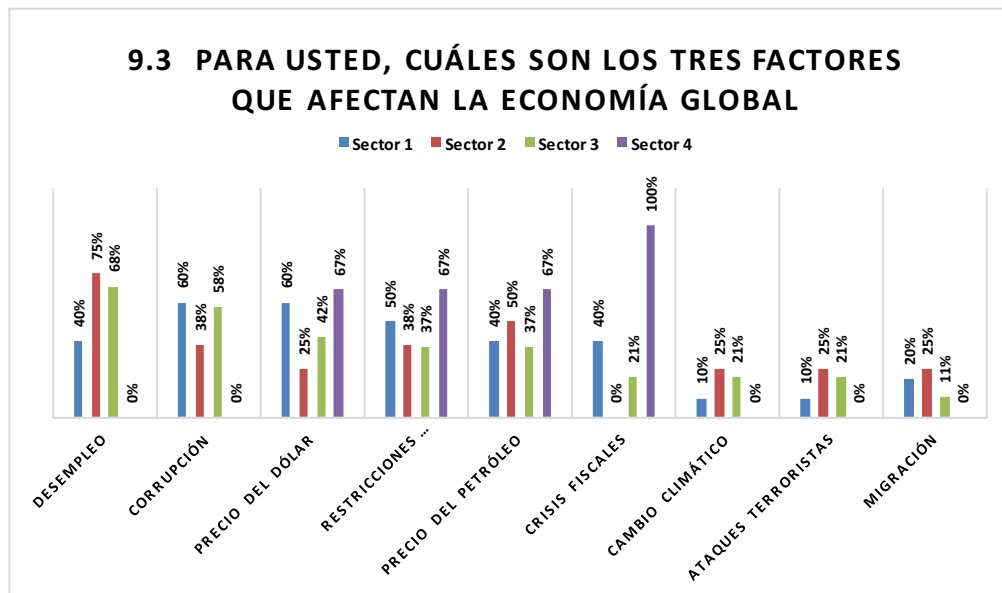
Al evaluar la perspectiva de la economía global de los empresarios se encontraron resultados disimiles entre los sectores, por un lado la mayoría de los encuestados del sector industrial considera que la economía global no mejorará en los próximos 12 meses; sin embargo en el sector comercial hubo un empate entre si mejorara o no la economía global, según la percepción de los empresarios; por ultimo para los sectores de servicios y agropecuario se encontró que tienen una percepción más positiva sobre la economía global, ya que consideran que esta mejorará en los próximos 12 meses.

9.2 ¿CONSIDERA QUE SU NEGOCIO TIENE MÁS OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO EN LA ECONOMÍA GLOBAL DE HOY, QUE HACE 4 AÑOS?



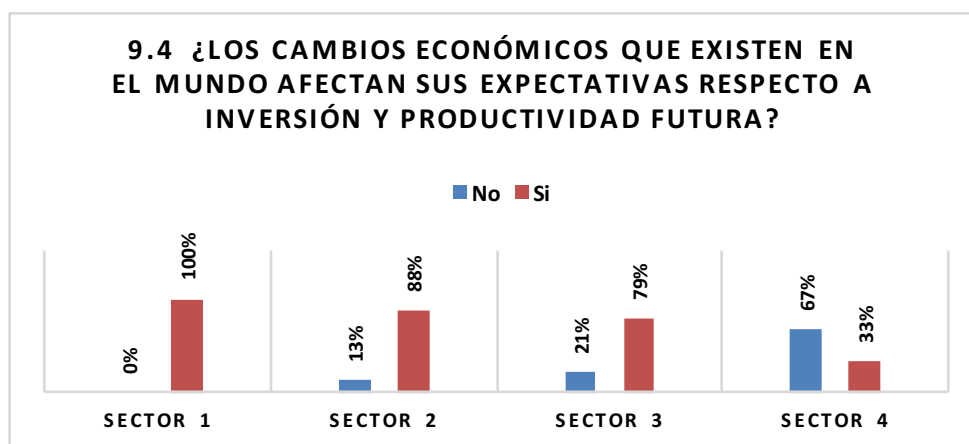
Con la pregunta 9.2 podemos evidenciar una vez más la tendencia de la percepción positiva de los empresarios de los sectores analizados, pues la mayoría de las personas encuestadas respondieron que las oportunidades de crecimiento de su negocio en la economía global han aumentado según las oportunidades de hace 4 años.

9.3 PARA USTED, CUÁLES SON LOS TRES FACTORES QUE AFECTAN LA ECONOMÍA GLOBAL



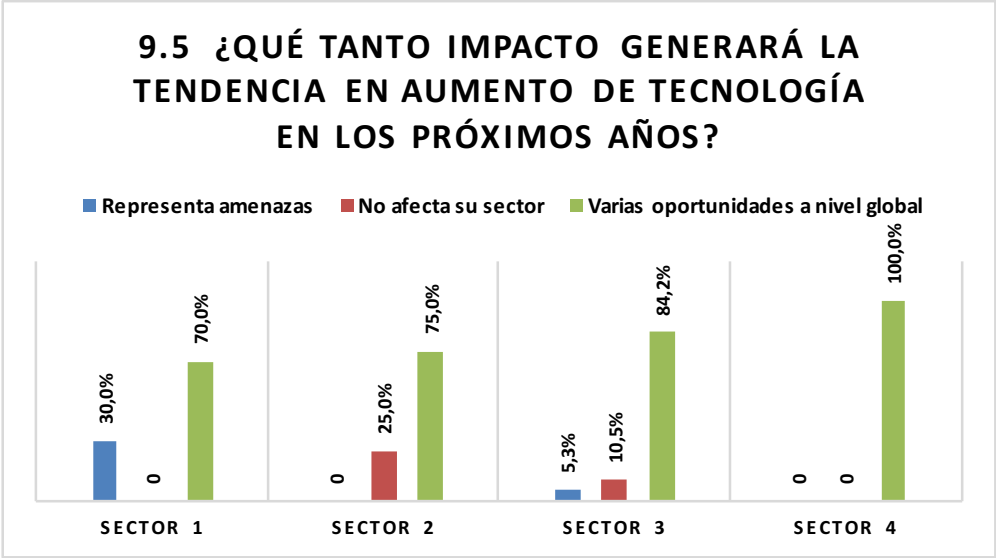
Actualmente algunos factores de carácter político, económico y social están afectando la economía del mundo entero, por tanto, de alguna forma afectan la economía del país y por ende dependiendo de la magnitud de estas afectaciones, así mismo, se trunca el desarrollo de las empresas. Los empresarios del sector industrial contemplan algunos factores que afectan la economía global, como la corrupción, el precio del dólar y las restricciones comerciales. Los entrevistados del sector de servicios, piensan en algunos factores como el desempleo, precio del petróleo y la corrupción. Por otro lado, los empresarios del sector comercial, consideran algunos factores como el desempleo, la corrupción y el precio del dólar. Finalmente, los que pertenecen al sector agropecuario creen que los factores que más afectan son las crisis fiscales, el precio del dólar y las crisis fiscales.

Cabe destacar que la mayoría de los encuestados perciben que los factores que afectan en su mayoría a la economía global son el precio del dólar, la corrupción y el desempleo.



Respecto a la pregunta 9.4, los empresarios de los 4 sectores perciben que la inversión y productividad futura puede verse afectado por los cambios en la economía global, puesto que las fluctuaciones en el tipo de cambio y el precio del

petróleo impactan directamente en la producción y comercialización de ciertos productos.



Por último, evaluamos un factor muy importante que es la tecnología. Esta se interpreta como el conjunto de conocimientos, formas, métodos, instrumentos y procedimientos que permiten combinar, recursos y capacidades en procesos de gestión empresarial haciendo de ellas entes productivos. Teniendo en cuenta que pese a que la tecnología, a nivel académico, ha sido calificada como una ventaja para las empresas grandes, varios investigadores la coinciden como determinante de competitividad de las Mipymes

Es por esto que encontramos que los empresarios ven el aumento de la tecnología como un factor que potencializa el desarrollo de sus organizaciones, debido a que presenta varias oportunidades de crecimiento en cuanto a mercado, consumidores, redes y otros.

5. CONCLUSIONES

- ✓ La percepción entorno a la valoración de una empresa no sólo depende de los resultados financieros y económicos, sino también de hechos y factores externos que afectan el desarrollo de la misma en su sector.
- ✓ Los empresarios en el Valle del Cauca reconocen la importancia de la innovación en Colombia, aun cuando está presente medianos o elevados costos que dificultan el crecimiento económico.
- ✓ Se encontró que existe una visión optimista sobre el crecimiento económico de las empresas y el país en los próximos doce meses.
- ✓ Las principales limitaciones para las empresas según su sector son: El panorama económico del país o del mundo, la recuperación lenta de las recesiones, el riesgo operativo y la reducción de costos.

6. RECOMENDACIONES

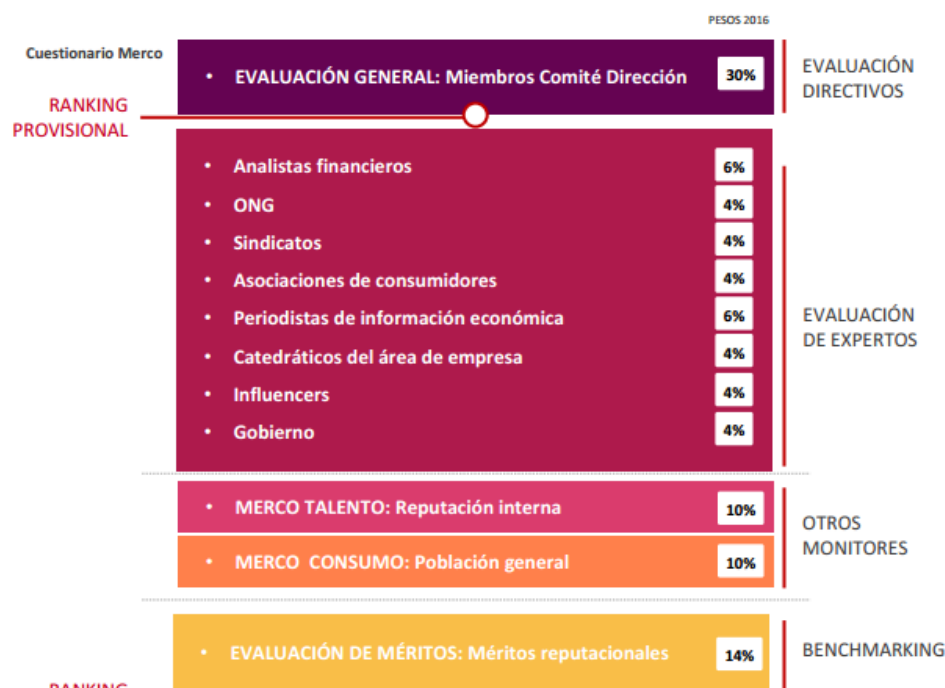
- ✓ Los resultados no son extrapolables al universo total, por lo tanto se recomienda ampliar el tamaño de la muestra.
- ✓ Recomendamos algunas variables tentativas para la creación del modelo, tales como: Tecnología, inversión, variables país, capital humano y financiación.

- ✓ Se recomienda aplicar un nuevo modelo en las encuestas que incluya variables exógenas de carácter cuantitativo que castiguen el indicador.

7. APRENDIZAJE

- ✓ Desarrollo de habilidades en la recolección de datos secundarios.
- ✓ Conocimiento de la percepción de los empresarios sobre la posición de su empresa en los sectores analizados, próximos a nuestro campo laboral.
- ✓ Aplicación del curso Investigación de Mercados en la elaboración, aplicación y análisis de encuestas.
- ✓ La mayoría de valoraciones de empresas colombianas se realizan con base al β de Damodaran, por lo que existe la oportunidad de crear nuestro índice.

8. ANEXOS



Proceso
Evaluación de
encuestas
Merco:

Ilustración 1. Metodología

Cronograma



Ilustración 2. Cronograma

Tabla 1. Tabla de puntaje

POSICIÓN	MULTIPLICADOR
Posición 1ª	x10
Posición 2ª	x9.5
Posición 3ª	x 9
Posición 4ª	x 8.5
Posición 5ª	x 8
Posición 6ª	x 7.5
Posición 7ª	x 7
Posición 8ª	x 6.5
Posición 9ª	x 6.0
Posición 10ª	x 5.5

Tabla 2. Cuestionario

GRUPO DE EXPERTOS	DIMENSIÓN MERCADO	VARIABLE DE EVALUACIÓN
ANALISTAS FINANCIEROS	Resultados Económico-Financieros	Resultados económico-financieros
		Solvencia
		Calidad de la información económica
ONG	Ética y Responsabilidad Corporativa	Compromiso con la comunidad
		Responsabilidad social y medioambiental

ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES	Calidad de la Oferta Comercial	Calidad de producto-servicio
		Respeto a los derechos del consumidor
SINDICATOS	Reputación Interna	Calidad laboral
PERIODISTAS ECONÓMICOS	Ética y Responsabilidad Corporativa	Transparencia informativa
		Accesibilidad
		Eficacia en la gestión de la comunicación corporativa
CATEDRÁTICOS DE ECONOMÍA Y EMPRESA Y PROFESORES DE UNIVERSIDAD ESPECIALIZADOS EN EL ÁREA DE EMPRESA	Dirección y Gestión	Calidad de la gestión empresarial
		Innovación
		Estrategia competitiva
INFLUENCERS	Comunicación digital	Eficacia de su gestión en comunicación digital
		Ética (honestidad y transparencia)
		Innovación en comunicación digital
GOBIERNO	Ética y Contribución al país	Comportamiento Ético y Buen Gobierno
		Responsabilidad social y medioambiental
		Compromiso de inversión y empleo en el país
		Contribución fiscal al país

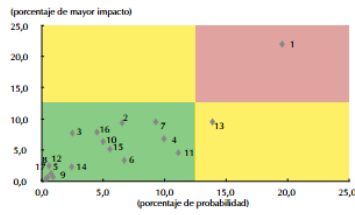
Tabla 3. Ranking Total

Ponderación de los RANKING DE DIRECTIVOS	30%
Ponderación de los ANALISTAS FINANCIEROS	6%
Ponderación de los SINDICATOS	4%
Ponderación de los ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES	4%
Ponderación de las ONG	4%
Ponderación de los PERIODISTAS DE INFORMACIÓN ECONÓMICA	6%
Ponderación de los CATEDRÁTICOS Y PROFESORES DE ECONOMÍA Y EMPRESA	4%
Ponderación de los INFLUENCERS	4%
Ponderación de GOBIERNO	4%
Ponderación de MERCOS CONSUMO	10%
Ponderación de MERCOS TALENTO	10%
Ponderación de EVALUACIÓN DE MÉRITOS	14%

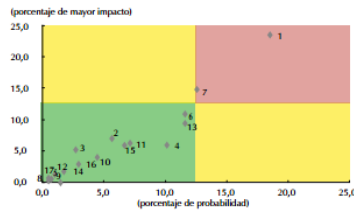
Ilustración 3. Mapa de riesgos.

Mapas de riesgo (enero de 2016)

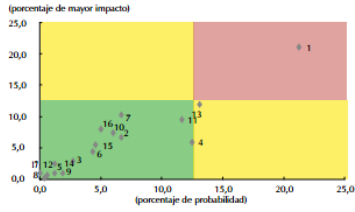
A. Total de entidades



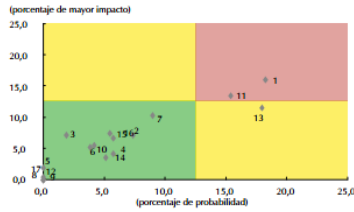
B. Establecimientos de crédito



C. IFNB



D. Gremios, centros de investigación, universidades y otros



Fuentes de riesgo

- | | |
|---|--|
| 1. Deterioro en el panorama económico de Colombia | 10. Caída en la confianza inversionista |
| 2. Deterioro en el panorama económico mundial | 11. Pérdida de confianza en el cumplimiento de la meta de inflación |
| 3. Caída en el precio de los activos inmobiliarios | 12. Consecuencias negativas no previstas frente a cambios en la regulación |
| 4. Caída en el precio de los activos financieros | 13. Aumento en la volatilidad del tipo de cambio. |
| 5. Falla de una entidad del sistema financiero | 14. Deterioro en el panorama económico de nuestros principales socios comerciales. |
| 6. Restricción en las fuentes de fondeo | 15. Incremento en la deuda de los hogares y las empresas. |
| 7. Materialización del riesgo de crédito | 16. Salida de capitales dada la incertidumbre de las condiciones económicas internas y externas. |
| 8. Pérdida de la confianza en los reguladores | 17. Otros |
| 9. Materialización del riesgo operativo (terrorismo, fraude, desastres naturales, etc.) | |

Nota: Las instituciones financieras no bancarias (IFNB) corresponden a las sociedades comisionistas de bolsa, las sociedades fiduciarias, las administradoras de fondos de pensiones, las compañías de seguros, los fondos de garantías y las instituciones catalogadas como banca de segundo piso.
Fuente: Banco de la República.

Tabla 4. Regiones sector industria

Empresas EOE Industria

REGIÓN	EMPRESAS	TAMAÑOS	
		GRANDES	PYME
BOGOTÁ	297	147	150
ANTIOQUIA	174	70	103
VALLE	104	50	54
COSTA	60	39	21
SANTANDER	51	13	38
VIEJO CALDAS	115	37	78
OTRAS REGIONES	13	8	5
TOTAL CIUDADES	814	364	449

Tabla 5. Regiones sector Comercio.

Empresas EOE Comercio

REGIÓN	EMPRESAS
BOGOTÁ	142
ANTIOQUIA	45
VALLE	20
COSTA	20
SANTANDER	18
VIEJO CALDAS	73
OTRAS REGIONES	43
TOTAL CIUDADES	361

Tabla 6. Metodología Encuesta ICV

PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE ENCOMENDÓ LA MEDICIÓN	Proyecto de grado Universidad Icesi
PERSONA NATURAL O JURÍDICA QUE LA REALIZÓ	Alejandra Ante, Laura Moreno, Mariana Leyton, Stephany Castañeda
GRUPO OBJETIVO	Personal con cargos gerenciales o directivos, en empresas de los sectores industrial, comercio, servicios y agropecuario, del Valle del Cauca
TIPO DE MUESTRA	Muestreo aleatorio simple
TAMAÑO DE LA MUESTRA	40 encuestas presenciales
FECHA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	Septiembre de 2017
MARGEN DE ERROR Y NIVEL DE CONFIANZA	Nivel de confianza 95% - Margen de Error: 15,2%
NÚMERO DE PREGUNTAS	36 preguntas
TEMAS TRATADOS	Finanzas, administración, operación y procesos, innovación y desarrollo, comercial, acceso al sistema crediticio y percepción económica y del sector.

9. BIBLIOGRAFIA

1. América, El economista. "Indicador Confianza Empresarial (IFO) de de Alemania - Eleconomistaamerica.com." <http://www.eleconomistaamerica.com/datos-macro/Alemania/Confianza-Empresarial-IFO> (May 4, 2017).
2. Espinosa, Fredy Romero, Zuray Andrea Melgarejo Molina, and Mary Analí Vera-Colina. 2015. "Fracaso Empresarial de Las Pequeñas Y Medianas Empresas (Pymes) En Colombia." *Suma de Negocios* 6(13):

- 29–41. <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2215910X15000087>
(March 8, 2017).
3. Gallardo, Mauricio. “UN INDICADOR DE CONFIANZA UN INDICADOR DE CONFIANZA PARA LA ECONOMIA CHILENA PARA LA ECONOMIA CHILENA.” http://www.cepal.org/deype/noticias/noticias/9/12779/CL_gallardoppt.pdf
(May 4, 2017).
 4. Investing. “Alemania - Índice Ifo de Confianza Empresarial.” <https://es.investing.com/economic-calendar/german-ifo-business-climate-index-132> (May 4, 2017).
 5. De Lucio, Juan, and Manuel Valero. “El Indicador de Confianza Empresarial de Las Cámaras de Comercio.” <http://www.revistaindice.com/numero32/p14.pdf> (May 4, 2017).
 7. “Qué Es Merco.” <http://merco.info/es/que-es-merco> (May 4, 2017).
 8. República, Banco de la. 2016. “Encuesta de Percepción Sobre Riesgos Del Sistema Financiero 2016.”: 1–10. <http://www.bogotacomovamos.org/documentos/encuesta-de-percepcion-ciudadana-2016/>.
 9. Vázquez, José Luis Blasco. 2016. “El Proceso de Elaboración de Merco Colombia 2016.” Merco Empresas y Líderes.
 10. Bravo, Saulo. *Son factores claves de crecimiento empresarial: “la innovación y la tecnología”*. Tomado de <http://elpueblo.com.co/son-factores-claves-de-crecimiento-empresarial-la-innovacion-y-la-tecnologia/>