

**EFFECTOS FINANCIEROS DE LA EMERGENCIA SANITARIA SARS-COV-2
EN LA EMPRESA STAR BOOKS DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO
EN LOS AÑOS 2019-2021**

**ANGIE LORENA CASTRO JOJOA
NATHALIA ELIZABETH PUPIALES CUASQUER**

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CONTADURÍA PÚBLICA
SAN JUAN DE PASTO
2023**

**EFFECTOS FINANCIEROS DE LA EMERGENCIA SANITARIA SARS-COV-2 EN
LA EMPRESA STAR BOOKS DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO EN
LOS AÑOS 2019-2021**

**ANGIE LORENA CASTRO JOJOA
NATHALIA ELIZABETH PUPIALES CUASQUER**

MONOGRAFIA

**ASESOR
Mag. FABIO GABRIEL CÁRDENAS BUSTOS**

**UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CONTADURÍA PÚBLICA
SAN JUAN DE PASTO
2023**

Nota de aceptación

JURADO

JURADO

NOTA DE EXCLUSIÓN DE RESPONSABILIDAD INTELECTUAL

“El pensamiento que se expresa en esta obra es exclusiva responsabilidad de sus autores y no compromete la ideología de la Universidad CESMAG”.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por haberme dado sabiduría y fuerzas para cumplir esta meta a mis padres, por ser ejemplo de inspiración por su apoyo incondicional en esta trayectoria, a mis maestros por el tiempo y los conocimientos transmitidos a mis compañeras de tesis, por enseñarme el verdadero valor de la amistad por el desempeño de la realización del trabajo y la dedicación del mismo.

Angie Lorena Castro Jojoa

El presente trabajo investigativo y proceso universitario quiero dedicarlo a Dios por ser mi guía en este camino de estudio, a mi familia porque siempre estuvieron presentes apoyándome de manera incondicional en todas mis decisiones y momentos, quienes me han enseñado que, a pesar de las dificultades, debo mantenerme resiliente y dar lo mejor de mí, también a mi mascota Jack por ser mi compañero incondicional en las largas jornadas de estudio.

A mis compañeras Angie y Laura, que la vida nos hizo coincidir en este camino lleno de aprendizajes, aventuras, retos, momentos compartidos; que desde un inicio creamos un vínculo, que nos permitió apoyarnos mutuamente y trabajar en equipo para el logro de nuestra meta profesional.

A aquellas personas que conocí en el camino quienes dejaron en mí, grandes enseñanzas tanto para mi vida profesional y personal, las ganas de seguir superándome y nunca dejar de aprender.

Nathalia Elizabeth Pupiales C.

AGRADECIMIENTOS

Agradecimientos a nuestro asesor de tesis Fabio Gabriel Cárdenas, quien, con su profesionalismo y calidez humana, contribuyó de manera significativa con sus aportes profesionales que lo caracterizan, orientaciones, dedicación, paciencia y por la gran disposición en todo momento de aportar valor a la investigación para la culminación de la misma.

Para nuestra compañera y amiga Laura Valentina Jiménez, quien siempre estuvo dispuesta en brindarnos su ayuda y apoyo de manera incondicional, incluso en los momentos de dificultad.

Gracias por compartir horas de estudio, por estar siempre ahí.

Nuestra gratitud a la empresa Star Books quien nos abrió las puertas, para el desarrollo de esta investigación, en especial a José Luis Jiménez, quien desde un inicio estuvo presto a colaborar con la información para llevar a cabo este proyecto.

Y resaltar la valiosa labor que realiza la empresa en contribuir en brindar un propósito firme en la sociedad de crecimiento personal, impulsar buenos hábitos y su aporte en el desarrollo de la región.

A la universidad CESMAG, resaltando la labor de los directivos y docentes quienes fueron nuestros guías en este camino enseñándonos sus experiencias y conocimientos profesionales.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	21
1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	22
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN	22
1.2 LINEA DE INVESTIGACIÓN	22
1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	22
1.3.1 Descripción del problema.	22
1.4.1 Objetivo general.	24
1.4.2 Objetivos específicos	24
1.5 JUSTIFICACIÓN	25
1.6 VIABILIDAD	26
1.7 DELIMITACIÓN	27
2. MARCO REFERENCIAL	28
2.1 ANTECEDENTES	28
2.2 MARCO CONTEXTUAL	35
2.2.1 Macro contexto	35
2.2.2 Microcontexto	38
2.3 MARCO LEGAL	45
2.4 MARCO TEORICO	58
2.4.1 Sector restaurantes.	58
2.5 MARCO CONCEPTUAL	78
3. METODOLOGIA	82
3.1 PARADIGMA	82
3.2 ENFOQUE	82
3.3 METODO	83
3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN	83
3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	83
3.5.1 Población.	83
3.5.2 Muestra.	84

3.6	TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	84
3.7	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	85
3.7.1	Aplicación de instrumentos de recolección de la información	85
3.7.2	Tabulación y sistematización de la información	96
3.7.3	Interpretación de resultados.	134
4.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	138
4.1	Primer objetivo	138
4.2	Segundo objetivo	169
4.3	Tercer objetivo	183
	CONCLUSIONES	190
	RECOMENDACIONES	192
	BIBLIOGRAFÍA	194
	ANEXOS	207

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Sectores económicos y participación en la economía de Nariño	41
Cuadro 2. Características cualitativas	51
Cuadro 3. Elementos del estado de situación financiera	52
Cuadro 4. Reconocimiento del activo	53
Cuadro 5. Reconocimiento del pasivo	54
Cuadro 6. Definición de ingresos y gastos	55
Cuadro 7. Formulas análisis vertical	63
Cuadro 8. Variación absoluta y relativa	63
Cuadro 9. Indicadores de liquidez	65
Cuadro 10. Indicadores de endeudamiento	66
Cuadro 11. Indicadores de rentabilidad	68
Cuadro 12. Indicadores de actividad	71
Cuadro 13. Sistema DUPONT	72
Cuadro 14. Analisis vertical estado de situación financiera Star Books	146
Cuadro 15. Analisis vertical estado de resultados Star Books	149
Cuadro 16. Analisis horizontal estado de situación financiera Star Books	152
Cuadro 17. Analisis horizontal estado de resultados Star Books	156
Cuadro 18. Metodología PESTEL	170
Cuadro 19. Matriz de estrategias	184

LISTA DE GRÁFICOS

pág.

Gráfico 1. Tasa global de participación, ocupación y desempleo - total nacional - julio (2020-2021)	36
Gráfico 2. Las empresas más pequeñas han sufrido el mayor impacto a causa del COVID-19	37
Gráfico 3. Distribución de empresas por tamaño	39
Gráfico 4. Perdida de ingresos por ventas en las empresas de Nariño	39
Gráfico 5. Medidas tomadas por los empresarios de Nariño	40
Gráfico 6. Medidas sobre la planta de personal de las empresas en Nariño	40
Gráfico 7. Precios ofrecidos por Star Books	96
Gráfico 8. Calidad de los productos ofrecidos por Star Books	97
Gráfico 9. Servicio ofrecido por Star Books	98
Gráfico 10. Probabilidad de que recomiende a Star Books	99
Gráfico 11. Tiempo de funcionamiento de restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto	100
Gráfico 12. Local comercial de los restaurantes	101
Gráfico 13. Subsidios por parte del gobierno a los restaurantes de la ciudad de Pasto	102
Gráfico 14. Imposibilidad de consumo	103
Gráfico 15. Efecto del cambio de las Normas Internacionales de Información financiera	104
Gráfico 16. Pago de impuestos en los restaurantes	105
Gráfico 17. Número de empleados en los restaurantes de la ciudad de Pasto	106
Gráfico 18. Financiación de la empresa	107
Gráfico 19. Recorte de personal en los establecimientos	108
Gráfico 20. Disminución del salario en los establecimientos de la Ciudad de Pasto	109
Gráfico 21. Estrato social del propietario de los restaurantes	110
Gráfico 22. Medidas adoptadas por la emergencia sanitaria SARS-CoV-2	111
Gráfico 23. Nivel educativo del propietario	112
Gráfico 24. Edad del propietario de los establecimientos	113
Gráfico 25. Personal con discapacidad en la empresa	114
Gráfico 26. Estado civil del propietario	115
Gráfico 27. Medios online para publicidad y mercadeo	116
Gráfico 28. Estrategias de Innovación	117
Gráfico 29. Contaminación al medio ambiente	118
Gráfico 30. Estrategias para disminuir la contaminación	120
Gráfico 31. Seguridad social a empleados	121
Gráfico 32. Prestaciones sociales a trabajadores	122
Gráfico 33. Normas de seguridad y salud en el trabajo	124

Gráfico 34. Estrategias para fidelizar a los clientes	125
Gráfico 35. Canales o medios para realizar publicidad	126
Gráfico 36. Alianzas a largo plazo con proveedores	127
Gráfico 37. Proveedores en el establecimiento	128
Gráfico 38. Atención personalizada a clientes	129
Gráfico 39. Estrategias para la competitividad	130
Gráfico 40. Asociación con organizaciones para mejorar su posición	131
Gráfico 41. Competitividad en ventas	132
Gráfico 42. Alternativas que reemplacen su restaurante en el mercado	133
Gráfico 43. Características de los productos son innovadoras	134
Gráfico 44. Distribucion metodología PESTEL	172
Gráfico 45. Análisis tiempo de impacto	173
Gráfico 46. Analisis impacto positivo	174

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Fotografías Empresa Star Books	45
Figura 2. Preparación de alimento	140
Figura 3. Atención al cliente	141
Figura 4. Despacho de pedidos a domicilios	142
Figura 5. Árbol de rentabilidad empresa Star Books en los años 2020-2021	167
Figura 6. 5 fuerzas de Porter	180

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Carta de autorización	207
Anexo B. Formato entrevista dirigido a la administración de Star Books	208
Anexo C. Formato entrevista dirigido a el área contable de Star Books	209
Anexo D. Formato encuesta dirigido a los restaurantes de la ciudad de Pasto	210
Anexo E .Formato encuesta dirigida a los clientes de Star Books	216

RESUMEN ANALÍTICO DE ESTUDIO

Código: 1069

Programa académico: Contaduría pública

Fecha de elaboración del RAE: 16 de abril de 2023.

Autores del Trabajo de Grado:

Angie Lorena Castro Jojoa
Nathalia Elizabeth Pupiales Cuasquer

Asesor:

Fabio Gabriel Cárdenas Bustos

Título completo del trabajo de grado:

Efectos financieros de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en la empresa Star Books de la ciudad de San Juan de Pasto en los años 2019-2021.

Palabras o frases claves

Análisis horizontal, análisis vertical, árbol de rentabilidad, diagnóstico financiero fuerzas de Porter, Indicadores financieros, PESTEL.

Descripción

Informe final de investigación en donde los autores pretenden dar a conocer los efectos financieros de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en la empresa Star Books de la ciudad de San Juan de Pasto en los años 2019-2021, ya que por la emergencia sanitaria se presentaron múltiples efectos negativos a nivel social, económico y financiero, por tal razón se buscará estrategias con el fin de reducir el impacto negativo de próximos hechos de fuerza mayor o casos fortuitos. En la investigación se llevará a cabo un diagnóstico financiero mediante recolección de datos para posteriormente realizar el respectivo análisis y determinar los efectos que trajo consigo la pandemia del SARS-CoV-2.

Contenido

La pandemia del SARS-Cov-2 ha traído consigo importantes impactos en los diferentes sectores de la economía, en donde el sector gastronómico ha sido uno de los más afectados, ya que se han generado múltiples desafíos para este sector,

como es el cierre de establecimientos de comercio a través de los decretos generados por el gobierno nacional, disminución de ingresos, aumento de gastos, despido de colaboradores, el adaptarse a una nueva realidad a través de la implementación de protocolos de bioseguridad, por este motivo la presente investigación permite ver cuáles fueron los efectos financieros de la pandemia del SARS-CoV-2 en la empresa Star Books, teniendo en cuenta el análisis de estados financieros el cual consiste en un proceso que permite evaluar la información presente, pasada y disminuir la incertidumbre en el futuro, lo cual permite que la empresa tenga un punto de referencia para próximas contingencias que pueden ser emergencias sanitarias, dificultades sociales, ambientales o políticas.

Además se desarrolló un análisis de los factores internos y externos mediante la metodología de PESTEL y las cinco fuerzas de Michael Porter, que afectaron el sector gastronómico de la ciudad de Pasto y se proyectaron unas posibles estrategias que puedan ser útiles en las nuevas condiciones futuras financieras y sociales, que buscan nuevas alternativas para aumentar sus ingresos y evitar el cierre de los negocios, además que permita anticiparnos a estos escenarios para una buena toma de decisiones y mitigación del riesgo, debido a la experiencia actual imperó la necesidad de gestionar el cambio y el riesgo, pero sobre todo la habilidad de adaptarse a ello y reconocer que nos encontramos en un entorno cambiante es vital para las organizaciones con el apoyo de la tecnología.

Metodología

La presente investigación se considera en un paradigma positivista, debido a que busca adquirir conocimiento a través del análisis e interpretación de información financiera a través de herramientas que permitan la correcta obtención de datos para llevar a cabo el análisis financiero. En este caso el método científico, parte a través del diagnóstico de la información financiera de Star Books y la determinación de los cambios que se generaron por la pandemia del SARS-CoV-2.

El enfoque aplicado en la presente investigación es un análisis cuantitativo, el cual permite observar cuáles son las variaciones que se presentaron en los estados financieros debido a la pandemia del SARS-CoV-2.

El método de esta investigación es deductivo, debido a que parte del reconocimiento de la información y el análisis que afecta de manera positiva o negativamente la pandemia del SARS-CoV-2 dentro de la empresa Star Books, en vista que con el desarrollo de cada uno de los objetivos se diagnosticaran los cambios de la parte financiera.

El tipo de investigación es de tipo descriptivo, por razón de que por medio del análisis financiero se van a utilizar varias herramientas que servirán para medir las variaciones de los estados financieros, por motivo de que se contara con la información financiera.

En lo referente a la población que se tendrá en cuenta para el cumplimiento del primer objetivo elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros a través de análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y los árboles de rentabilidad para determinar cuáles son los problemas dentro del marco de la pandemia del SARS-CoV-2, es el personal que se encuentra laborando en la parte administrativa de la empresa Star Books, es decir 4 personas, conformado por propietarios, gerente y contador público, quienes brindaran la información requerida para la correcta realización del análisis financiero.

Además, para llevar a cabo el segundo objetivo diagnosticar los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER, se tendrán en cuenta el total de los restaurantes de la ciudad de Pasto, que como menciona la cámara de comercio en el año 2020 , el número total de establecimientos de comercio en la actividad económica de alojamiento y servicios de comida es de 567. Y además se tendrá en cuenta la población de los clientes fieles del restaurante que son 50 personas, dicha información fue suministrada por Star Books.

Y la muestra para la presente investigación para el primer objetivo se tendrá en cuenta que la población del proyecto es limitada, ya que su parte administrativa está conformada por cuatro personas los propietarios, gerente y contador público de los cuales se tomará el 100% de la población y para el cumplimiento del segundo objetivo, se tendrá en cuenta una muestra de 81 restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto, Además, se tomara una muestra de los clientes de Star Books corresponde a 37 personas.

Línea de investigación

Gestión financiera, tributaria y corporativa.

Conclusiones

Mediante la investigación realizada se logró determinar que la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en la empresa Star Books, generó impactos positivos en el modelo de negocio a pesar de la corta trayectoria que tiene en el mercado, debido principalmente a que esta empresa supo adaptarse de manera eficiente, logrando continuar con sus operaciones, mediante estrategias, como la implementación del servicio a domicilio con calidad y efectividad, estrategias de marketing digital por las diferentes redes sociales, manejo adecuado y responsable en cuanto a al cumplimiento de los protocolos de bioseguridad, lo que fue fundamental para incrementar las ventas en ese periodo.

Respecto a el diagnostico financiero en la empresa Star Books, se obtuvo que en el periodo de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, tomando como referencia el

análisis realizado en el árbol de rentabilidad, se determinó que se consiguió un rendimiento del patrimonio en el año 2021 de 57,6% y para el 2020 de 43,4%, por lo que muestra que presentó un incremento en la rentabilidad en un 8,14%, respecto a la capacidad que tiene la empresa en generar valor, lo cual permite establecer que la Star Books no tuvo impactos negativos, pese a las medidas que se establecieron en medio la emergencia Sanitaria SARS-CoV-2, sino que fue un periodo de crecimiento en todos los aspectos desde cambiar su establecimiento de comercio de la Av. Boyacá a la Av. de los estudiantes, con el fin de brindar a sus clientes un espacio más amplio, con lugares aptos para toda la familia, incrementar número de colaboradores, ampliar su menú, ofrecer una mayor variedad de libros, servicios adicionales como son celebraciones de fechas especiales, ofrecer un servicio oportuno y de calidad en los domicilio, todo gracias a su capacidad de adaptación, flexibilidad en el modelo de negocio y a la implementación de estrategias que permitieron ver un crecimiento significativo.

Star Books desde sus inicios busco ofrecer a sus clientes un lugar innovador con una experiencia única desde el servicio y atención al cliente hasta la calidad e innovación en cada uno los platos; contando con personal capacitado constantemente, en donde se cumplen con todas las obligaciones de ley y brindándoles a los mismos espacios que contribuyen en la salud mental, bienestar físico y reconocimientos por su labor realizada en la empresa, lo cual se traduce en mejorar la productividad de Star Books.

Otros aspectos son los relacionados a que siempre se mantiene estrategias de publicidad y mercadeo por las diferentes redes sociales, con el objetivo de atraer potenciales clientes que se enamoren de este lugar en conjunto con brindar servicio a domicilio, lo cual en medio de la emergencia sanitaria fue lo que impulso a mantenerse en el mercado y mejorar su crecimiento empresarial.

Se evaluaron las debilidades que existen en el sector restaurante, respecto a que no cuentan con otras alternativas de venta diferente a la que se realiza en el punto físico del establecimiento de comercio, lo que se tradujo en cerrar de manera parcial y total y por ende no se generaran ingresos como consecuencia el despido de colaboradores; falencias en la parte de contar con redes sociales empresariales y promover en las mismas estrategias de marketing digital; estos puntos fueron indispensables en medio de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, lograr potencializarlos para continuar operando.

A través del análisis efectuado por la metodología Pestel y Porter, se logró identificar cuáles fueron los factores externos que afectan al sector restaurante de la ciudad de Pasto, por este motivo se plantearon estrategias para evitar los impactos negativos y así promover la reactivación económica, fortalecer la cultura tributaria, la evaluación de riesgos, implementar medidas de seguridad y de aseo además la implementación del marketing digital para que de este modo los restaurantes sean

un sector que pueda aportar significativamente a la economía y a la generación de empleo de la ciudad de Pasto.

Analizando todos los aspectos se brindan recomendaciones en el sector restaurantes, enfocadas en constituirse manera legal, importancia de llevar contabilidad en sus negocios, estrategias que contribuyan a que las organizaciones no solo busquen como fin el obtener rentabilidad, sino que vaya de la mano con generar en el entorno que se desempeñe una responsabilidad social y ambiental; por otra parte el brindar un buen servicio, calidad, precios y demás aspectos, que son indispensables para generar valor en el mercado.

Recomendaciones

Como recomendaciones del primer objetivo se denota que es necesario implementar en la empresa Star Books, el respectivo análisis de los estados financieros, debido a que se cuenta con la información contable que permitirá realizar este proceso, y así poder evaluar de manera más exacta, a través de las diferentes herramientas de análisis financiero como son método del análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y árbol de rentabilidad; que permita evaluar y comparar la posición financiera ya sea pasada, presente y que permite proyectarse al futuro; con el fin de contribuir en la toma de decisiones que beneficien a la empresa con base en la realización de préstamos con entidades financieras , inversiones, generar estrategias que permitan aumentar el volumen de ventas y además dar a conocer la situación a grupos de interés y velar porque la información contable que se encuentra reflejada en los estados financieros cuente con las respectivas notas contables.

Se recomienda implementar un fondo de emergencia o reserva de las utilidades generadas en cada periodo, con el objetivo de incrementar el efectivo y equivalente al efectivo y también que permita en momentos de dificultad ayudar a disminuir los impactos negativos que puedan ocurrir.

Celebrar alianzas estrategias en Star Books, con caficultores de la región, con el objetivo ofrecer el café de Nariño; buscar convenios afines en la parte la actividad económica de venta de libros en donde se buscaría empresas especializadas en dictar cursos y Star Books ofrecería su variedad de libros y servicios de comida para complementar esta alianza se enfocaría principalmente en los jardines infantiles.

Para el segundo objetivo se plantean las siguientes recomendaciones, que los establecimientos informales realizasen su respectiva formalización empresarial, se recomienda la implementación de la contabilidad a través de profesionales especializados y capacitados, propender por contribuir en mejorar el bienestar laboral de los colaboradores, con el fin de realizar actividades para mejorar su bienestar físico y psicológico además otorgar capacitación constante a los colaboradores en áreas afines a su cargo, generar responsabilidad social, en la

contratación de personal con discapacidad, ya que no solo benefician a las personas contratadas sino que existen beneficios tributarios

Por otra parte, la importancia de que los establecimientos gastronómicos, adquieran un compromiso medioambiental. Con el objetivo de reducir el impacto sobre el entorno teniendo un adecuado manejo de residuos orgánicos, ofrecer cartas digitales, mediante el uso de los códigos QR, implementación de empaques responsables, para la venta de comida, principalmente para los destinados a los domicilios, crear canales digitales empresariales, que sirvan como un punto de venta, por ejemplo las diferentes redes sociales y páginas web y por ultimo diversificar las actividades económicas, en este caso de la parte de restaurante ofreciendo no solo el servicio de comida, sino alternativas que sean complementarias o se relacionen, con el fin de obtener otras fuentes de ingresos.

Como recomendación para el tercer objetivo se establece que es necesario el aplicación y ejecución de las estrategias planteadas con anterioridad en la presente investigación.

Bibliografía

ALVARADO, Marisela. La pandemia, oportunidad para la transformación del negocio de las pequeñas y medianas empresas (en línea). En: Sela (s.l.): 4, agosto,2020. (Consultada: 24, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sela.org/es/prensa/articulos/a/66413/resilienciapymes>

BOLD. 5 indicadores de eficiencia o actividad financiera que debes revisar (en línea). En: BOLD- consulting group (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://bold.com.ec/indicadores-de-eficiencia-o-actividad-que-debes-revisar/>

CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL. Covid-19: el gran confinamiento y su impacto en las pequeñas empresas (en línea). En: International Trade Centre (s.l.): 2020 (consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/ITC_SME_CO-2020ExSummary-Spanish.pdf

DIAZ, Alejandra. La importancia del servicio a domicilio (en línea). En: Point.4, septiembre,2020 (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.pointmeup.com/es/la-importancia-del-servicio-a-domicilio>
EL PAÍS. La nueva revolución empresarial (en línea). En: El país.com. (s.l.): 27, diciembre,2021 (consultada: 26, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elpais.com.co/informacion-comercial/negocios-digitales-la-nueva-revolucion-empresarial.html>

INSTITUCIONAL COLOMBIA. Reapertura de restaurantes en Colombia: el anuncio más esperado del sector (en línea). En: Institucional (s.l.) :(consultada: 8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/reapertura-restaurantes-colombia>

LA REPÚBLICA. Los restauranteros prevén pérdidas por \$155.000 millones por restricciones en enero (en línea). En: La república en Colombia (s.l.): 14, enero,2021 (consultada: 8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/empresas/los-restauranteros-preven-perdidas-por-155000-por-las-restricciones-en-enero-3110532#:~:text=Precisamente%2C%20el%20fuerte%20impacto%20de,de%20230.000%20puestos%20de%20trabajo>

NAVA, Marbelis. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Venezuela: Maracaibo,2009. p.610-617

ORTIZ ANAYA, Héctor. (2018). Análisis financiero aplicado bajo NIIF. Universidad Externado de Colombia.

UNIVERSIDAD DE NEGOCIOS ISEC. Finanzas empresariales: claves para lograr una empresa exitosa (en línea). En: ISEC 24, agosto,2021 (s.l.): (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://uneg.edu.mx/blog/finanzas-empresariales/>

VALENZUELA, América. Restaurantes sostenibles: cuidando el planeta desde la cocina (en línea). En: Hablando en vidrio. (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://hablandoenvidrio.com/restaurantes-sostenibles-cuidar-planeta-desde-cocina/>

Anexos

Entre los anexos utilizados para la presente investigación se encuentran:

Para el cumplimiento del primer objetivo, elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros para determinar cuáles son los problemas dentro del marco de la pandemia del SARS-CoV-2, para lo cual se elaboró dos entrevistas dirigidas a la parte administrativa y contable, además, se elaboró una encuesta a los clientes de Star Books.

Diagnosticar los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER, se construyó una encuesta encaminada a los restaurantes de la ciudad de Pasto.

INTRODUCCIÓN

La emergencia sanitaria SARS-CoV-2 trajo consigo importantes impactos en los diferentes sectores de la economía, en donde el sector gastronómico fue uno de los más afectados, ya que se generó múltiples desafíos para el mismo como fue el cierre de establecimientos de comercio por las medidas adoptadas por el gobierno en los diferentes decretos, esto trajo como consecuencias la disminución de ingresos, aumento de gastos, despido de colaboradores, el adaptarse a una nueva realidad a través de la implementación de protocolos de bioseguridad, el distanciamiento obligatorio etc.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado se planteó la respectiva investigación, para comenzar se realizó el análisis de cuáles fueron los efectos financieros de la pandemia del SARS-CoV-2 en la empresa Star Books, esto consistió en un proceso de evaluar la información presentada en los estados financieros de la empresa teniendo en cuenta las herramientas para un adecuado diagnóstico financiero como son el análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y árbol de rentabilidad, como resultado se obtuvo que a pesar que en el sector gastronómico generó impactos negativos según estudios del sector, Star Books fue una de las excepciones, debido a que fue un periodo de crecimiento empresarial, que correspondió a un modelo de negocio que supo adaptarse a la nueva realidad y planteó estrategias de manera oportuna para evitar los efectos negativos de esta emergencia.

Además, se analizó los factores externos, que afectaron al sector restaurantes en la ciudad de Pasto, a través de la metodología de PESTEL Y PORTER, en donde presentaron debilidades y fortalezas en cada componente, que requirieron ser consideradas, con el objetivo de plantear estrategias para mejorar las falencias que se presentaron.

Finalmente se propone estrategias para disminuir los impactos generados por la emergencia sanitaria SARS-CoV-2; en donde se tuvo en cuenta los dos objetivos anteriores, teniendo en cuenta las estrategias que la empresa Star Books planteó de manera efectiva para disminuir los impactos negativos.

1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

Efectos financieros de la emergencia sanitaria SARS-COV-2

1.2 LINEA DE INVESTIGACIÓN

La investigación “EFECTOS FINANCIEROS DE LA EMERGENCIA SANITARIAS SARS-COV-2 EN LA EMPRESA DE STAR BOOKS DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO EN EL AÑO 2019-2021” ,pertenece a la línea de investigación de gestión financiera ,tributaria y corporativa del grupo Sinergia debido a que el grupo se enfoca a la gestión financiera ,tributaria y corporativa ,de modo que se orienta a comprender, proponer, criticar constructivamente y desarrollar nuevas alternativas en el campo administrativo, tributario, contable, financiero y de mercados que fortalecen y consolidan la dinámica organizacional y empresarial de la región nariñense como lo es Star Books.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Descripción del problema. La pandemia del SARS-CoV-2 ha tenido un importante impacto en la humanidad, en donde se ha presentado múltiples situaciones, que han provocado pérdidas de vidas humanas, daños físicos y psicológicos, además también han afectado rotundamente a todos los sectores de la economía, que ha traído con ello altos niveles de desempleo y cierre de muchas empresas.

Ante todas las situaciones que se presentaron en medio de la pandemia SARS-CoV-2, es importante conocer cuál fue la realidad antes de la pandemia, qué efectos trajo consigo en medio de la misma, según cifras de ACODRES¹ (asociación colombiana de la industria gastronómica) de 90.000 restaurantes que había operado para fines de 2019, más de 22.000 anunciaron que cerrarían sus puertas definitivamente y además se perdieron 320.000 empleos directos, según la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica², son algunas de las

¹LA REPUBLICA. Por efecto de la pandemia del covid-19 han cerrado 22.000 de 90.000 restaurantes (en línea). En: La república (Colombia): 13, mayo, 2020. (Consultada: 14, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/ocio/por-la-crisis-actual-cerraron-de-manera-definitiva-22000-de-90000-restaurantes-3004985>

²CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Cuestión de supervivencia: 22 mil restaurantes han cerrado sus puertas (en línea). En: Clúster Bogotá gastronómica (Bogotá): noviembre,2020. (Consultada: 14, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Alimentos-y->

dificultades que enfrenta el sector gastronómico, el cual es el más afectado, ya que es uno de los más propensos al contagio por la cercanía que tienen las personas al momento de recibir el servicio, por tal manera desde sus inicios se vio en la obligación de cerrar sus puertas por razones del aislamiento preventivo obligatorio, que se estableció en el decreto 457 de 2020 el 22 de marzo el gobierno nacional, y que puso en marcha el 25 de marzo de 2020.

En donde se limitaba totalmente la libre circulación de personas y vehículos en el territorio nacional, con excepciones previstas, que para el caso del sector gastronómico dispuso lo siguiente: “la comercialización de los productos de los establecimientos y locales gastronómicos mediante plataformas de comercio electrónico o por entrega a domicilio. Los restaurantes ubicados dentro de las instalaciones hoteleras solo podrán prestar servicios a sus huéspedes.”³

De los establecimientos que no cerraron definitivamente, intentaron sobrevivir con la venta de domicilios, teniendo en cuenta que existía mucha incertidumbre por las medidas adoptadas por el gobierno nacional, conociendo que la implementación de estos, trajo consigo una serie de dificultades que tuvieron que afrontar, en el caso de las personas que realizaban los domicilios, riesgos como por ejemplo la inseguridad de la ciudad, accidentes viales y exposición al contagio del virus.

Otra de las consecuencias que trajo la pandemia fue el incremento de gastos a la hora de la implementación de medios digitales para que las personas soliciten sus pedidos, además que las empresas tuvieron que optar por realizar recortes de personal en su nómina, según un artículo publicado en el financiero⁴ significó la pérdida de 335 mil personas que se ocupaban en la preparación de alimentos, meseros, cajeros, cocineros, guardias y personal de limpieza, y otros sufrieron reducción salarial y de horarios, a razón de sus ingresos eran muy limitados, debido a las restricciones como lo era los toques de queda y ley seca.

Además, que a inicios de la pandemia las personas preferían realizar las preparaciones en casa, según el gerente general de Nielsen Colombia Juan Felipe Saavedra “el aislamiento ha hecho que las fuentes de ahorro se busquen en

Gastronomia/Noticias/2020/Noviembre-2020/Cuestion-de-supervivencia-22-mil-restaurantes-han-cerrado-sus-puertas

³COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA. Decreto 298 (28, febrero,2022). Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID - 19, y el mantenimiento del orden público, se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable y la reactivación económica segura. Gestor normativo. Bogotá,2022.

⁴RODRIGUEZ, Alejandra. Pierden empleo 335 mil trabajadores de restaurantes y bares por el covid (en línea). En: El financiero (Colombia): 29, marzo,2021. (Consultada: 14, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/pierden-empleo-335-mil-trabajadores-de-restaurantes-y-bares-por-el-covid/>

reducción de comidas fuera de casa, ya que lo que más preocupaba era las finanzas personales y las perspectivas de empleo”⁵.

Uno de los restaurantes de la ciudad de San Juan Pasto que se vio afectado por la pandemia del SARS-CoV-2 fue Star Books “un café con propósito”, a inicios de la pandemia se vio obligado al cierre del establecimiento en la Avenida Boyacá, para así evitar el contagio, por este motivo los ingresos bajaron de una manera muy significativa y la empresa se vio en la obligación de buscar nuevas alternativas, una de ellas fue la venta de libros a domicilio.

Dos meses después Star Books empezó a abrir su establecimiento progresivamente en el cual incluyo la venta de productos de su menú a domicilio, como consecuencia de este suceso la empresa se vio en la necesidad de buscar un nuevo establecimiento de comercio ubicado en la Avenida los estudiantes con mayor espacio para implementar los protocolos de bioseguridad.

Otras dificultades que se presentaron fue cuando se puso en práctica lo establecido en la resolución 1443 del 2020 , en donde la empresa tuvo mayores gastos como lo es la implantación de gel antibacterial ,dotación de bioseguridad (guantes , tapabocas , overol, alcohol) para los colaboradores , donde se vieron afectada la parte financiera de la empresa , por el cambio de infraestructura , la implementación de mesas teniendo en cuenta el distanciamiento, finalmente cabe resaltar que tuvieron afectaciones sociales ya que las personas tuvieron que dejar de asistir a este tipo de lugares para prevenir la propagación del contagio.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Cómo afectó financieramente la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 a la empresa Star Books de la ciudad de San Juan de Pasto en los años 2019-2021?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo general. Determinar los efectos financieros de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en la empresa Star Books de la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2019-2021.

1.4.2 Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros a través de análisis vertical y horizontal, indicadores

⁵BECERRA, Laura. Consumidores redujeron el gasto en comida fuera de casa y la compra de ropa nueva (en línea). En: La república (Colombia): 18, julio,2020. (Consultada: 14, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/empresas/consumidores-redujeron-el-gasto-en-comida-fuera-de-casa-y-la-compra-de-ropa-nueva-3032920>

financieros y los árboles de rentabilidad para determinar cuáles son los problemas dentro del marco de la pandemia del SARS-CoV-2.

- Diagnosticar los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER.
- Proponer estrategias para disminuir los impactos financieros de la pandemia SARS-CoV-2 que permita ser un referente para próximas emergencias sanitarias.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Es claro evidenciar la afectación la pandemia SARS-CoV- 2 en el comercio nacional e internacional debido a las restricciones, que se vio en la necesidad de implementar el gobierno nacional y departamental, las cuales tienen mayor impacto en los restaurantes, debido a la disminución de clientes. Como menciona Alvarado Marisela, “la mayoría sufre cambios significativos a raíz de la pandemia. Sin embargo, ante este escenario también surgen nuevas oportunidades, la transformación de los procesos de producción y redefinición de los objetivos para superar la crisis”⁶.

Los restaurantes se vieron en la obligación de innovar, si querían seguir manteniéndose en el mercado, con el fin de adaptarse a la nueva realidad, que trajo consigo cambios para manejar su correcto funcionamiento, incluyendo los protocolos de bioseguridad, la calidad de los productos alimenticios y la forma de ventas y entregas con la modalidad de domicilios, lo cual fue un gran desafío para este tipo de empresas.

Debido a todas estas afectaciones, este proyecto de grado busca analizar el comportamiento, reacciones y estrategias que tuvo que adoptar un restaurante de la ciudad de San Juan de Pasto como lo es Star Books, para poder satisfacer las necesidades de los clientes brindando un servicio óptimo, de excelente calidad y contando con las condiciones de higiene y bioseguridad necesarias para atraer a más clientes y así conseguir que el restaurante pueda seguir funcionando de manera adecuada.

Este proyecto va dirigido a idear posibles estrategias que puedan ser útiles en las nuevas condiciones futuras financieras y sociales, que buscan nuevas alternativas para aumentar sus ingresos y evitar el cierre de los negocios, además que permita anticiparnos a estos escenarios para una buena toma de decisiones y mitigación del

⁶ALVARADO, Marisela. La pandemia, oportunidad para la transformación del negocio de las pequeñas y medianas empresas (en línea). En: Sela (s.l.): 4, agosto,2020. (Consultada: 24, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sela.org/es/prensa/articulos/a/66413/resilienciapymes>

riesgo, como menciona Alvarado Maricela⁷, debido a la experiencia actual imperó la necesidad de gestionar el cambio y el riesgo, pero sobre todo la habilidad de adaptarse a ello. Reconocer el entorno cambiante es vital para las organizaciones con el apoyo de la tecnología.

Incluyendo las estrategias de ventas y publicitarias digitales que antes eran requeridas para aumentar la productividad y las ganancias, y actualmente se volvió una necesidad para que las empresas sobrevivan.

Incluyendo las estrategias de ventas y publicidad digital, que antes eran requeridas para aumentar la productividad y las ganancias, y actualmente se volvió una necesidad para que las empresas sobrevivan.

Según la Escuela de postgrado UTP⁸, la pandemia llevó a que los clientes estén inmersos en el entorno online, y también a los empresarios debido a que se implementó el teletrabajo, y que su implementación se convirtiera en una prioridad, para realizar las labores que permitió prestar sus servicios de manera ágil, disminuir los costos y aumentar la utilidad.

La pandemia SARS-CoV-2 en la empresa Star Books permitió crear nuevos escenarios de emprendimiento tanto para el dueño de la empresa, como para sus colaboradores, buscar alternativas mejorando su calidad de vida, los hábitos y costumbres se transformaron para siempre, fue tan probable combinar el trabajo remoto y presencial haciendo que las personas se capaciten más.

Además, llevo a “revisar el modelo de negocios e innovar en la cadena de valor de la empresa, aprovechar la capacidad instalada y el talento humano, forjar estrategias de integración y alianzas estratégicas, fusiones y adquisiciones para favorecer el negocio”, puntualizaron al respecto, Germán Vargas e Yves Dávila.⁹

1.6 VIABILIDAD

El presente proyecto es viable debido a que las investigadoras cuentan con los recursos financieros necesarios para el desarrollo adecuado del proceso de investigación, además se cuenta con conocimientos previos teóricos y técnicos a cerca del manejo de la parte financiera y administrativa de las empresas, para así enfocarse finalmente en la empresa Star Books con la cual previamente se cuenta

⁷Ibid. p.6

⁸ESCUELA DE POSTGRADO UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DEL PERU. Teletrabajo: 10 ventajas que puedes aprovechar (en línea). En: UTP escuela de postgrado (s.l.): 17, abril, 2021. (Consultada: 15, noviembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.postgradoutp.edu.pe/blog/a/teletrabajo-10-ventajas-que-puedes-aprovechar/>

⁹ALVARADO, Op. Cit. p. 18

con un permiso brindado por el cofundador José Luis Jiménez para realizar el análisis financiero respectivo al periodo 2019-2021.

1.7 DELIMITACIÓN

- **Delimitación espacial:** la presente investigación se desarrollará en la empresa Star Books ubicada en la carrera 34 A #20-70 en la avenida de los estudiantes en el municipio de Pasto, departamento de Nariño específicamente en el área contable.
- **Delimitación temporal:** el desarrollo de la investigación se efectuará tomando como base los años 2019-2021.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 ANTECEDENTES

INTERNACIONAL

Título: Análisis financiero de la empresa acruX c.a, Guayaquil, 2016

Autores

Merino Quimi Ivelisa Madeleine
Hernández Proaño Carlos Javier

Año:2016

Objetivos

Objetivo general

Analizar la situación financiera para proponer procedimientos que permitan mejorar la gestión de la empresa “ACRUX C.A” domiciliada en la ciudad de Guayaquil. Periodo 2016.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa ACRUX C.A. mediante un análisis minucioso, basado en la realidad de sus procesos que ayuden a determinar dichos problemas.
- Analizar los resultados del diagnóstico emprendido por medio de los procesos aplicados para mejorar los resultados operacionales de la empresa ACRUX C. A.
- Proponer procedimientos financieros que permita empoderar a la empresa y resolver sus problemas establecidos.
- Aplicar la metodología apropiada para la formulación de los procedimientos financieros; que facilite la confección de los Estados Financieros básicos: Estado de Situación Financiera, Estado de Resultados Integral, Estado de Evolución del Patrimonio Neto y Estado de Flujos de Efectivo (de origen y aplicación de fondos o de variaciones del capital corriente)

Institución o entidad patrocinador: Universidad de Guayaquil

Resultados y conclusiones más importantes: el diagnóstico realizado mediante indicadores financieros y observaciones de campo demostró la situación financiera y los problemas por los cuales está atravesando la empresa al no contar con un sistema de control interno, procedimientos contables y una estructura organizacional definida, los procedimientos financieros son muy necesarios para la empresa porque estos ayudaran a la misma a mejorar sus procesos productivos., se detectan falencias en los procesos que por costumbre se realizan originando un mal flujo de información, un incorrecto registro o la carencia del mismo, la inexistencia de procedimientos financieros no permite a la empresa ACRUX C.A reaccionar ante sus problemas financieros y de esta manera evitar llegar a situaciones drásticas como lo es la quiebra de la empresa.

Importancia para el trabajo: este proyecto de grado es importante para esta investigación , por el motivo que a través de esta podemos ver un ejemplo de cómo se desarrollaría el respectivo análisis financiero de la empresa, teniendo en cuenta algunos de los aspectos que en este proyecto de grado trabajan como por ejemplo el uso de encuestas para la respectiva recolección de datos, la utilización de indicativos financieros y la respectiva investigación de campo para determinar si la empresa mantiene un orden para el desarrollo de sus actividades de manera satisfactoria.

Título: impacto organizacional que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica de marzo a octubre del 2020

Autor

Ana Catalina Morales Castro

Año:2021

Objetivos

Objetivo general

Determinar cuál ha sido el impacto organizacional que ha tenido la pandemia COVID-19 sobre las estrategias empresariales de la industria gastronómica y hotelera ubicada dentro del territorio nacional de marzo a octubre del 2020.

Objetivos específicos

- Conocer los principales cambios organizacionales que se han dado en la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica para hacer frente a la pandemia.
- Establecer oportunidades a nivel organizacional para la industria gastronómica y hotelera del territorio nacional durante y post-pandemia.

- Determinar el tipo de transformación estratégica a la cual se están enfrentando los diferentes restaurantes y hoteles por la pandemia COVID-19.
- Detallar una propuesta para que sea utilizada por la industria gastronómica y hotelera de Costa Rica durante y después de la pandemia.

Institución o entidad patrocinador: Instituto tecnológico de Costa Rica

Resultados y conclusiones más importantes: actualmente, con la crisis sanitaria del COVID-19 la mayoría de los establecimientos presentan una cultura de innovación y toma de riesgos. Esto se debe al cambio en la forma de operar y las restricciones sanitarias que, en su momento, el Gobierno tomó para hacerle frente a la crisis. Con esto, los negocios tuvieron que buscar formas para seguir operando y acatar las medidas sanitarias.

El 87% de los restaurantes y hoteles afirmó que las plataformas digitales los han ayudado a mantener o aumentar las ventas durante la pandemia, siendo los hoteles quienes más han percibido esta ayuda con un 10% por encima de los restaurantes. Otros resultados que han podido observar los negocios con el uso de estas tecnologías han sido un mejor contacto con los clientes y un cambio en sus estrategias de Marketing

Importancia para el trabajo: este proyecto de grado es importante para esta investigación debido a que se puede observar cómo afecto el SARS-CoV- 2 en los restaurantes a nivel internacional y cuál fue el tipo de transformación estratégica a la que tuvieron que someterse los restaurantes cómo por ejemplo el uso de plataformas digitales, el teletrabajo, las estrategias empresariales entre otras.

NACIONAL

Título: Análisis del impacto causado por la pandemia del covid-19 en empresas del sector comidas rápidas de Barrancabermeja (Santander), mediante el uso de herramientas de planificación estratégica.

Autor

Carlos Alberto Guarín Araque

Año:2020

Objetivos

Objetivo general

Analizar el impacto causado por la pandemia del Covid-19 en empresas del sector

Empresariales comidas rápidas de Barrancabermeja (Santander), mediante el uso de herramientas de planificación estratégica, en aras de proponer acciones de mejora encaminadas hacia el fortalecimiento y reactivación económica.

Objetivos específicos

- Estudiar el sector empresarial comidas rápidas de Barrancabermeja, aplicando una encuesta, para caracterización y análisis crítico de información.
- Diagnosticar los factores externos e internos que afectan al sector empresarial comidas rápidas de Barrancabermeja, a través de la metodología PESTEL y Porter.
- Realizar un análisis comparativo con los resultados de la encuesta en el sector empresarial comidas rápidas de Barrancabermeja, para medir el impacto ocasionado por la pandemia del Covid-19.
- Definir acciones de mejora para el sector empresarial comidas rápidas de Barrancabermeja, a partir de análisis DOFA, en el marco de la reactivación y fortalecimiento económico local.

Institución o entidad patrocinador: Universidad Cooperativa de Colombia - Santander

Resultados y conclusiones más importantes: con base a la aplicación de instrumentos de planeación estratégica, se logró estudiar, caracterizar y analizar holísticamente la dinámica actual del sector empresarial de comidas rápidas del Distrito Especial de Barrancabermeja, permitiendo reconocer de forma satisfactoria y precisa aquellos factores externos e internos que actualmente acomplejaban la reactivación económica de dicho renglón económico; a su vez, se logró medir el impacto político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal generado al sector empresarial comidas rápidas producto de la actual emergencia sanitaria y crisis económica por la pandemia del Covid-19, y se logró comparar la magnitud del impacto respecto a la crisis del petróleo del año 2014, permitiendo conocer la postura del sector empresarial de comidas rápidas frente a diferentes fluctuaciones cíclicas económicas que se presentan naturalmente en los mercados locales, nacionales e internacionales (pandemia Covid-19 y crisis del petróleo de 2014). Por último, a partir del análisis estratégico del sector empresarial de comidas rápidas se logró identificar, evaluar y proponer estrategias de mejora a nivel local, orientadas a ayudar al renglón económico objeto de estudio hacia el fortalecimiento empresarial.

Importancia para el trabajo: este proyecto de grado es importante para esta investigación, ya que permitirá analizar el impacto de la pandemia, con base a la

aplicación de instrumentos como lo es la planeación estratégica a través del análisis del recorte de personal, la capacidad de innovación también realizar un análisis de poderes externos sobre el sector empresarial de comidas rápidas y las estrategias para atraer clientes.

Título: Metodología para toma de decisiones en el corto plazo a partir del análisis de estados financieros para empresas pequeñas y medianas del sector comercio

Autor

Juan Camilo Gutiérrez Estévez

Año:2020

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una metodología / herramienta para el análisis financiero y de indicadores de gestión de mayor impacto en las empresas del sector comercio en Bucaramanga que permita la determinación de la situación financiera y brinde apoyo en la toma de decisiones en el corto plazo.

Objetivos específicos

- Explicar conceptos de indicadores financieros (liquidez, rentabilidad, endeudamiento).
- Seleccionar los indicadores financieros de mayor impacto que presenta el sector comercio de modo que se identifique el nivel de prioridad para la toma de decisiones administrativas en el corto plazo.
- Desarrollar herramienta para la medición de los indicadores financieros de mayor impacto en empresas del sector comercio que brinde apoyo a la toma de decisiones en el corto plazo.
- Evaluar la percepción de la metodología diseñada por parte de empresarios del sector mediante la aplicación de la metodología de grupo focal.

Institución o entidad patrocinador: Universidad Autónoma de Bucaramanga

Resultados y conclusiones más importantes: las diferentes situaciones que han vivido las empresas de todos los sectores, y particularmente a las empresas del sector comercio, generadas por el virus del SARS CoV-2 - COVID 19 y la volatilidad en los mercados de divisas y en el precio del crudo en el mundo, exigen a los

comerciantes poner su vista y encaminar sus esfuerzos al cuidado de la liquidez del negocio desde lo más básico, al control punto por punto de los diferentes renglones de los estados financieros y actividades de la actividad comercial, dejando tal vez a un lado las búsqueda de la rentabilidad para apuntar a la búsqueda de la liquidez para operar y lograr la supervivencia del negocio.

Importancia para el trabajo: la importancia radica en que, a partir de este proyecto, permitirá a esta investigación poder usar de referente en los procesos que se realizaron para poder lograr el debido diagnóstico de la empresa con el uso de herramientas como son el análisis vertical y horizontal y a partir del respectivo análisis de datos poder tomar decisiones a corto plazo, con el propósito de encontrar alternativas para la supervivencia de la empresa en momentos de crisis.

REGIONAL

Título: Análisis de la información financiera bajo NIIF de la empresa Proquidenar S.A.S en la ciudad de San Juan de Pasto

Autores

Camilo Esteban Chávez

Angie David

Daivy Ramírez

Año:2018

Objetivos

Objetivo general

Realizar el análisis de la información financiera bajo NIIF de la empresa Proquidenar S.A.S en la ciudad de San Juan de Pasto.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la empresa Proquidenar S.A.S.
- Establecer los riesgos que se pueden encontrar dentro del área administrativa y financiera de la empresa Proquidenar S.A.S.
- Elaborar estrategias para el mejoramiento de la empresa mediante indicadores financieros y normativa necesaria para la implementación de normas internacionales de información financiera en la empresa Proquidenar S.A.S.

Institución o entidad patrocinador: Universidad CESMAG

Resultados y conclusiones más importantes: desde el punto de vista contable y financiero la realización de un análisis financiero no solamente sirve para hacer la corrección de aspectos que afectan a la empresa, sino también sirven para la prevención por eso es necesario tener abierta la mente al momento de realizar la interpretación por qué con ello no solamente se buscan soluciones sino también se encontraron ideas para hacer crecer la empresa.

Importancia para el trabajo: la importancia de esta investigación para este proyecto de grado es que da a conocer cómo se realiza el respectivo análisis de los estados financieros para poder llegar a realizar correcciones de lo que puede estar influyendo en el correcto funcionamiento de la empresa y también como realizar algunas propuestas de prevención para lograr el crecimiento empresa.

Título: Análisis de la situación financiera de la empresa Hotel Don Saul periodo 2017-2018

Autores

Tania Julissa Córdoba Madroñero
Liset Valentina Erazo Yela
Jhon Janier Paz Benavides

Año:2019

Objetivos

Objetivo general

Realizar un análisis de situación financiera en la empresa "Hotel don Saúl "en la ciudad de Pasto en el periodo comprendido entre 2017y 2018.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la empresa "Hotel don Saúl " de la ciudad de San Juan de Pasto
- Analizar el comportamiento de la empresa a través de razones financieros asimismo análisis horizontal y vertical
- Proponer estrategias de mejoramiento financiero para la empresa SA Hotel Don Saúl.

Institución o entidad patrocinador: Universidad CESMAG

Resultados y conclusiones más importantes: con la realización de la presente investigación en la empresa Hotel don Saúl, se llevaron a cabo los objetivos propuestos, cómo lo fueron la realización de un diagnóstico, en el que se analiza el entorno dónde se desarrolla la actividad.

El estudio de los estados financieros permite visualizar los movimientos financieros de los cuales se puede sacar provecho para obtener mayor crecimiento económico igualmente estos reflejen los puntos frágiles u obstáculos que están afectando dicho crecimiento, para el momento de ser identificados permite tomar respectivas medidas correctivas.

Importancia para el trabajo: es importante este trabajo de grado para la investigación, ya que permite realizar un diagnóstico, en el que analiza el entorno dónde se desarrolla la actividad analizando las dificultades, oportunidades, fortalezas y de esta manera tomar decisiones acertadas.

2.2 MARCO CONTEXTUAL

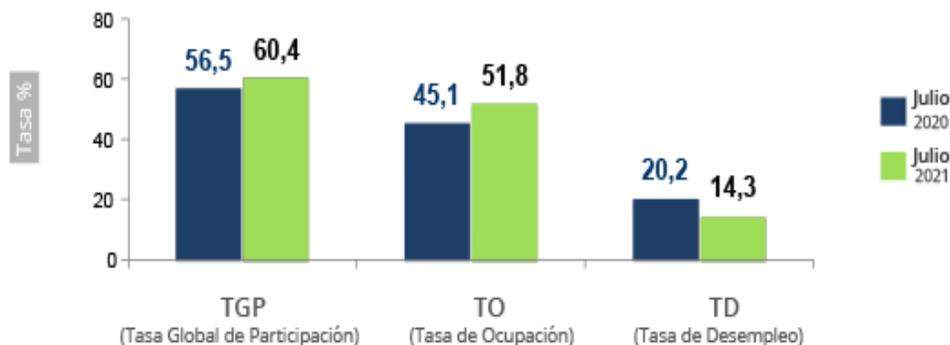
2.2.1 **Macro contexto.** La pandemia del SARS –CoV-2 ha tenido un importante impacto en la humanidad donde se evidencia la dependencia de las personas al interactuar con otras.

Esta no solo ha provocado pérdidas de vidas humanas como muestra la estadística en el Instituto Nacional de Salud (INS)¹⁰, el número de muertes causadas por el SARS-CoV-2 en Colombia a fecha de 18 de marzo de 2022 es de 139.386 y daños tanto físicos y psicológicos , si no que se ha afectado el campo laboral generando de esta manera un aumento de desempleo, según un informe del registro estadístico de relaciones laborales entregado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE¹¹, se logra evidenciar que en época de pandemia 2020 se encontró una mayor tasa de desempleo que la del 2021, donde se empezó a generar la reactivación económica, lo que representó una reducción de 5,9 puntos porcentuales comparado con el mismo mes del 2020 (20,2%).

¹⁰INSTITUTO NACIONAL DE SALUD. Módulo de datos COVID-2019 en Colombia (en línea) En:INS en Colombia (s.l.) (consultada:18, marzo,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ins.gov.co/Direcciones/ONS/modelos-covid-19>

¹¹DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA.Registro estadístico de relaciones laborales-RELAB (en línea) En: DANE 2021 (s.l.) (consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#empleo-y-desempleo>.

Gráfico 1. Tasa global de participación, ocupación y desempleo - total nacional - julio (2020-2021)



Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2021

Según RRHHPRESS¹², alrededor del 80% de las organizaciones, en particular las de mayor tamaño, señalaron que tenía previsto mantener su personal. No obstante, alrededor de una cuarta de las empresas manifestó que esperaban perder más del 40% de su personal.

De este modo se presentó la disminución de ingresos de los trabajadores y de las empresas, como menciona el centro de comercio internacional¹³, las pymes (Solo una tercera parte de las empresas destacó que contaba con fondos suficientes para su recuperación. Las microempresas y las pequeñas empresas, aquellas con 99 empleados o menos, fueron las más afectadas.) Tienden a ser más vulnerables durante de la crisis económica porque dispone de pocos recursos para poder adaptarse a los cambios.

Según, La Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco),” realizó la encuesta “Los comerciantes y la cuarentena” (Fenalco, 2020), aplicada entre el 21 y el 25 de abril, entre empresas de todos los tamaños, pero con una alta composición de MiPymes. En esta encontraron que el 32% de los comerciantes no tenía recursos para pagar las nóminas de abril, el 52% del comercio, excluyendo alimentos, bebidas, víveres y abarrotes, había agotado su flujo de caja con el aislamiento obligatorio, el 31% de los comerciantes, excluyendo los de alimentos, afirmó que

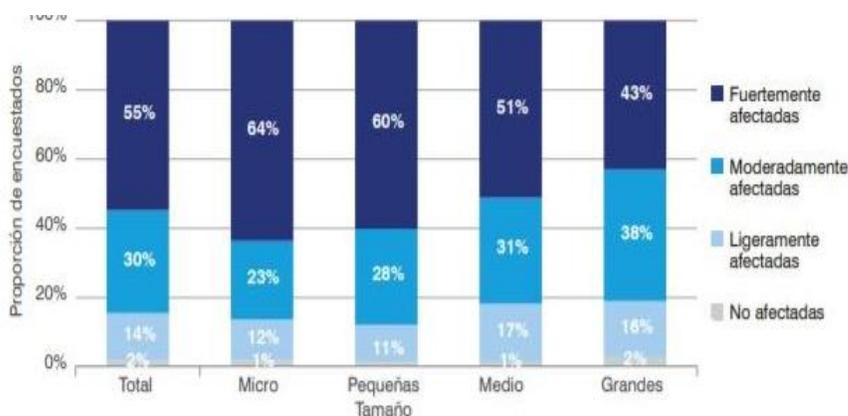
¹²RRHHPRESS. Los mayores problemas de las empresas durante la crisis del covid-19 (en línea). En: RRHHPRESS 29, noviembre,2020. (consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.rrhhpress.com/organizaciones/50965-los-mayores-problemas-de-las-empresas-durante-la-crisis-del-covid-19>.

¹³CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL. Covid-19: el gran confinamiento y su impacto en las pequeñas empresas (en línea). En: International Trade Centre (s.l.): 2020 (consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/ITC_SMECO-2020ExSummary-Spanish.pdf

tendría que cerrar su negocio y el 69% que tendría que disminuir su personal entre un 25% y un 75%”¹⁴.

Como menciona el Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE¹⁵, el análisis de los datos (gráfica 2), recabados entre el 21 de abril y el 2 de junio de 2020, muestra que la pandemia ha afectado al 55% de los encuestados. Dos tercios de las micro y pequeñas empresas encuestadas informaron que la crisis había impactado fuertemente en sus operaciones comerciales, frente al 40% de las empresas grandes.

Gráfico 2. Las empresas más pequeñas han sufrido el mayor impacto a causa del COVID-19



Fuente. Departamento Administrativo Nacional de Estadística 2021

Algunos de los retos que han afrontado las empresas es la implementación del teletrabajo, debido a la falta de capacitación en el uso de las TIC, incluyendo en los equipos de trabajo en cuarentena, fallas en las cadenas de suministro, inventarios perdidos agotados y caídas repentinas en la demanda de productos y servicios.

El sector restaurantes en Colombia, ha sido uno de los sectores más afectados durante la emergencia sanitaria del SARS-CoV-2, esto debido en primera instancia a los cierres de establecimientos durante los primeros meses de la emergencia sanitaria. Según La república, “el fuerte impacto de la pandemia sobre los

¹⁴ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO PARA LOS PAISES ANDINOS (OIT). Impacto de la COVID-19 en las Mipymes colombianas (en línea) En: OIT en Colombia(s.l.): noviembre,2020 (consultada:30, marzo,2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.ilo.org/lima/publicaciones/WCMS_774974/lang-es/index.htm

¹⁵DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA.Registro estadístico de relaciones laborales-RELAB (en línea) En: DANE 2021(s.l.) (consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#empleo-y-desempleo>.

restaurantes se vio reflejado en el cierre de 48.100 establecimientos de los 90.000 con los que inició 2020. Sobrevivieron 41.900, sin embargo, 8.000 están en riesgo de cerrar sus puertas”¹⁶, además es importante tener en cuenta lo que menciona la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica-Acodres¹⁷, la cual hace referencia a que la pandemia ha originado una gran crisis económica por la pérdida de empleos directos más de 230 mil empleos directos, se registraron pérdidas por más de \$215 millones de pesos, los restaurantes vivieron la peor época de toda la historia, teniendo que estar en una montaña rusa de pérdidas y ganancias económicas, en donde sobreviven los más fuertes.

A pesar de la crisis generada por la pandemia que ha afectado este sector, es importante tener en cuenta que la industria gastronómica es el primer generador de empleo formal en Colombia, que es fundamental tanto para el mercadeo, el turismo y la estabilidad económica del país.

Como menciona la investigación realizada el banco de la república, señala que “los principales resultados señalan unas pérdidas económicas que varían entre \$4,6 billones y \$59 billones por mes de acuerdo con los escenarios de aislamiento considerados, cifras que representan entre 0,5% y 6,1% del PIB nacional. La rama económica de servicios aparece como la más afectada, donde se destacan las actividades de alojamiento y servicios de comida, servicios inmobiliarios, servicios administrativos, actividades profesionales y técnicas, construcción y comercio”¹⁸.

2.2.2 Microcontexto. La pandemia del SARS-CoV-2 también tuvo un gran impacto en la región nariñense, por lo cual las instituciones públicas y privadas se vieron en la necesidad de buscar estrategias para poder permanecer, debido a que algunos establecimientos se vieron obligados a cerrar sus puertas, además de ello se presentó el cierre de la vía panamericana un año después del inicio de la pandemia por lo cual se presentó una nueva crisis económica regional.

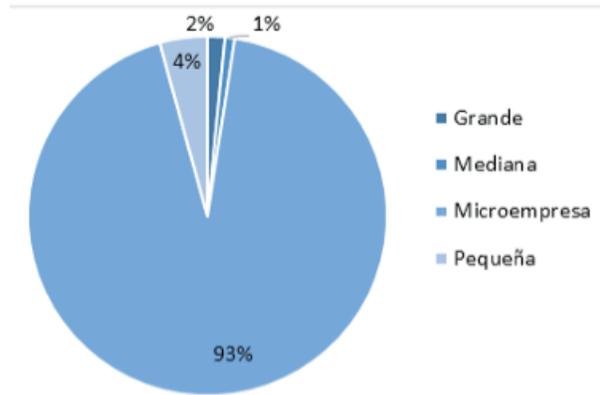
¹⁶LA REPÚBLICA. Los restauranteros prevén pérdidas por \$155.000 millones por restricciones en enero (en línea). En: La república en Colombia (s.l.): 14, enero,2021 (consultada: 8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/empresas/los-restauranteros-preven-perdidas-por-155000-por-las-restricciones-en-enero-3110532#:~:text=Precisamente%2C%20el%20fuerte%20impacto%20de,de%20230.000%20puestos%20de%20trabajo>

¹⁷INSTITUCIONAL COLOMBIA. Reapertura de restaurantes en Colombia: el anuncio más esperado del sector (en línea). En: Institucional (s.l.) :(consultada: 8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/reapertura-restaurantes-colombia>

¹⁸BONET, Jaime, et al. Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto (en línea). En: Investiga banco de la república (s.l.): 7, mayo,2020 (consultada: 19, mayo,2022). Disponible en la dirección electrónica: https://investiga.banrep.gov.co/es/dtser_288

Se logra evidenciar tras un análisis realizado por la cámara de comercio que el 93% de las empresas en Nariño son microempresas y un 4% son pequeñas empresas como se encuentra representado en el gráfico 3.

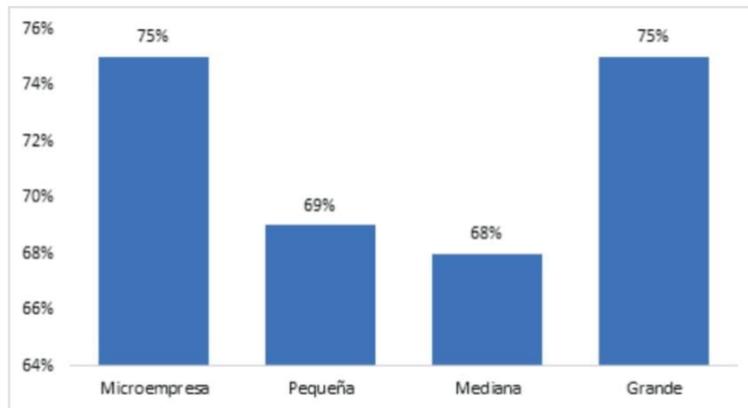
Gráfico 3. Distribución de empresas por tamaño



Fuente. Cámara de comercio de Pasto 2020

A causa de la emergencia sanitaria el gobierno implementó acciones para prevenir el contagio y estas llevaron a que las empresas mencionadas anteriormente tengan diversos tipos de consecuencias como la disminución de los ingresos por ventas las cuales se ven representados en el siguiente gráfico 4.

Gráfico 4. Pérdida de ingresos por ventas en las empresas de Nariño

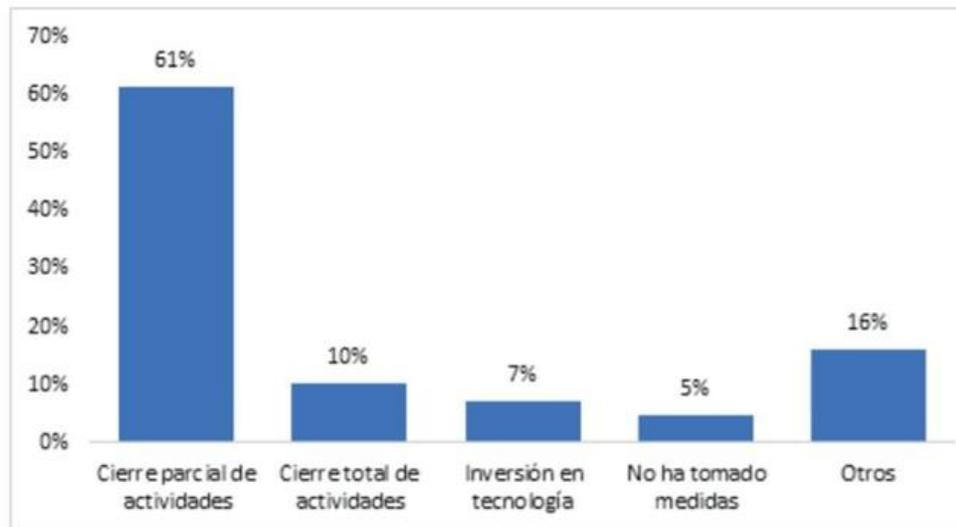


Fuente. Cámara de comercio de Pasto 2020

Además, por esta razón se presentó escasez de suministros de materias primas e insumos para el desarrollo de actividades empresariales, por lo tanto, el precio de los productos aumentó y existió dificultad para el transporte de estos implementos por tal razón las empresas tuvieron la necesidad de cerrar parcial o temporalmente

y también debieron invertir en la parte tecnológica; esto se ve representado en el siguiente gráfico 5.

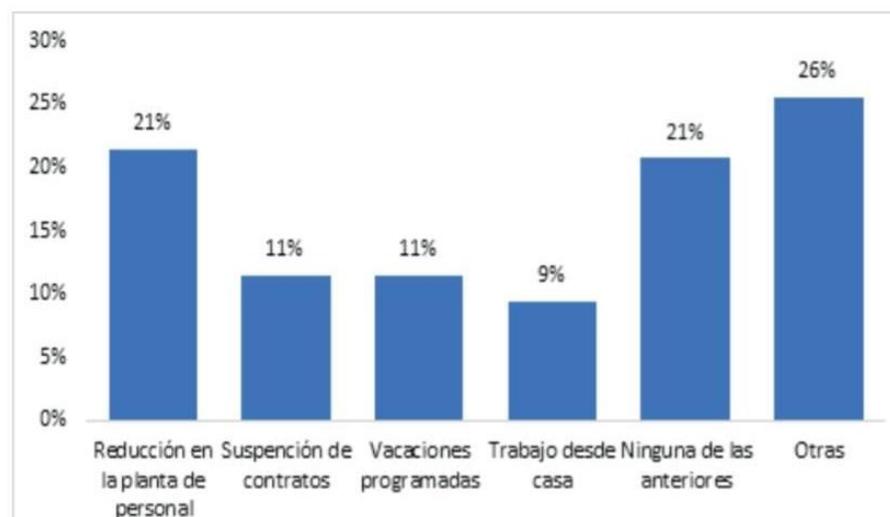
Gráfico 5. Medidas tomadas por los empresarios de Nariño



Fuente. Cámara de comercio de Pasto 2020

Además de ello se vieron afectado el personal donde el 21% de las empresas redujo el número de empleados, el 9% de ellos tuvieron que sumergirse en el teletrabajo y el 11% tuvieron suspensión del contrato laboral como muestra el grafico 6.

Gráfico 6. Medidas sobre la planta de personal de las empresas en Nariño



Fuente. Cámara de comercio de Pasto 2020

Cabe resaltar que la economía nariñense está compuesta por diferentes sectores como lo son el de ganadería, construcción, educación, industrial, el sector de restaurantes alimentos y bebidas, textiles y calzado, transporte, turismo, venta al por mayor y las ventas minoristas y estos tienen una participación en la economía de Nariño como se indica en el siguiente gráfico 7.

Cuadro 1. Sectores económicos y participación en la economía de Nariño

SECTORES	PORCENTAJE
Agricultura/Ganadería	10,78%
Construcción	7,28%
Educación	5,93%
Industrial	10,51%
Restaurantes, Alimentos y Bebidas	14,56%
Textiles y Calzado	7,28%
Transporte	7,55%
Turismo	15,63%
Venta al por Mayor	9,43%
Venta Minorista	11,05%

Fuente. Cámara de comercio de Pasto, 2020

Teniendo en cuenta que el sector de restaurantes, alimentos y bebidas hace parte de un 14,56%, es importante resaltar que, en Nariño, es conocido por sus tierras fertilizadas, ya que cuenta con volcanes, el mar, los ríos y el factor más importante los agricultores.

Entre las ventajas competitivas como menciona el artículo publicado por Jurado en Radio Nacional Pasto¹⁹, es que el sector gastronómico en Nariño por sus características topográficas, climas y microclimas, se convierte en una despensa agrícola, con una variedad de productos exclusivos de la región, que le brindan al cocinero tradicional o al chef, la posibilidad de desplegar su imaginación sobre los sabores.

¹⁹JURADO, Janneth. Gastronomía nariñense: una despensa de sabores para degustar (en línea). En: Radio Nacional de Colombia (Nariño):2, noviembre,2017 (consultado: 28, febrero2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.radionacional.co/cultura/gastronomia-narinense-una-despensa-de-sabores-para-degustar>

De esta manera poder brindar una alta cantidad de materia prima para los establecimientos de la región, lo que permite ofrecer a sus clientes una variedad de platos en su menú y además resaltar la cultura nariñense a través de los mismo. Como menciona el Comité de cafeteros de Nariño²⁰, se cultiva café en 41 municipios, los cuales albergan más de 54.000 familias que cultivan 36.067 hectáreas de café arábico de las variedades Castillo, Colombia, Caturra, Típica, Borbón etc., este café está garantizado a través de controles y procesos de innovación a lo largo de la cadena de producción. Teniendo en cuenta que Star Books no solamente es un restaurante, sino que también es una cafetería, es importante tener en cuenta la variedad de café que se puede ofrecer dentro del mismo.

Según Rueda y Ruano²¹, en los últimos años se evidenciaron cambios debido a las costumbres y el modo de vida; en Pasto se cuenta con aproximadamente 1.830 establecimientos dedicados al servicio de restaurante o alojamiento, de los cuales 1.804 son microempresas, 18 empresas pequeñas y 8 son empresas medianas, entre ellos se encuentra unas de las más importantes como son Restaurante La Merced el cual es una empresa de tradición, con bastante reconocimiento en la ciudad de Pasto. Cuenta con 4 puntos de atención en el sector de la Panamericana, Avenida Boyacá, Único y el centro, se enfoca en platos a la carta, pizzería y pastelería; Restaurante Sausalito, el cual es un establecimiento de tradición en Pasto, con más de 20 años de trayectoria, ofrece un menú que mezcla la cocina del Pacífico Nariñense con la gastronomía de Alemania; Restaurante Pueblito se lo puede describir como una versión más económica del Restaurante Sausalito, es un restaurante comprometido con la calidad en cada plato, ofreciendo productos de alta personalidad y gran sabor; mariscos y carnes la cual es su especialidad; Restaurante San Julián, es un restaurante gourmet, el cual su especialidad es la comida de mar y además presenta una variedad de carnes, postres y licores.

Es importante tener en cuenta que en el departamento de Nariño el porcentaje que contribuye al PIB según Terridata²², por actividades económicas de comercio (comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida) es de un 22,56% del cual el total del PIB del departamento es 1,58% del PIB nacional.

²⁰FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA, Nariño (en línea). En: Federación nacional de cafeteros (Nariño) (consultado: 28, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://narino.federaciondecafeteros.org/narino/>

²¹RUEDA, Nelson; RUANO, Juan. Elaboración de un plan de mercadeo para el restaurante "El migrante". Trabajo de grado en magister en mercadeo Santiago de Cali: Universidad ICESI. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Programa de Mercadeo, 2017.

²²TERRIDATA. Departamento de Nariño (en línea). En: Terridata (Nariño): (consultado: 19, febrero 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/52000>

2.2.3 Reseña histórica. Star Books nació con por necesidad de brindar un lugar innovador, trayendo con sigo el crecimiento personal, la idea de negocio inicio de manera empírica, debido a que los socios no tenían las bases y la información para la creación del restaurante, ni para la obtención de los libros que se ofrecen dentro de Star Books.

Star Books abrió sus puertas en la ciudad de Pasto ubicado en la avenida Boyacá #20-06 en octubre del 2018 siendo un café libro, iniciando únicamente con libros y con una carta muy reducida en su menú, donde su producto estrella es el café, el propósito es brindar a los clientes una experiencia única en un espacio agradable en el que se encuentran productos de restaurante, pero también la inclusión a de lectura y la adquisición de libros, por esta razón el lema principal es “un café con propósito”.

Su objetivo principal desde un inicio fue que la gente se enamorara de la lectura de una manera completamente distinta y acogedora, siendo diferente a la manera tradicional como se conoce comúnmente en las bibliotecas que normalmente existen en el medio y también en los PDF.

Para generar mayor impacto se creó un lugar con un diseño único y atractivo, que llamara la atención de las personas de la ciudad de Pasto. Este proyecto está conformado por las ideas de tres socios quienes con su imaginación y creatividad logran plasmar y presentar un lugar con el mejor propósito de lectura en la ciudad, se tiene en cuenta que es una empresa de régimen simplificado.

Para los propietarios la lectura es de vital importancia en la empresa debido a que es una herramienta de crecimiento personal, motivo por el cual la mayoría de libros son enfocados en este aspecto, sin embargo, también hay una amplia variedad en temáticas y literatura como novelas, filosofía, finanzas y salud. Dentro del elemento de salud se encuentra la integridad en tres aspectos principales, salud financiera, salud emocional y salud física.

Para el diseño del logo se tiene en cuenta el hombre de Vitruvio que se conforma por 5 puntas, las cuales, se dividen en la parte espiritual, emocional, salud, finanzas y autoayuda; dentro de su diseño se escogieron los colores negro y naranja, haciendo relación a la creatividad y la innovación, siendo elementos sobresalientes del lugar, dando a la ciudad de Pasto un lugar único para visitar.

En la actualidad Star Books se encuentra ubicado en la a avenida de los estudiantes en la carrera 34ª #20-70 ,cuenta con más de 10.000 libros al público y una carta muy amplia en su menú que va creciendo constantemente, dentro de sus instalaciones también se encuentran espacios de lectura, un lugar de coworking “es un espacio «vivo» de trabajo que además de ofrecer todo lo que necesitas para

realizar tu actividad propia de la oficina”²³, para personas que necesiten un espacio de trabajo adaptado a un ambiente oportuno, existe también una zona para niños donde se elaboran talleres de acuerdo con sus edades y temáticas explícitas a trabajar con ellos ayudando al crecimiento y desarrollo adecuado con hábitos saludables de lectura.

Un aspecto relevante en Star Books es brindar a los asistentes, charlas o tertulias cada 15 días donde se trabajan temáticas de gran importancia para el crecimiento personal, estas son basadas en propósitos de diferentes libros que se tiene en el lugar, además de ello cabe resaltar que son dirigidas por personas con alta experiencia en cada uno de los temas. De esta manera se garantiza una atención agradable y una visita que genera el cambio en las personas.

La empresa Star Books no cuenta con un organigrama, pero si tienen definido los cargos que la empresa requiere

En la parte superior se encuentran los socios, luego se encuentra el gerente general, contador, operadores de cocina, operadores de panadería, operadores de bar y servicio al cliente.

²³RRHHPRESS. ¿Qué es coworking? definición y todo lo que debes saber (en línea). En: Shed Co_(s.l.) :(consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.theshedcoworking.com/coworking-que-es-coworking/>

Figura 1. Fotografías Empresa Star Books



Fuente. https://www.canva.com/design/DAE9li84cYw/g3yS-qCbGd98-tEi8uDk8w/view?website=&utm_source=Starbooks&utm_medium=Starbooks&utm_campaign=starbooks#4

2.3 MARCO LEGAL

A continuación, se hace mención a las principales normas en Colombia que rigen la presente investigación:

Constitución política de Colombia, artículo 333²⁴, hace referencia a “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, son autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.”

Lo anterior influye en la empresa Star Books, debido a que la empresa hace uso de este derecho.

Ley 43 de 1990, la cual hace referencia en el **artículo 1**, se entiende por contador público la persona natural que, mediante la inscripción que acredite su competencia

²⁴COLOMBIA.CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA (1991). Capítulo 1: de las disposiciones generales, artículo 333. <http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>.

profesional en los términos de la presente ley, está facultada para dar fe pública de hechos propios del ámbito de su profesión, dictaminar sobre estados financieros, y realizar las demás actividades relacionadas con la ciencia contable en general.

Ley 590 de 2000²⁵, con la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa, teniendo en cuenta que Star Books es una microempresa esta es una ley muy importante debido a que se debe tener presente las normas de contratación establecidas dentro de la ley y además encontramos que se debe promover la participación de las empresas como proveedores de bienes y servicios; en este caso el servicio de restaurante.

Artículo 1°. Objeto de la ley.

La presente ley tiene por objeto:

Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos.

Artículo 2°. Definiciones.

Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

a) Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,

b) Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes o,

Ley 1314 de 2009²⁶, por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento,

²⁵COLOMBIA.CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590 (10, julio,2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. dentro de los límites del bien común. Diario oficial. Bogotá, 2000.No 46.700.

²⁶COLOMBIA.CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1314 de 2009 (13, julio ,2009), Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. Diario oficial. Bogotá, 2009.No 47409.

Artículo 1°. Objetivos de esta ley. el Estado, bajo la dirección del Presidente la República y por intermedio de las entidades a que hace referencia la presente ley, intervendrá la economía, limitando la libertad económica, para expedir normas contables, de información financiera y de aseguramiento de la información, que conformen un sistema único y homogéneo de alta calidad, comprensible y de forzosa observancia, por cuya virtud los informes contables y, en particular, los estados financieros, brinden información financiera comprensible, transparente y comparable, pertinente y confiable, útil para la toma de decisiones económicas por parte del Estado, los propietarios, funcionarios y empleados de las empresas, los inversionistas actuales o potenciales y otras partes interesadas, para mejorar la productividad, la competitividad y el desarrollo armónico de la actividad empresarial de las personas naturales y jurídicas, nacionales o extranjeras. Con tal finalidad, en atención al interés público, expedirá normas de contabilidad, de información financiera y de aseguramiento de información, en los términos establecidos en la presente ley.

Con observancia de los principios de equidad, reciprocidad y conveniencia nacional, con el propósito de apoyar la internacionalización de las relaciones económicas, la acción del Estado se dirigirá hacia la convergencia de tales normas de contabilidad, de información financiera y de aseguramiento de la información, con estándares internacionales de aceptación mundial, con las mejores prácticas y con la rápida evolución de los negocios.

Artículo 2°. Ámbito de aplicación. La presente ley aplica a todas las personas naturales y jurídicas que, de acuerdo con la normatividad vigente, estén obligadas a llevar contabilidad, así como a los contadores públicos, funcionarios y demás personas encargadas de la preparación de estados financieros y otra información financiera, de su promulgación aseguramiento.

Artículo 3°. De las normas de contabilidad y de información financiera. Para los propósitos de esta ley, se entiende por normas de contabilidad y de información financiera el sistema compuesto por postulados, principios, limitaciones, conceptos, normas técnicas generales, normas técnicas específicas, normas técnicas especiales, normas técnicas sobre revelaciones, normas técnicas sobre registros y libros, interpretaciones y guías, que permiten identificar, medir, clasificar, reconocer, interpretar, analizar, evaluar e informar, las operaciones económicas de un ente, de forma clara y completa, relevante, digna de crédito y comparable.

Parágrafo. Los recursos y hechos económicos deben ser reconocidos y revelados de acuerdo con su esencia o realidad económica y no únicamente con su forma legal.

En desarrollo de esta ley y en atención al volumen de sus activos, de sus ingresos, al número de sus empleados, a su forma de organización jurídica o de sus circunstancias socioeconómicas, el Gobierno autorizará de manera general que

ciertos obligados lleven contabilidad simplificada, emitan estados financieros y revelaciones abreviados o que estos sean objeto de aseguramiento de información de nivel moderado.

El Gobierno podrá autorizar que las microempresas lleven contabilidad de acumulación, o de caja, o métodos mixtos, según la realidad de sus operaciones, así como según los criterios enumerados en el párrafo anterior.

Mediante normas de intervención se podrá permitir u ordenar que tanto el sistema documental contable, que incluye los soportes, los comprobantes y los libros, como los informes de gestión y la información contable, en especial los estados financieros con sus notas, sean preparados, conservados y difundidos electrónicamente. A tal efecto dichas normas podrán determinar las reglas aplicables al registro electrónico de los libros de comercio y al depósito electrónico de la información, que serían aplicables por todos los registros públicos, como el registro mercantil. Dichas normas garantizarán la autenticidad e integridad documental y podrán regular el registro de libros una vez diligenciados.

Decreto 2706 de 2012,²⁷ Normas de Información financiera para las Microempresas, en el cual establece el Artículo 1°. Marco técnico normativo de Información Financiera para las microempresas. Se establece un régimen simplificado de contabilidad de causación para las microempresas, conforme al marco regulatorio dispuesto en el anexo de este decreto. Dicho marco regulatorio establece, además, los requerimientos de reconocimiento, medición, presentación e información a revelar de las transacciones y otros hechos y condiciones de los estados financieros con propósito de información general, que son aquellos que están dirigidos a atender las necesidades generales de información financiera de un amplio espectro de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información.

Hace referencia a la forma en la que las Mipyme deben implementar las NIIF, de manera que sea posible la generación de estándares internacionales de contabilidad y de información financiera para unificar la manera en la que se presenta la información financiera.

Microempresas

Como menciona el decreto 2706 de 2012, el grupo 3 quedo conformado por las microempresas, las cuales deben cumplir los siguientes criterios:

²⁷COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Decreto 2706(28 diciembre,2012) Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas. Diario oficial, Bogotá, 2020.No 48657.65 p.

- Personas naturales y entidades formalizadas o en proceso de formalización que cumplan con la totalidad de los requisitos establecidos en el artículo 499 del Estatuto Tributario (ET) y normas posteriores que lo modifiquen. Para el efecto, se tomará el equivalente a unidades de valor tributario (UVT).

Microempresas que cumplan la totalidad de los siguientes requisitos:

- Activos, excluida la vivienda, por valor inferior a 500 SMMLV,
- Planta de personal no superior a 10 trabajadores, y
- Que los ingresos brutos anuales sean inferiores a 6.000 SMMLV.

Principios para la presentación de los estados financieros, según el Decreto 2706
El primer objetivo hace referencia al estado de resultados y al estado de situación financiera de las microempresas, los cuales hacen parte de un sistema que debe crearse con base en la contabilidad de causación. El costo histórico debe ser la base para que las empresas presenten sus estados bajo NIIF. Según el Decreto 2706, si existen ocasiones en las que se presenten mediciones diferentes, deben estar reguladas por el mismo Decreto y, por supuesto, deben cumplir con todos los requerimientos que exige la ley.

Aunque parezca obvio otro de los principios que enuncia el Decreto 2796 es que las pequeñas empresas que emitan información financiera bajo NIIF deben estar en pleno ejercicio de su actividad económica y que además no está en liquidación o, en general, que está fuera de todas las barreras que le impidan seguir en operación en un futuro previsiblemente cercano.

Los estados financieros de una microempresa se elaboran partiendo del supuesto de que la microempresa está en plena actividad y que seguirá funcionando en el futuro previsible.

Los rubros utilizados para la elaboración de los estados financieros serán los siguientes:

Una microempresa revelará como mínimo en el estado de situación financiera o en las notas las siguientes partidas:

- A.** Efectivo y equivalentes al efectivo
- B.** Inversiones
- C.** Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar que muestren por separado los montos por cobrar de terceros y cuentas por cobrar procedentes de ingresos causados (o devengados) pendientes de cobro.
- D.** Cuando no se tenga certeza de poder cobrar una deuda comercial, deberá establecerse una cuenta que muestre el deterioro (provisión) de las cuentas por cobrar.
- E.** Inventarios que muestren por separado las cuantías:

- Que se mantienen para la venta en el curso normal de las operaciones.
- En forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.
- F.** Propiedades, planta y equipo que muestren el valor de la depreciación acumulada.
- G.** Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar, que muestren por separado los montos por pagar a proveedores, ingresos diferidos y gastos acumulados por pagar.
- H.** Obligaciones financieras.
- I.** Obligaciones laborales.
- J.** Pasivo por impuestos.
- K.** Provisiones: corresponden al reconocimiento de las estimaciones de obligaciones presentes, surgidas de eventos pasados, sobre las cuales se desconoce con certeza su fecha de liquidación o pago o su monto.
- L.** Patrimonio, que comprende partidas tales como capital pagado, ganancias acumuladas y utilidad o pérdida del ejercicio.

Así las cosas, dependiendo de la actividad económica en que se encuentre el microempresario, se podrán utilizar otros rubros o modelos de acuerdo con sus necesidades.

Objetivos de los estados financieros

- El objetivo de los estados financieros es suministrar información sobre la situación financiera y el resultado de las operaciones de la microempresa, que sea útil para la toma de decisiones económicas por parte de los usuarios. Por consiguiente, los estados financieros están concebidos para reflejar las necesidades de los usuarios, entendiendo que los principales usuarios de los estados financieros de las microempresas suelen ser: los propietarios, sus directores, las entidades financieras, los acreedores, el Gobierno Nacional y sus organismos, entre otros.
- Otro de los objetivos es dar cuenta de la gestión de la administración.

Características cualitativas de la información en los estados financieros

Cuadro 2. Características cualitativas

CARATERISTICAS	
COMPRESIBILIDAD	La información es más fácil de entender cuando es clara. Sin embargo, la necesidad de claridad no permite omitir información relevante simplemente porque puede ser difícil de entender para algunos usuarios.
RELEVANCIA	La información es relevante en la medida en que puede influir en las decisiones económicas de quienes la utilizan, ayudarlos a evaluar eventos pasados, presentes o futuros, o confirmar o corregir evaluaciones anteriores.
MATERIALIDAD O IMPORTANCIA RELATIVA	La información es material y por lo tanto relevante si la omisión o tergiversación de la información pudiera afectar las decisiones económicas que toman los usuarios con base en los estados financieros. La materialidad depende de la cantidad de elementos o errores, medida en el caso específico de omisiones o errores. Sin embargo, no es apropiado iniciar o dejar desviaciones sin ajustar que no estén relacionadas con los estándares de la microempresa para obtener una representación específica de una situación o resultado.
FIABILIDAD	La información proporcionada en los estados financieros debe ser confiable y para ello debe estar libre de declaraciones erróneas y reflejar con precisión sus expectativas razonables. Los estados financieros no deben estar sesgados (es decir, no son neutrales) si, como resultado de la presentación de la información permite influir en la toma de decisiones.
ESENCIA SOBRE LA FORMA	Las transacciones y demás sucesos y condiciones deben contabilizarse y presentarse de acuerdo con su realidad económica y no solamente en consideración a su forma legal.
PRUDENCIA	Cuando quiera que existan dificultades para medir de manera confiable y verificable un hecho económico realizado, se debe optar por registrar la alternativa

	que tenga menos probabilidades de sobrestimar los activos y los ingresos, o de subestimar los pasivos y los gastos.
INTEGRIDAD	La información en los estados financieros debe ser completa dentro de los límites de la importancia relativa y el costo, puesto que este es un presupuesto de la fiabilidad. Una omisión puede causar que la información sea falsa o equívoca, y por tanto no fiable y deficiente en términos de relevancia.
COMPARABILIDAD	Los estados financieros de una microempresa deben ser comparables a lo largo del tiempo, para identificar las tendencias de su situación financiera y en el resultado de sus operaciones. Por tanto, la medida y presentación de transacciones similares y otros sucesos y condiciones deben ser llevadas a cabo de una forma uniforme a través del tiempo.
OPORTUNIDAD	La oportunidad implica suministrar información dentro del periodo de tiempo que sea útil para la toma de decisiones. Si hay un retraso en la presentación de la información, ésta puede perder su relevancia. La gerencia puede necesitar sopesar los méritos relativos de la presentación a tiempo, frente al suministro de información fiable.
EQUILIBRIO ENTRE COSTO Y BENEFICIO	Los beneficios derivados de la información deben exceder los costos de suministrarla. Esta evaluación es sustancialmente, un proceso de juicio.

Fuente. Decreto 2706 -por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

La situación financiera de una microempresa muestra la relación entre los activos, pasivos y patrimonio en una fecha específica al final del periodo sobre el que se informa. Estos elementos se definen como:

Cuadro 3. Elementos del estado de situación financiera

CONCEPTO	DEFINICIÓN
ACTIVO	Es un recurso controlado por la microempresa como resultado de sucesos pasados, del que la microempresa espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.

PASIVO	Es una obligación actual de la microempresa, surgida a raíz de sucesos pasados, cuya liquidación se espera que dé lugar a una transferencia de recursos que incorporan beneficios económicos.
PATRIMONIO	Es una obligación actual de la microempresa, surgida a raíz de sucesos pasados, cuya liquidación se espera que dé lugar a una transferencia de recursos que incorporan beneficios económicos.

Fuente. Decreto 2706 -por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.

Es posible que algunas partidas que cumplen con la definición de activo o pasivo no se reconozcan como activos o como pasivos en el estado de situación financiera porque no satisfacen el criterio de reconocimiento establecido en el subtítulo de este capítulo denominado: "Reconocimiento de activos, pasivos, ingresos y gastos". En particular, la expectativa de que los beneficios económicos futuros fluirán a una microempresa o desde ella, debe ser suficientemente cierta como para cumplir con el criterio de probabilidad antes de que se reconozca un activo o un pasivo.

Reconocimiento de activo y pasivo

Cuadro 4. Reconocimiento del activo

RECONOCIMIENTO DEL ACTIVO EN EL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA EN UNA MICROEMPRESA	
<ul style="list-style-type: none"> • Sea probable que del mismo se obtengan beneficios económicos futuros para la microempresa • El activo tenga un costo o valor que pueda ser medido con fiabilidad. 	
<p>Nota: una microempresa no reconocerá un derecho contingente como un activo, excepto cuando el flujo de beneficios económicos futuros hacia la microempresa tenga un alto nivel de certeza.</p>	
EL ACTIVO SE DIVIDE EN:	
ACTIVOS CORRIENTES	ACTIVOS NO CORRIENTES
Espera convertirlo en efectivo o se lo mantiene para la venta o para el consumo en el curso normal del ciclo de operaciones de la microempresa, que generalmente es de un año. Cuando el ciclo normal de operación no sea	Clasificará todos los demás activos como no corrientes.

claramente identificable, se supondrá que su duración es de doce meses.	
Mantiene el activo principalmente con fines de negociación	
Espera realizar el activo dentro de los doce meses siguientes desde la fecha sobre la que se informa	
Se trate de efectivo o un equivalente al efectivo.	

Fuente. Decreto 2706 -por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.

Cuadro 5. Reconocimiento del pasivo

RECONOCIMIENTO DEL PASIVO EN EL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA EN UNA MICROEMPRESA	
* Tiene una obligación actual como resultado de un evento pasado	
* Es probable que se requerirá la transferencia de recursos que incorporen beneficios económicos para cancelarla obligación	
* El valor de la obligación puede medirse de forma confiable.	
EL PASIVO SE DIVIDE EN:	
PASIVO CORRIENTES	PASIVO NO CORRIENTE
Espera liquidarlo o pagarlo en el curso normal del ciclo de operación de la microempresa	Clasificara todos los demás pasivos como no corrientes
El pasivo debe liquidarse dentro de los doce meses siguientes a la fecha sobre la que se informa	

Fuente. Decreto 2706 -por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.

Estado de resultados

Una microempresa presentará el resultado de sus operaciones, obtenido en un periodo determinado, en el estado de resultados, el cual incluirá todas las partidas de ingresos y gastos reconocidas en el periodo.

Estructura del estado de resultados

- La utilidad bruta refleja la diferencia entre las ventas netas y los costos de ventas. De la utilidad bruta se deducen todos los gastos incurridos, se suman los otros ingresos causados y se resta la provisión para impuesto sobre la renta para establecer el resultado del periodo.
- El impuesto sobre la renta que figura en el estado de resultados corresponde a la mejor estimación del gasto por este concepto a la fecha de cierre.
- Toda pérdida o ganancia que sea importante debe revelarse por separado en el estado de resultados, atendiendo a las características cualitativas de los estados financieros.

Ingresos

El reconocimiento de los ingresos ocurre simultáneamente con el reconocimiento de los incrementos en los activos o de las disminuciones en los pasivos, si se pueden medir con fiabilidad.

Gastos

El reconocimiento de los gastos ocurre simultáneamente con el reconocimiento de la disminución en los activos o del aumento en los pasivos, si se puede medir con fiabilidad.

Utilidad y pérdida

La diferencia entre los ingresos y los gastos de una microempresa durante el periodo sobre el que se informa. Esta norma permite a las microempresas presentar el resultado en un único estado financiero. Los ingresos y los gastos se definen así:

Cuadro 6. Definición de ingresos y gastos

CONCEPTO	DEFINICIÓN
INGRESOS	son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, a bien como disminuciones de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio, y no están relacionados con los aportes de los propietarios.
GASTOS	son las disminuciones en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de surgimiento o aumento de los pasivos, que dan como resultado disminuciones en el patrimonio, y no están

	relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios del patrimonio.
--	---

Fuente. Decreto 2706 - por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas.²⁸

Decreto 417 de 2020, en donde se estable que el 7 de enero de 2020 la Organización Mundial de la Salud, identificó el nuevo coronavirus - COVID-19 y declaró este brote como emergencia de salud pública de importancia internacional.

Que el 6 de marzo de 2020 el Ministerio de Salud y de la Protección Social dio a conocer el primer caso de brote de enfermedad por coronavirus - COVID-19 en el territorio nacional.

Que el 9 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud, solicitó a los países la adopción de medidas prematuras con el objetivo de detener la transmisión y prevenir la propagación del virus.

Que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud - OMS declaró el actual brote de enfermedad por coronavirus - COVID-19 como una pandemia¹ esencialmente por la velocidad de su propagación y la escala de transmisión, toda vez que al 11 de marzo de 2020 a la OMS se habían notificado cerca de 125.000 casos de contagio en 118 países y que a lo largo de esas últimas dos semanas el número de casos notificados fuera de la República Popular China se había multiplicado en 13 veces, mientras que el número de países afectados se había triplicado, por lo que instó a los países a tomar acciones urgentes y decididas para la identificación, confinación, aislamiento y monitoreo de los posibles casos y tratamiento de los casos confirmados.

Decreto 457 de 2020²⁹, Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19 y el mantenimiento del orden público. El cual decretó lo siguiente:

Artículo 1. Aislamiento. Ordenar el aislamiento preventivo obligatorio de todas las personas habitantes de la República de Colombia, a partir de las cero horas (00:00 a.m.) del día 25 de marzo de 2020, hasta las cero horas (00:00 a.m.) del día 13 de abril de 2020, en el marco de la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus

²⁸COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Decreto 2706(28 diciembre,2012) Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas. Diario oficial, Bogotá, 2020.No 48657.65 p.

²⁹COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Decreto 457 (22, marzo,2020). Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19 y el mantenimiento del orden público. Diario oficial, Bogotá, 2020.No 51264.1 p.

COVID-19.” Lo cual influyo en Star Books en el cierre del establecimiento por las medidas citadas en el presente artículo.

Otro aspecto importante es lo referente a el artículo 3 que hace referencia a las garantías de la mediadas de aislamiento preventivo obligatorio que para el caso de Star Books establece lo siguiente “La comercialización de los productos de los establecimientos y locales gastronómicos mediante plataformas de comercio electrónico o por entrega a domicilio. Los restaurantes ubicados dentro de las instalaciones hoteleras solo podrán prestar servicios a sus huéspedes.”, por lo cual género que se adoptara en Star Books la modalidad de domicilios para continuar operando en la ciudad de Pasto.

La resolución 666 de 2022³⁰, Por la cual se prorroga la emergencia sanitaria por el coronavirus COVID-19, declarada mediante Resolución 385 de 2020, prorrogada por las Resoluciones 844, 1462, 2230 de 2020, 222, 738, 1315, 1913 de 2021 y 304 de 2022 en donde menciona que la ciudadanía deberá mantener las medidas de autocuidado y de bioseguridad establecidas por el Ministerio de Salud y Protección Social.

Resolución 350 de 2022³¹, Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para el desarrollo de las actividades económicas, sociales, culturales y del Estado

Artículo 2. Ámbito de aplicación. Esta resolución aplica a los habitantes del territorio nacional, a todos los sectores económicos, sociales y culturales del país y a las entidades públicas y privadas nacionales y territoriales que integran el Estado colombiano.

La resolución 666 de 2022³², Por la cual se prorroga la emergencia sanitaria por el coronavirus COVID-19, declarada mediante Resolución 385 de 2020, prorrogada por las Resoluciones 844, 1462, 2230 de 2020, 222, 738, 1315, 1913 de 2021 y 304 de 2022 en donde menciona que la ciudadanía deberá mantener las medidas de autocuidado y de bioseguridad establecidas por el Ministerio de Salud y Protección Social.

³⁰COLOMBIA.EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 666 (28, abril,2022) Por la cual se prorroga la emergencia sanitaria por el coronavirus COVID-19, declarada mediante resolución 385 de 2020. Bogotá, 2022.

³¹COLOMBIA.EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 350 (1, marzo,2022) Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para el desarrollo de las actividades económicas, sociales, culturales y del Estado. Bogotá, 2022.

³²COLOMBIA.EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 666 (28, abril,2022) Por la cual se prorroga la emergencia sanitaria por el coronavirus COVID-19, declarada mediante resolución 385 de 2020. Bogotá, 2022.

2.4 MARCO TEORICO

La presente investigación está enfocada en realizar un análisis de los efectos financieros de la emergencia sanitaria del SARS-CoV-2 en la empresa Star Books, por lo tanto, es necesario conceptualizar y analizar las teorías que sirven como base para el desarrollo de la misma.

2.4.1 Sector restaurantes. Según En Colombia³³, son los establecimientos gastronómicos cuya actividad económica, exclusiva o principal. Consiste en la venta y servicio a la mesa al público.

2.4.1.1 Estados financieros

- **Diagnostico**

Como menciona Polo Moya³⁴, en principio, el diagnóstico incluye un análisis en profundidad de las principales áreas de gestión de la empresa, este análisis pretende obtener información objetiva sobre las causas del estado de las diferentes áreas y de toda la organización.

Incluye evaluación basada en las herramientas adecuadas para conocer la posición de la empresa.

Por lo tanto, al obtener una comprensión más profunda de la organización y sus resultados reales, surge la oportunidad de abordar los problemas de manera realista. En otras palabras, conocer la posición de la empresa ayuda a priorizar las áreas que necesitan atención.

Además, proporcionará información sobre dónde dirigir el esfuerzo, en función de lo que realmente importa. De esta manera, no se pierde el tiempo en cosas irrelevantes.

Por otro lado, el empresario podrá conocer en detalle no solo las debilidades descubiertas sino también las fortalezas en las áreas de gestión.

Es decir, un diagnóstico permite influir en la toma de decisiones de las organizaciones ya que analiza de manera integral las diferentes áreas.

³³ENCOLOMBIA. Establecimientos gastronómicos, bares y negocios similares de interés turístico (en línea). En: En Colombia (s.l.): (consultada: 29, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://encolombia.com/derecho/decretos/decreto-mincit/establecimientos-interes>

³⁴ POLO, David. Diagnóstico de una empresa. ¿Por qué y para qué? (en línea). En: GESTIONAR-Fácil (s.l.): (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gestionar-facil.com/diagnostico-de-una-empresa/>

1. Clases de diagnóstico empresarial

El diagnóstico empresarial se divide En:

1.1 Diagnóstico integral: Como menciona Portugal Víctor “está conformado por la aplicabilidad de variables empresariales que se pueden aplicar, el diagnóstico de competitividad es un ejemplo, conocer las oportunidades debilidades, fortalezas y las amenazas de la empresa, y la evaluación de variables empresariales mediante un análisis”³⁵.

1.2 Diagnóstico específico: según Portugal Víctor “permite la supervisión de procesos específicos en concreto, estudiando diferentes aspectos de: estados financieros, procesos de mercadeo, gestión producción de la empresa”³⁶.

1.3 Diagnóstico funcional: como afirma Portugal Víctor “el diagnóstico funcional permite establecer los factores incidentes en la comunicación organizacional que afectan a la organización entre los trabajadores en los diversos ámbitos productivos y sociales, este diagnóstico permite mediante el uso de cuestionarios, entrevistas, sistematización de experiencias, análisis grupal establecer los mecanismos de comunicación generales de toda la organización”³⁷.

1.4 Diagnóstico cultural: según Portugal Víctor “el diagnóstico cultural reconoce el clima organizacional en función de los principios y valores compartidos por los integrantes de la organización, en donde existen factores sociales, espirituales, materiales y estructurales que definen el comportamiento organizacional, este tipo de diagnóstico también utiliza técnicas como entrevistas cuestionarios, técnicas proyectivas entre otras, que más adelante se abordaran más ampliamente”³⁸.

2. Elementos de un diagnostico

Como menciona Meza Adriana, el diagnóstico organizacional se divide en tres etapas principales:

1. Generación de información, la cual abarca a su vez tres aspectos:
 - a. La forma en que se recolecta la información, las herramientas y los procesos utilizados.
 - b. La metodología utilizada para recopilar la información, la cual sigue dos corrientes, los métodos usados para obtener información desde el cliente (entrevistas, cuestionarios) y los usados para obtenerla desde el consultor (observación).

³⁵PORTUGAL, Víctor. Diagnóstico empresarial (en línea). Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina, 2017, 10 p. (consultado 19, mayo, 2022). ISBN: 9789585460034

³⁶Ibíd., p.10

³⁷Ibíd., p.10

³⁸Ibíd., p.10

- c. La frecuencia con que se recolecta la información, la cual depende de la estabilidad del sistema.
2. Organización de la información, en donde es necesario considerar tres aspectos claves:
 - El diseño de procedimientos para el proceso de la información.
 - El almacenamiento apropiado de los datos.
 - El ordenamiento de la información, de modo que sea fácil de consultar.
3. Análisis e interpretación de la información, que consiste en separar los elementos básicos de la información y examinarlos con el propósito de responder a las cuestiones planteadas al inicio de la investigación³⁹.

Por medio del análisis financiero permite, realizar proyecciones futuras, conocer las razones porque se está en una determinada situación, identificar posibles amenazas y oportunidades, realizar controles y seguimientos, usar como apoyo para la planificación a corto y largo plazo, tomar como referencia para los presupuestos etc.

• Finanzas empresariales

Como menciona la Universidad de negocios ISEC⁴⁰, la contabilidad es un factor importante en el crecimiento empresarial, lo cierto es que, para tener éxito, las finanzas corporativas deben verse como una herramienta estratégica y de priorización.

La función de las finanzas corporativas es orientar la gestión y la toma de decisiones en las organizaciones con respecto a su capital. Asimismo, son responsables de hacer planes para reducir las pérdidas de la empresa y utilizar los fondos de manera inteligente y estratégica.

1. Análisis financiero

En todas las empresas del mundo, se efectúan hechos económicos que afectan los estados financieros como son el estado de situación financiera o también conocido como balance general, estado de resultados, estado de flujo de efectivo y cambios en el patrimonio de las organizaciones, es aquí donde radica la importancia de conocer la trascendencia de no solo enfocarse en los procesos contables, sino también usar la respectiva información para realizar un análisis financiero como afirma Rubio, “la información registrada en los estados financieros por sí sola no

³⁹MEZA, Adriana. El diagnóstico organizacional (en línea). En: Mi espacio (s.l.): 3, enero, 2020 (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.infosol.com.mx/miespacio/el-diagnostico-organizacional-elementos-metodos-y-tecnicas/>

⁴⁰ UNIVERSIDAD DE NEGOCIOS ISEC. Finanzas empresariales: claves para lograr una empresa exitosa (en línea). En: ISEC 24, agosto, 2021 (s.l.): (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://uneg.edu.mx/blog/finanzas-empresariales/>

resulta suficiente para realizar una planificación financiera pertinente o analizar e interpretar los resultados obtenidos para conocer la situación financiera de la empresa”⁴¹.

Por medio del análisis financiero permite, realizar proyecciones futuras, conocer las razones porque se está en una determinada situación, identificar posibles amenazas y oportunidades, realizar controles y seguimientos, usar como apoyo para la planificación a corto y largo plazo, tomar como referencia para los presupuestos etc.

Según Nava Marbelis, el análisis financiero es una fase gerencial que abarca varias etapas. Inicialmente, se centra en la utilización y conversión de la información contable registrada en los estados financieros; posteriormente, se emplea como herramienta para seleccionar la información más adecuada, prevenir situaciones contraproducentes y predecir el futuro, mediante el cálculo de indicadores y la aplicación de técnicas específicas; y, por último, llega al diagnóstico y evaluación de las condiciones económicas y financieras en las cuales se encuentra operando la organización⁴².

2. Objetivos del análisis financiero en las empresas

Como menciona Baena Diego, los objetivos del análisis financiero son:

- Calcular y utilizar los diferentes índices financieros para el análisis de la información contable.
- Conocer, estudiar, comparar y analizar las tendencias de las diferentes variables financieras que intervienen o son producto de las operaciones económicas de una empresa.
- Evaluar la situación financiera de la organización; es decir, su solvencia y liquidez, así como la capacidad para generar recursos.
- Verificar la coherencia de los datos informados en los estados financieros, con la realidad económica y estructural de la empresa.
- Tomar decisiones de inversión y crédito, con el propósito de asegurar su rentabilidad y recuperabilidad⁴³.

Realizar el respectivo análisis financiero en una organización puede ser indispensable, según Bolaños Fernando⁴⁴, tanto para accionistas o socios, ya que

⁴¹RUBIO, Pedro. Manuel de análisis financiero, Citado por NAVA, Marbelis. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Venezuela: Maracaibo,2009. p.610.

⁴²NAVA, Marbelis. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Venezuela: Maracaibo,2009. p.610.

⁴³BAENA, Diego. Análisis financiero: Enfoque y Proyecciones. Colombia: Bogota,2011. p.18.

⁴⁴BOLAÑOS, Fernando. ¿Para qué utilizar la información de un análisis financiero? (en línea). En: MONEX-Grupo financiero. (s.l.): 30, noviembre, 2021 (consultada: 27, febrero,

les permite usarlo para poder conocer y evaluar la administración de la empresa, las utilidades actuales y futuras, y sobre todo les interesa saber la rentabilidad y el beneficio de manera periódica ;acreedores comerciales puesto que se preocupan por la liquidez para así estar cubiertos ante posibles incobrables; obligaciones (bonos y pagarés) en donde se preocupan por la cobertura a largo plazo y la capacidad de flujo de efectivo de la empresa para atender su deuda; asesores de inversión puesto que analizan la información financiera de diferentes empresas para dar un mejor servicio a sus clientes; bolsa de valores ya que las sociedades anónimas que cotizan en la bolsa deben proporcionar información financiera de manera periódica.

Para lograr lo anteriormente se mencionado, es necesario utilizar técnicas y herramientas de análisis en los estados financieros particularmente en el estado de situación financiera y estado de resultados, que permitan ver la importancia, relevancia y variación entre un año y otro de las cuentas contables.

3. Análisis vertical

Una herramienta es el análisis vertical que es estático, puesto que solo permite ver la composición en un año determinado, consiste en relacionar cada una de las partidas de un estado financiero (estado de situación financiera o estado de resultados), con respecto a una cuenta base cuyo valor se hace igual al 100% (cifra base); es importante tener en cuenta que la cifra base puede ser en el estado de situación financiera los activos, pasivos y patrimonio , en el estado de resultados integral puede ser ingresos, costos y gastos, es decir depende de la importancia de las cuentas en los estados financieros de la organización, tomando el total de la cifra base como el 100%, se procede a comparar el valor neto de cada estado financiero.

Además, según el autor Ortiz Anaya Héctor, “el porcentaje que cada cuenta representa sobre una cifra base dice mucho de su importancia como tal, de las políticas de la empresa, del tipo de empresa, de la estructura financiera, de los márgenes de rentabilidad, etc.”⁴⁵.

Como se menciona anteriormente el análisis vertical, se obtienen de dividir cada componente del estado financiero entre una cifra base como se muestra a continuación:

2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.monex.com.mx/escuela-de-finanzas/para-que-utilizar-la-informacion-de-un-analisis-financiero>.

⁴⁵ORTIZ ANAYA, Héctor. (2018). Análisis financiero aplicado bajo NIIF. Universidad Externado de Colombia.

Cuadro 7. Formulas análisis vertical

FORMULAS	
ACTIVOS	AV ACTIVOS = $\frac{\text{Valor de cada rubro}}{\text{Valor total activo}} \times 100$
PASIVOS Y PATRIMONIO	AV PASIVOS Y PATRIMONIO = $\frac{\text{Valor de cada rubro}}{\text{Valor total de pasivos y patrimonio}} \times 100$

Fuente. Análisis financiero aplicado bajo NIIF

4. Análisis horizontal

El análisis horizontal según Ortiz Anaya Héctor⁴⁶, se ocupa de los cambios en las cuentas individuales de un período a otro y, por lo tanto, requiere de dos o más estados financieros (Estado de Resultados o Estado de Situación Financiera) de la misma clase, presentados para períodos diferentes.

Además, el análisis horizontal es dinámico, ya que permite comparar dos o más periodos de los estados financieros, se pueden observar cambios, ya que este método no solo deja ver las tendencias en sí de las cuentas, sino también las variaciones, aumentos o disminuciones en el valor de las mismas (activo, pasivo, patrimonio, ingresos, costos y gastos), a través del tiempo, que se producen en las partidas que componen el estado analizado por medio de la variación absoluta y relativa y de esa manera poder determinar las razones de los cambios en los estados financieros.

Cuadro 8. Variación absoluta y relativa

FORMULAS	
VARIACIÓN ABSOLUTA (V.A)	VA= Valor rubro año actual - Valor rubro año anterior
VARIACIÓN RELATIVA (V.R)	VR= $\frac{\text{Variación absoluta} - \text{Valor rubro año anterior}}{\text{Valor rubro año anterior}} \times 100$
	VR= $\frac{\text{Variación absoluta}}{\text{Valor rubro año anterior}} \times 100$

Fuente. Análisis financiero aplicado bajo NIIF

5. Indicadores financieros

Los indicadores financieros o razones financieras, son una herramienta del análisis financiero que permite evaluar como sucesos pasados han afectado el presente de

⁴⁶Ibid p.1

una organización, la importancia de estos radica en que cuando se entrega la respectiva información financiera, estos carecen de contexto, y su función es poder contextualizar las cifras y determinar el riesgo que puede correr la empresa y de esta manera poder monitorearlo.

Como afirma, Nava Marbelis, “Actualmente, en la mayoría de las empresas los indicadores financieros se utilizan como herramienta indispensable para determinar su condición financiera; ya que a través de su cálculo e interpretación se logra ajustar el desempeño operativo de la organización permitiendo identificar aquellas áreas de mayor rendimiento y aquellas que requieren ser mejoradas. Entre los indicadores financieros más destacados y utilizados frecuentemente para llevar a cabo el análisis financiero, se encuentran los siguientes: indicadores de liquidez y solvencia, indicadores de eficiencia o actividad, indicadores de endeudamiento y los indicadores de rentabilidad permitiendo identificar aquellas áreas de mayor rendimiento y aquellas que requieren ser mejoradas”⁴⁷.

Es importante tener en cuenta que existe una clasificación de indicadores o razones financieras, permite atender a las necesidades que presenta la organización y que para ello también se requieren los estados financieros, entre ellos se encuentra los Indicadores de liquidez que permiten conocer cuál es la posibilidad y disponibilidad para cubrir las deudas a corto plazo, Indicadores de endeudamiento que permiten ver en qué grado participan los acreedores comerciales dentro de la financiación de la empresa, Indicadores de rendimiento que buscan controlar el desempeño de la empresa en lo que se refiere a su productividad y a la búsqueda de sus objetivos y los Indicadores de actividad que sirven para medir la eficiencia que tiene la empresa en la utilización de sus recursos.

5.1 INDICADORES DE LIQUIDEZ

Como menciona Gitman & Chad J, “La liquidez de una empresa representa la agilidad que tiene para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas alcancen su vencimiento”⁴⁸.

La liquidez se refiere a la solvencia de la situación financiera general de la empresa, es decir, la habilidad con la que puede pagar sus cuentas.

Como menciona, Ortiz Anaya Héctor, se divide En:

- A. Razón corriente:** verifica la disponibilidad de la empresa a corto plazo, para afrontar su deuda a corto plazo.

⁴⁷NAVA, Marbelis. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Venezuela: Maracaibo,2009. p.612.

⁴⁸GITMAN, L. & CHAD J, Principios de Administración Financiera (Décimo segunda Edición). México: Pearson Educación, Citado por HERRERA, Alexander; HERRERA, Alex; VEGA, Sara y VIVANCO, Estefanía. Razones financieras de liquidez en la gestión empresarial para toma de decisiones. Lima: Peru,2016. p.157.

- B. Capital neto de trabajo:** es el conjunto de recursos económicos que la empresa cuenta en un momento dado, para realizar sin ninguna restricción sus actividades.
- C. Índice de disponibilidad inmediata o de liquidez en primer grado:** permite medir la disponibilidad de efectivo que tiene la empresa para cubrir los pasivos a corto plazo.
- D. Prueba acida:** Se conoce con el nombre de prueba de fuego y permite verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin recurrir a la venta de sus inventarios.
- E. Indicador de solidez:** permite verificar el respaldo que ofrecen los activos totales frente al total de obligaciones.⁴⁹

Cuadro 9. Indicadores de liquidez

INDICADOR	FORMULA
A. RAZÓN CORRIENTE	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$
B. CAPITAL NETO DE TRABAJO	$\text{Activo corriente} - \text{pasivo corriente}$
C. INDICE DE DISPONIBILIDAD INMEDIATA	$\frac{\text{Efectivo y equivalente al efectivo}}{\text{Pasivo corriente}}$
D. PRUEBA ACIDA	$\frac{\text{Activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$
E. INDICADOR DE SOLIDEZ	$\frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$

Fuente. Análisis financiero aplicado bajo NIIF

5.2 Indicadores de endeudamiento

Como afirma Nava Marbelis, “Este nivel de deuda puede ser determinado mediante el análisis financiero, el cual se fundamenta en el cálculo y aplicación de una serie de indicadores o razones financieras que miden la capacidad de una empresa para adquirir financiamiento, estableciendo sí ésta puede ser financiada por sus

⁴⁹ORTIZ ANAYA, Héctor. (2018). Análisis financiero aplicado bajo NIIF. Universidad Externado de Colombia

accionistas o por acreedores; asimismo, evaluar la capacidad que presenta para cumplir con las obligaciones contraídas con terceras personas tanto a corto como a largo plazo”⁵⁰.

Como menciona, Ortiz Anaya Héctor, se divide En:

- A. Endeudamiento total:** mide el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa.
- B. Concentración del endeudamiento a corto plazo:** establece el porcentaje del total de pasivos con terceros con vencimiento a corto plazo con respecto al total de pasivos.
- C. Endeudamiento financiero:** permite establecer el porcentaje que representan las obligaciones financieras de corto y largo plazo con respecto a las ventas del período.
- D. Cobertura de intereses:** establece relación entre las utilidades operacionales de la empresa y sus gastos financieros, los cuales están a su vez en relación directa con su nivel de endeudamiento.

La utilidad operacional en términos de efectivo se conoce como EBITDA (Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation, and Amortization)

- E. Indicadores de leverage o apalancamiento:** comparan el financiamiento originario de terceros con los recursos de los propietarios, con el fin de establecer cuál de las dos partes está corriendo mayor riesgo⁵¹.

Cuadro 10. Indicadores de endeudamiento

A. ENDEUDAMIENTO TOTAL	$\frac{\text{Total pasivo}}{\text{Total activo}}$
B. CONCENTRACION DEL ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO	$\frac{\text{Pasivo corriente}}{\text{Total pasivo}}$
C. ENDEUDAMIENTO FINANCIERO	$\frac{\text{Obligaciones financieras a corto y largo plazo}}{\text{Ventas netas o ingresos act. Ord}}$
D. COBERTURA DE INTERESES	$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Gastos financieros}}$
	$\frac{\text{EBITDA}}{\text{Gastos financieros}}$

⁵⁰NAVA, Marbelis. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Venezuela: Maracaibo, 2009. p.617.

⁵¹ORTIZ ANAYA, Héctor. (2018). Análisis financiero aplicado bajo NIIF. Universidad Externado de Colombia

	EBITDA: utilidad operacional depreciaciones anual amortizaciones
E. INDICADORES DE LEVERAGE O APALANCAMIENTO	<u>Pasivo total</u> Patrimonio
F. APALANCAMIENTO FINANCIERO TOTAL	<u>Pasivo total con entidades financieras (cte. y no cte.)</u> Patrimonio

Fuente. Análisis financiero aplicado bajo NIIF

5.3 Indicadores de rentabilidad

Como menciona Nava Marbelis, "a través del análisis financiero se pueden determinar los niveles de rentabilidad de un negocio; pues, permite evaluar la eficiencia de la empresa en la utilización de los activos, el nivel de ventas y la conveniencia de efectuar inversiones, mediante la aplicación de indicadores financieros que muestran los efectos de gestionar en forma efectiva y eficiente los recursos disponibles, arrojando cifras del rendimiento de la actividad productiva y determinando si ésta es rentable o no"⁵².

Los indicadores de rentabilidad se dividen En:

A. Margen bruto: Como menciona altos empresarios "permite determinar el beneficio directo que obtiene una empresa por la fabricación de un producto o servicio.

La importancia del cálculo de este indicador de eficacia es que permite saber si un negocio es rentable o no dentro de un sector determinado"⁵³.

B. Margen operacional: según V. Julián, "permite conocer el porcentaje de utilidad que se obtiene de las ventas después de descontarle los costos asociados a la producción del bien o a la prestación del servicio y los gastos de administración y ventas. Muestra la rentabilidad del objeto social de la compañía"⁵⁴.

⁵²Ibid, p. 618-619

⁵³ALTOS EMPRESARIOS. Margen bruto de utilidad: indicador de eficacia (en línea). En: Altos empresarios (s.l.): 4, noviembre, 2020 (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.altosempresarios.com/noticias/margen-bruto-de-utilidad-indicador-de-eficiencia>

⁵⁴V, Julian. Qué es, cómo se calcula y para que se usa el margen operacional (en línea). En: BURSITIA (s.l.): 25, julio, 2021 (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bursitia.com/2021/07/25/que-es-como-se-calcula-y-para-que-se-usa-el-margen-operacional/>.

- C. Margen neto (de utilidad):** como menciona Westreicher Guillermo, “refleja la capacidad de la organización para convertir los ingresos que recibe en beneficios. En otras palabras, permite saber si se está realizando un eficiente control de costos el cálculo de este indicador requiere dos variables: Los ingresos de la compañía y el saldo final de la cuenta de resultados. Para llegar a este último dato, se deben descontar todos los egresos que permitieron colocar el producto en el mercado, incluyendo impuestos”⁵⁵.
- D. Rendimiento del patrimonio (ROE):** como afirma altos empresarios, “es uno de los indicadores financieros y de gestión principales para determinar la tasa de crecimiento de las ganancias de una compañía, específicamente la realizada por la inversión de los accionistas. Por lo general, se utiliza para evaluar los beneficios futuros esperados de una empresa antes de consolidarse”⁵⁶.
- E. Rendimiento del activo total (ROA):** como menciona Westreicher Guillermo, “la rentabilidad de los activos o ROA es una ratio financiera que mide la capacidad de generar ganancias. Esto, tomando en cuenta dos factores: Los recursos propiedad de la empresa y el beneficio neto obtenido en el último ejercicio”⁵⁷.

Cuadro 11. Indicadores de rentabilidad

INDICADOR	FORMULA
A. MARGEN BRUTO (DE UTILIDAD)	$\frac{\text{Utilidad bruta en ventas}}{\text{Ventas netas o ing. act. ord.}}$
B. MARGEN OPERACIONAL (DE UTILIDAD)	$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas netas o ing. act. ord.}}$
C. MARGEN NETO (DE UTILIDAD)	$\frac{\text{Utilidad neta o utilidad del ejercicio}}{\text{Ventas netas o ing. act. ord.}}$
D. RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO (ROE)	$\frac{\text{Utilidad neta o utilidad del ejercicio}}{\text{Patrimonio}}$

⁵⁵WESTREICHER, Guillermo. Margen neto (en línea). En: Economipedia (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/margen-neto.html>

⁵⁶ALTOS EMPRESARIOS. Rentabilidad sobre el patrimonio: indicador de eficacia (en línea). En: Altos empresarios.17, noviembre, 2020 (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.altosempresarios.com/noticias/indicador-de-eficacia#:~:text=El%20margen%20de%20rentabilidad%20del,la%20inversi%C3%B3n%20de%20los%20accionistas.>

⁵⁷ WESTREICHER, Guillermo. Rentabilidad de los activos – ROA (en línea). En: Economipedia (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-de-los-activos-roa.html>

E. RENDIMIENTO DEL ACTIVO TOTAL (ROA)	<u>Utilidad neta o utilidad del ejercicio</u>
	Activo total bruto
	activo bruto=activo neto+depreciacion acumulada +deterioros

Fuente. Adaptado de análisis financiero aplicado bajo NIIF

5.4 INDICADORES DE ACTIVIDAD

Según Nava Marbelis, “El análisis financiero permite medir la eficiencia con la cual una organización utiliza sus activos y otros recursos, mediante los denominados indicadores de eficiencia o actividad; los mismos están enfocados básicamente a determinar la celeridad con la que cuentas específicas se transforman en ventas o efectivo; es decir, son valores que muestran que tan efectivamente son manejados los activos totales, activos fijos, inventarios, cuentas por cobrar, el proceso de cobranzas y cuentas por pagar”⁵⁸.

Entre los indicadores de eficiencia o actividad se encuentran los siguientes:

Rotación de cartera: según Bold, “el ratio de rotación de las cuentas por cobrar es una medida contable que cuantifica las veces que una empresa cobra sus cuentas a crédito en un periodo. Es decir, evalúa qué tan eficiente es una compañía convirtiendo sus cuentas por cobrar en efectivo”⁵⁹.

Rotación de inventarios: Como menciona Gerencie “la rotación de inventarios permite identificar cuántas veces se convierte el inventario en dinero o en cuentas por cobrar (se ha vendido). Con ello determinamos la eficiencia en el uso del capital de trabajo de la empresa.

Entre más se rote el inventario, más rápido se realiza el dinero invertido en ellos, lo que permite un mayor retorno o rentabilidad en la inversión”⁶⁰.

Rotación de activos totales: Como menciona Altos empresarios “la rotación de activos fijos es un indicador de eficiencia financiera que determina cómo es la gestión y la administración de los activos de una empresa. La importancia del

⁵⁸Ibid,p. 615

⁵⁹BOLD. 5 indicadores de eficiencia o actividad financiera que debes revisar (en línea). En: BOLD- consulting group (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://bold.com.ec/indicadores-de-eficiencia-o-actividad-que-debes-revisar/>

⁶⁰GERENCIE. Rotación de inventarios (en línea). En: Gerencie.com.25 (s.l.): septiembre,2020 (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gerencie.com/rotacion-de-inventarios.html#Lo_que_determina_la_rotacion_de_inventarios

cálculo de este indicador radica en que puede ayudar a detectar la posibilidad de que la organización entra en estado de insolvencia o quiebra.

Al contar con el cálculo del indicador, se pueden tomar las medidas necesarias y las mejoras pertinentes para maximizar la utilización de los recursos de la compañía.”⁶¹

Rotación de proveedores: según Actualícese, “la rotación de proveedores tiene que ver con el tiempo que tarda una entidad en pagar el dinero que le adeuda a terceros a través de las cuentas por pagar. Al respecto, lo que toda entidad debe tener presente es que esas cuentas por pagar se traducen en que se está apalancando con el dinero que está adeudando”⁶².

⁶¹ ALTOS EMPRESARIOS. Rotación de activos: indicador de eficiencia (en línea). En: Altos empresarios.20, octubre, 2020 (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.altosempresarios.com/noticias/rotacion-de-activos-indicadores-de-eficiencia>

⁶²ACTUALÍCESE. Rotación de proveedores y la importancia de aprovechar su apalancamiento (en línea). En: Actualícese.com.5, octubre,2018 (s.l.) (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://actualicese.com/rotacion-de-proveedores-y-la-importancia-de-aprovechar-su-apalancamiento/>

Cuadro 12. Indicadores de actividad

INDICADOR	FORMULA		
A. ROTACIÓN DE CARTERA	R.C =	Venta a credito en el periodo-ingresos	
		Cuentas por cobrar clientes promedio	
	Clientes por cobrar clientes promedio	Cta cob. cte año anterior + cta cob año actual	
		2	
	Periodo promedio de cobro	Opcion 1	Cta. Por cobrar promedio x 365 dias
			Ventas a credito
Opcion 2		365 dias	
		Rotacion de cartera	
B. ROTACION DE INVENTARIOS	R.I =	Costo de mercacia vend. en el periodo	
		Inv. Promedio mercancias	
	Inventario promedio	inv. año anterior + inv. año actual	
		2	
	Dias de inventario en mano	Opcion 1	Inv. Promedio x 365 dias
			Costo de mercancia vendida
Opcion 2		365 dias	
		Rotacion de inventario de mercancia	
C. ROTACION DE ACTIVOS TOTALES	R.A.T	Ingresos por actividades ordinarias	
		Activos totales brutos	
D. ROTACION DE PROVEEDORES	R.P =	Compra a credito del periodo	
		Proveedores promedio	
	Proveedores promedio	Cta proveedores año ant. + cta proveedores cte año actual	
		2	
	Periodo promedio de pagos	Opcion 1	Proveedores promedio x 365 dias
			Compras a credito del periodo
Opcion 2		365	
		Rotacion de cartera	

Fuente. Análisis financiero aplicado bajo NIIF

Es primordial tener en cuenta que, para realizar un análisis financiero, es necesario desarrollar inicialmente el análisis vertical, posteriormente el análisis horizontal y

finalmente los indicadores financieros, ya que son herramientas complementarias que permiten comprender de una manera más acertada la dinámica de una organización, se pueda diagnosticar la situación financiera y su posición, tener resultados estimados, poder sacar conclusiones útiles para tomar decisiones adecuadas que vayan acorde a el cumplimiento de objetivos de la organización y disminuir la incertidumbre de lo que le depara a futuro.

6. Árbol de rentabilidad

Hace referencia a un esquema, el cual permite observar de una manera secuencial el origen del aumento o disminución de la rentabilidad de una organización.

Según Ortiz Anaya Héctor, “esta es una forma de integrar un indicador de rentabilidad con otro de actividad para establecer si el rendimiento de la inversión proviene de la eficiencia en el uso de los recursos para producir ventas o del margen neto de utilidad que tales ventas generan”⁶³.

Su cálculo es:

Cuadro 13. Sistema DUPONT

FORMULAS			
SISTEMA DUPONT	Rendimiento activo total	=	Margen neto de utilidad x Rotación de activos totales
	Utilidad neta	=	Utilidad neta Ing. act. ord x $\frac{\text{Ing. act. ord}}{\text{Activo total bruto}}$
	Activo total bruto	=	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ing. act. ord}}$ x $\frac{\text{Ing. act. ord}}{\text{Activo total bruto}}$

Fuente. Adaptado de análisis financiero aplicado bajo NIIF

Como menciona Gerencie, “el Índice Dupont, o sistema Dupont, sirve en efecto para determinar qué tan rentable ha sido un proyecto. Para esto utiliza el margen de utilidad sobre las ventas y la eficiencia en la utilización de los activos.

A todo empresario o inversionista la interesa conocer cuál es la rentabilidad de su empresa, negocio o inversión, y uno de los indicadores financieros que mejor ayuda en esta tarea, es precisamente el Índice Dupont.

Básicamente, la rentabilidad de una empresa está dada por esos aspectos.

El margen de utilidad hace referencia a que tanto de cada venta es utilidad. La eficiencia en la utilización de los activos, que permite precisamente eso: que tan

⁶³ORTIZ ANAYA, Héctor. (2018). Análisis financiero aplicado bajo NIIF. Universidad Externado de Colombia

eficiente ha sido la empresa para administrar sus activos. Que tanta ganancia se le ha obtenido a los activos que se tienen.

Adicional a lo anterior, esa rentabilidad se ve afectada por el apalancamiento financiero, por lo que se incluye el factor multiplicador dentro del cálculo del índice Dupont⁶⁴.

7. Estrategias

Como menciona Roncancio Gabriel, Alfred DuPont Chandler Jr., historiador estadounidense a quien se le reconoce la introducción del término estrategia comercial la define como: la determinación conjunta de objetivos de la empresa y de las líneas de acción para alcanzarlas. La Estrategia puede ser considerada una perspectiva, una posición, un plan y un modelo, y todos son términos correctos al referirse a ella. En concreto, según Fred Nichols “es una compleja red de pensamientos, ideas, recuerdos, percepciones, expectativas y experiencias que proporcionan orientación general a las acciones específicas para llegar a donde se anhela”.

7.1 empresariales. Es el direccionamiento de la organización a través de ideas, planes o perspectivas que se plasman en la Misión, Visión empresarial y los Valores, que responde a las preguntas ¿Qué hago? ¿Cómo lo hago? ¿A dónde quiero llegar? ¿Cuál será mi valor agregado? ¿Cómo lo haré? ¿Cuáles son mis recursos?, pero sobre todo es lo que pondrá a la empresa por encima de las demás, en ventaja competitiva.

Para el desarrollo del segundo objetivo de la presente investigación, se debe tener en cuenta la definición de PESTEL Y PORTER.

7.2 fuerzas de Porter

Según ThePowerMBA⁶⁵, Michael Porter sostiene en su primer libro “Estrategia Competitiva” que el potencial de rentabilidad de una empresa viene definido por cinco fuerzas:

7.2.1 El poder del cliente. Porter considera que cuanto más se organicen los consumidores, más exigencias y condiciones impondrán en la relación de precios, calidad o servicios, por tanto, la empresa contará con menos margen y el mercado

⁶⁴ GERENCIE. Sistema o índice Dupont (en línea). En: Gerencie.com.29, octubre,2021 (s.l.) :(consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gerencie.com/sistema-dupont.html#Utilidad_del_sistema_o_indice_Dupont

⁶⁵ThePower. Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa. (en línea). En: ThePowerMBA. (consultada: 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter>

será entonces menos atractivo. Además, el cliente tiene la potestad de elegir cualquier otro servicio o producto de la competencia. Esta situación se hace más visible si existen varios proveedores potenciales.

Ante esta amenaza se puede recurrir a diversas estrategias como:

- Aumentar la inversión en marketing y publicidad
- Mejorar los canales de venta
- Incrementar la calidad del producto y/o servicio o reducir su precio
- Proporcionar un nuevo valor añadido
- El poder del proveedor,
- Los nuevos competidores entrantes,
- La amenaza que generan los productos sustitutivos
- La naturaleza de la rivalidad.

La utilidad de esta herramienta de gestión es que las empresas pueden analizar y medir sus recursos frente a estas cinco fuerzas. A partir de ahí, estarán en condiciones óptimas para establecer y planificar estrategias que potencien sus oportunidad o fortalezas para hacer frente a las amenazas y debilidades.

7.2.2 Poder de negociación de los proveedores. Cuando los proveedores cuentan con mucha organización dentro de su sector, recursos relevantes y condiciones sobre precios y tamaños de los pedidos, es cuando hacen un mercado más atractivo. Aquí medimos lo fácil que es para nuestros proveedores variar precios, plazos de entrega, formas de pago o incluso cambiar el estándar de calidad. Cuanta menor base de proveedores, menor poder de negociación tendremos. Algunas de las estrategias a seguir para no depender de un solo proveedor o encontrar mejores opciones son:

- Aumentar la cartera de proveedores
- Establecer alianzas a largo plazo con ellos
- Pasar a fabricar materia prima propia

7.2.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes. Si las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, entonces, no es atractiva. La amenaza está en que pueden llegar otras empresas con los mismos productos y nuevos recursos que se adueñen de esa parte del mercado.

En este sentido, las barreras más importantes para preservar la cuota de mercado son:

- Economía de escalas: las grandes compañías logran niveles de producción mucho mayor que las más pequeños y esto trae como consecuencia una reducción en los costes.
- Diferenciación del producto
- Inversiones de capital

- Acceso a los canales de distribución para que el cliente puede consumir el producto final.
- Barreras legales como todo tipo de normativas marcadas de carácter obligatorio que varían en cada país.
- Identificación de marca
- Diferenciación del producto
- Experiencia acumulada
- Movimientos de organizaciones ya sentadas.

Para hacer frente a esta amenaza podemos:

- Mejorar/aumentar los canales de venta
- Aumentar la inversión en marketing y publicidad
- Incrementar la calidad del producto o reducir su precio
- Proporcionar nuevos servicios/características como valor añadido a nuestro
- Cliente

7.2.3 Amenaza de nuevos productos sustitutivos. Un mercado o segmento no será atractivo si hay productos sustitutos o cuando son más avanzados tecnológicamente o presentan precios más bajos. Estos productos y/o servicios suponen una amenaza porque suelen establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto. Debemos estar siempre atentos a las novedades de nuestro sector y a la influencia que dichas novedades pueden tener sobre la organización.

Para combatirlo proponemos algunas estrategias:

- Mejorar los canales de venta
- Aumentar la inversión del marketing
- Incrementar la calidad del producto o reducir su coste
- Diversificar la producción hacia posibles productos sustitutos

7.2.4 Rivalidad entre los competidores. Este factor es el resultado de los cuatro anteriores y es el que proporciona a la organización la información necesaria para el establecimiento de sus estrategias de posicionamiento en el mercado. Cada competidor establece las estrategias con las que destacar sobre los demás. De tal modo, que una fuerte rivalidad se traduce en muchas estrategias. La rivalidad aumenta si los competidores son muchos, están muy bien posicionados o tienen costes fijos, entre otros factores. En estos casos, se trataría de mercados poco atractivos.

Ante la rivalidad entre competidores es conveniente:

- Aumentar la inversión del marketing
- Incrementar la calidad del producto

- Rebajar nuestros costes fijos
- Asociarse con otras organizaciones
- proporcionar un valor añadido a nuestros clientes
- Mejorar la experiencia de usuario.

7.3 PESTEL

Como lo manifiesta Delgado Laura, PESTEL es un instrumento de planificación estratégica que se utiliza para el análisis e identificación de las fuerzas que, a nivel macroeconómico, pueden influir sobre una empresa.

En realidad, el análisis PESTEL es un acrónimo y su significado es la suma de los significados de las palabras que lo componen:

P: analiza los factores políticos.

E: profundiza en los factores económicos.

S: estudia los factores sociales.

T: explica los factores tecnológicos.

E: identifica los factores ecológicos y ambientales.

L: describe los factores legales.

7.3.1 Factores políticos. Los factores políticos tratan de la normatividad aplicable al país o región en la cual tiene incidencia la empresa, al igual que la posición de los líderes del gobierno ante determinadas situaciones, la estabilidad o inestabilidad del gobierno, exenciones y acuerdos comerciales con otros países de la región.

Un ejemplo claro en este aspecto son los impuestos que gravan determinados productos y los tratados de libre comercio que pueden representar alivios tributarios. Cada gobierno puede hacer reformas tributarias que modifiquen la carga impositiva y esto debe ser tenido en cuenta.

7.3.2 El factor económico. Incluye todo lo relacionado con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero y de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional. Aquí debemos considerar la situación económica del país o región en la cual tiene incidencia la empresa y los cambios de ciclos económicos (crisis o bonanza).

Factores importantes para considerar pueden ser la tasa de desempleo, la inflación, tasas de crecimiento económico, el PIB, el IPC, tasas de interés, tasa de cambio, fuentes de financiación, entre otros

7.3.4 Factor social. Se debe contemplar cómo las relaciones, las características demográficas, las estructuras sociales, la cultura y el entorno pueden afectar a su

negocio. En este sentido debemos analizar la situación de su público objetivo para entender su relación real con su producto o servicio.

Puede caracterizarlo teniendo en cuenta: edad de la población, patrones culturales, estructura familiar, movimientos geográficos de la población, nivel formativo, nivel de ingresos, cambios en los hábitos de consumo, conciencia por la salud etc.

7.3.5 Factor tecnológico. Este es un factor que es importante analizar ya que puede influir tanto en la empresa como en el consumidor.

Mientras para la empresa los avances tecnológicos pueden ayudar trayendo consigo una producción más rápida y de calidad, para el consumidor también es más fácil tener acceso a algunos productos o servicios a través de ella. La tecnología evoluciona cada vez más rápido y difícilmente las empresas acompañan este desarrollo.

7.3.6 Los factores ecológicos. También afectan las empresas y normalmente no son tan fáciles de controlar, como, por ejemplo:

- Escasez de materia primas
- Aumento de la contaminación
- Leyes de protección del medio ambiente
- Regulación del consumo de energía
- Cambio climático
- Conciencia social ecológica

7.3.7 Los factores legales. Están compuestos por las leyes que afectan a la empresa y limitan su actuación.

Entre los factores más importantes a considerar, podemos mencionar:

- Leyes sobre empleo o laborales
- Leyes de salud y seguridad laboral
- Leyes de igualdad
- Leyes de protección ambiental
- Leyes antimonopolio
- Leyes sobre sectores regulados
- Leyes de propiedad intelectual⁶⁶

⁶⁶DELGADO, Laura. Análisis PESTEL: qué es, cuándo y cómo hacerlo. (en línea). En: PENSEMOS. (s.l.): (consultada: 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/analisis-pestel-que-es-cuando-como-ejecutarlo>

2.5 MARCO CONCEPTUAL

Análisis financiero: como menciona Roldan Paula⁶⁷, es el estudio e interpretación de la información contable que para el caso de la investigación será para la empresa Star Books con el fin de diagnosticar su situación actual y proyectar su desenvolvimiento futuro.

Lo anterior con el fin de diagnosticar la situación actual y evaluar la futura por medio de herramientas como es el análisis vertical y horizontal, razones financieras y árbol de rentabilidad.

Emergencia sanitaria: según Implika, "se produce cuando la vida y la salud se encuentra ante una amenaza inmediata. En estas situaciones se deben tomar medidas urgentes para que la situación no empeore"⁶⁸.

Estados financieros: como menciona Elizalde Letty, "los estados financieros reflejan las operaciones o transacciones diarias que demuestra una empresa en sus actividades, siendo resumidas en la estructura exhibida como estado financiero. Los estados financieros se alimentan de la información suministrada por los libros contables y en los mismos se expone la rentabilidad de la organización. Siendo mostrados en periodo trimestral, semestral o anual"⁶⁹.

De lo anterior podemos mencionar que los estados financieros de Star Books permitirán conocer la situación financiera de la empresa y los resultados obtenidos, posteriormente permiten ser la base fundamental para determinar el análisis financiero en la empresa.

Estrategia: según Westreicher Guillermo⁷⁰, la estrategia es un procedimiento organizado para tomar decisiones y/o emprender acciones con base en un escenario dado. Esto se hace buscando alcanzar uno o más objetivos previamente definidos.

⁶⁷ROLDAN, Paula. Análisis financiero. (en línea). En: Economipedia. (s.l.): (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>

⁶⁸IMPLIKA. Las emergencias sanitarias y la medicina de urgencia (en línea). En: Implika. (s.l.): 9, marzo, 2021 (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.implika.es/blog/que-es-emergencias-sanitarias>

⁶⁹ELIZALDE, Letty. Estados financieros y políticas contables. Quito: Ecuador, 2019. p.219.

⁷⁰WESTREICHER, Guillermo. Estrategia clínicos (en línea). En: Economipedia. (s.l.): (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html#:~:text=La%20estrategia%20es%20un%20procedimiento,se%20busca%20lograr%20una%20meta.>

Hechos económicos: como afirma gerencie⁷¹, un hecho económico es una acción u operación económica realizada por la empresa que puede ser una compra, venta ya sea de contado o crédito, abonos a proveedores o de acreedores, financieramente influyente en la situación de la empresa, ya sea mediante la obtención de recursos o mediante el gasto de recursos, ya que registra contablemente tanto los beneficios como las reducciones, pérdidas o flujo de recursos.

Indicador financiero: como menciona Actualícese⁷², son herramientas diseñadas a partir de los estados financieros de la empresa y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, capacidad de generar liquidez, los rendimientos y utilidades a través de la interpretación de datos, resultados e información en general. Los indicadores financieros permiten el análisis de hechos individuales, y facilitan las comparaciones con los competidores.

La rentabilidad: como menciona Gerencie, es lo que rinde o produce una inversión o un activo. Es la ganancia que se obtiene de un capital invertido y se obtiene de la comparación entre la utilidad obtenida y el capital invertido.

La rentabilidad mide la utilidad porcentual de la inversión o el retorno obtenido. En la rentabilidad se determina el margen de retorno o beneficio que se obtiene, y sirve para determinar qué tan rentable es un negocio.

No es lo mismo una inversión que genera un 20% de utilidad a otra que con el mismo capital genera una utilidad del 30%. Es aquí también la importancia de tener en cuenta la diferencia entre utilidad ya que son dos conceptos diferentes y complementarios. La utilidad es simplemente el nombre que se le da a un valor resultante después de restar a los ingresos todos los egresos. Rentabilidad es el nivel de rendimiento que se ha obtenido de un capital invertido, representa la gestión de ese capital, y en últimas es la rentabilidad que permite observar si el negocio en que se ha invertido es un buen negocio o no⁷³.

⁷¹GERENCIE. Hechos económicos en contabilidad (en línea). En: Gerencie.com. (s.l.): 02, febrero, 2021 (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/hechos-economicos-en-contabilidad.html>.

⁷²ACTUALICESE. Definición de indicadores financieros (en línea). En: Actualicese.com. (s.l.): 26, febrero, 2015 (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://actualicese.com/definicion-de-indicadores-financieros/>.

⁷³GERENCIE. Diferencia entre utilidad y rentabilidad (en línea). En: Gerencie.com. (s.l.): 03, diciembre, 2021(consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gerencie.com/rentabilidad-versus-utilidad.html#Utilidad_versus_rentabilidad

Liquidez: como menciona Debitoor⁷⁴, la liquidez es la capacidad de una entidad para obtener efectivo para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. En otras palabras, los activos se pueden convertir fácilmente en dinero.

SARS-CoV-2: y la revista médica clínica, Las Condes, “es el tercer coronavirus que emerge en las últimas dos décadas y produce la enfermedad denominada COVID-19 (enfermedad infecciosa por coronavirus 2019). Ha demostrado ser fácilmente transmisible entre humanos con una rápida diseminación mundial y declarada como pandemia el 11 de marzo 2020”⁷⁵.

Utilidad: como menciona, Euroinnova Business School, también conocido como beneficio, que se encuentra expresado en las cifras finales de la empresa y los costos incurridos en el proceso. Es decir, es la cifra resultante de la deducción de los ingresos obtenidos por la empresa o de la venta, o de los gastos derivados de los costes de producción o comercialización.

En este sentido, si el dato es positivo, entonces se retendrán los beneficios, y si es negativo, se enfrenta a una clara pérdida. Es importante además de conocer el concepto de utilidad, conocer las definiciones de los diferentes tipos de utilidades.⁷⁶

Utilidad bruta: como menciona Euroinnova Business School “es la diferencia entre el total de ventas en un tiempo determinado y el costo total de su producción y comercialización en el mismo periodo de tiempo”⁷⁷.

Utilidad fiscal: según Euroinnova Business School “es aquella utilidad que se utiliza como base para calcular el Impuesto”⁷⁸.

Utilidad marginal: como afirma Euroinnova Business School “se refiere al incremento de la satisfacción obtenida por el producto o servicio hasta llegar a su

⁷⁴DEBITOOR. Liquidez - ¿Qué es la liquidez? (en línea). En: Debitoor. (s.l.): (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://debitoor.es/glosario/definicion-liquidez>

⁷⁵REVISTA MEDICA CLINICA LAS CODES. Emergencia de sars-cov-2. aspectos básicos sobre su origen, epidemiología, estructura y patogenia para clínicos (en línea). En: Elsevier. (s.l.) (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-medica-clinica-las-condes-202-articulo-emergencia-de-sars-cov-2-aspectos-basicos-S0716864020300924>

⁷⁶EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL. ¿Qué es la utilidad dentro de la economía? (en línea). En: EUROINNOVA(s.l.): (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.euroinnova.co/blog/que-es-la-utilidad>

⁷⁷ *Ibíd.*p.5

⁷⁸ *Ibíd.*p.6

punto máximo de demanda hasta que empieza a disminuir y habrá llegado a su nivel máximo de utilidad”⁷⁹.

Utilidad neta: según Euroinnova Bussiness School “es la utilidad o beneficio que resulta luego de haber contabilizado los gastos y los ingresos no operacionales como impuestos y reservas legales”⁸⁰.

⁷⁹ Ibíd.p.7

⁸⁰ Ibíd.p.4

3. METODOLOGIA

3.1 PARADIGMA

La presente investigación se considera en un paradigma positivista, como menciona Herrera José, “también es conocido como cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, el cual busca explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar teorías y leyes para regular los fenómenos; identificar causas reales, temporalmente precedentes o simultáneas”⁸¹.

En esta investigación se realiza con el objetivo de determinar los efectos financieros de la emergencia sanitaria del SARS-CoV-2 en la empresa Star Books, a través de herramientas que permitan la correcta obtención de datos para llevar a cabo el análisis financiero.

En este caso el método científico, parte a través del análisis de la información financiera de Star Books y la determinación de los cambios que se generaron por la pandemia del SARS-Cov-2.

3.2 ENFOQUE

El enfoque aplicado en la presente investigación es cuantitativo, según Canive Teresa, “este método está basado en una investigación empírico-analista. Basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas-efectos concretas.

La investigación cuantitativa tiene como objetivo obtener respuestas de la población a preguntas específicas. La finalidad empresarial sería la toma de decisiones exactas y efectivas que ayuden a alcanzar aquello que estábamos persiguiendo.”⁸²

Para esta investigación se tuvo en cuenta este método con la finalidad de observar cuales son las variaciones que se presentaron en los estados financieros debido a la pandemia del SARS-Cov-2.

⁸¹HERERA, José. Las prácticas investigativas contemporáneas. Los retos de sus nuevos planteamientos epistemológicos (en línea). En: Instituto internacional de investigación y desarrollo tecnológico educativo (INDTEC). (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/173

⁸²CANIVE, Teresa. Investigación cuantitativa. características del método cuantitativo (en línea). En: Sinnaps (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>

3.3 METODO

El método de esta investigación es deductivo, según Rodríguez Andrés & Perez Alipio, “mediante la deducción se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad.

Las generalizaciones son puntos de partida para realizar inferencias mentales y arribar a nuevas conclusiones lógicas para casos particulares. Consiste en inferir soluciones o características concretas a partir de generalizaciones, principios, leyes o definiciones universales. Se trata de encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos o descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos.

Así, de lo más general, se realizan deducciones lógicas que originan nuevas regularidades, principios y leyes de menor grado de generalidad que las de partida. De esta forma, se reestructura o reajusta el sistema teórico, conceptual o metodológico de la propuesta de solución⁸³.

En esta investigación se maneja este método debido a que parte del reconocimiento de la información y el análisis que afecta de manera positiva o negativamente la pandemia del SARS-CoV-2 dentro de la empresa Star Books, en vista que con el desarrollo de cada uno de los objetivos se realizó el diagnóstico de los cambios de la parte financiera de Star Books.

3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es considerada tipo descriptivo, ya que como menciona Mejía Tatiana⁸⁴, la investigación descriptiva es un tipo de investigación que describe la población, situación o fenómeno en el que se centra el estudio. Trata de brindar información sobre el qué, cómo, cuándo y dónde del problema de investigación, sin priorizar la respuesta al “por qué” del problema.

3.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.5.1 Población. Se define según Lugo Zara, como “la población estadística, también conocida como universo, es el conjunto o la totalidad de elementos que se van a estudiar.

⁸³RODRIGUEZ, Andrés; PEREZ, Alipio. Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Colombia: Bogota,2017. p.11.

⁸⁴MEJIA, Tatiana. Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos (en línea). En: Lifeder (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

Los elementos de una población lo conforman cada uno de los individuos asociados, debido a que comparten alguna característica en común⁸⁵.

Para esta investigación la población que se tuvo en cuenta para el cumplimiento del primer objetivo elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros a través de análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y los árboles de rentabilidad para determinar cuáles son los problemas dentro del marco de la pandemia del SARS-CoV-2, es el personal que se encuentra laborando en la parte administrativa de la empresa Star Books.

Diagnosticar los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER, se tuvo en cuenta el total de los restaurantes de la ciudad de Pasto, que como menciona la cámara de comercio en el año 2020⁸⁶, el número total de establecimientos de comercio en la actividad económica de alojamiento y servicios de comida es de 567. Y además se tendrá en cuenta la población de los clientes fieles del restaurante que son 50 personas, dicha información fue suministrada por Star Books.

3.5.2 Muestra. La población del proyecto es limitada, ya que su parte administrativa está conformada por cuatro personas los dueños, gerente y contador público de los cuales se tomará el 100% de la población.

Para el cumplimiento del segundo objetivo diagnosticar los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER, se tomó un tamaño de muestra de 81 restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto con un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 8%.

Además, la muestra de los clientes de Star Books corresponde a 37 personas, con un margen de error del 7% y nivel de confianza del 90%.

3.6 TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Las fuentes de recolección de la presente investigación son:

- **Entrevista:** se realizó la entrevista por medio de preguntas abiertas subjetivas al personal del área administrativa de Star Books, además se tendrán en cuenta

⁸⁵ LUGO, Zara. Población y muestra (en línea). En: Diferenciador (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/#:~:text=La%20poblaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,comparten%20alguna%20caracter%C3%ADstica%20en%20com%C3%BAn.>

⁸⁶ CAMARA DE COMERCIO DE PASTO, Boletín estadístico movimiento de registro público de cámara de comercio de Pasto 2020. Colombia: Pasto, 2020. p.45.

los estados financieros de los años 2019-2021 y los documentos que suministre la empresa.

- **Encuesta:** se realizó las encuestas por medio de preguntas cerradas y concretas acerca de PESTEL Y PORTER a la muestra del sector de restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto y también una encuesta sobre la satisfacción del cliente a la muestra de la empresa Star Books.

3.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.7.1 Aplicación de instrumentos de recolección de la información. De acuerdo con lo citado en la metodología a continuación se realizó las entrevistas dirigidas a la parte administrativa y contable y posteriormente se llevó a cabo la encuesta dirigida a los clientes de la empresa Star Books y restaurantes de la ciudad de Pasto.

Cuadro 13. Aplicación de entrevista al administrador de la empresa Star Books

Pregunta	Respuesta del administrador	Análisis
¿Cómo nació Star Books?	Star Books nació en octubre del 2018 debido a que los socios les gusta practicar la lectura; en el momento uno de los socios tenía una revista de crecimiento personal que se llamaba revista purpura, posteriormente se decidió hacer un sitio de libros de autoayuda y crecimiento personal el cual, en la actualidad cuenta con una variedad de libros como lo son las novelas, bibliografías, psicología, filosofía etc. cuenta con una gama de libros de aproximadamente de 10.000 de los cuales al inicio se comenzó con 500. Adicional a ello mencionan que existen muchas librerías y restaurantes, pero ninguna con la combinación de ambos, por tal razón Star Books no es un restaurante ni una librería sino un	Según la respuesta del propietario, se logra evidenciar que la parte administrativa de la empresa cuenta con una excelente apropiación de su historia y también de lo que se desarrolla dentro de ella. Además, desde el inicio de Star Books se identifica un proceso de innovación empresarial en la ciudad de San Juan de Pasto que como menciona Green Noushka ⁸⁷ , la innovación empresarial se produce cuando las empresas implementan nuevos procesos, ideas, servicios o productos con el objetivo de mejorar sus resultados. Esto

⁸⁷GREEN, Anoushka. ¿Qué es la innovación empresarial y por qué es importante? (en línea). En: Wework ideas. (s.l):29, julio,2021 (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.wework.com/es-LA/ideas/professional-development/what-is-business-innovation>

	<p>lugar donde se puede vivir una experiencia, es un lugar innovador y diferente en el cual se puede enamorar de la literatura y disfrutar de una buena comida, debido a que cuenta con una carta muy amplia y con una de las mejores pizzas de la ciudad.</p>	<p>significa lanzar productos o servicios nuevos y mejorados, lo cual permite generar mayores ingresos.</p> <p>Lo anterior es de gran importancia para la presente investigación debido a que permite conocer como Star Books ha avanzado en el tiempo y las razones de ello.</p>
<p>¿Cómo está constituida legalmente Star Books?</p>	<p>Star Books está constituido como régimen simplificado, pero ya en poco tiempo se va a convertir a régimen común, ya que está rozando los topes de ingresos para convertirse en régimen común y además ser responsables de impuesto al consumo.</p>	<p>Star Books está constituido de manera legal como régimen simplificado y cumple con la normatividad que se establece en la ley 590 del 2000, en la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas.</p> <p>También esta información es importante para la investigación debido a que permite identificar que Star Books cumpla con los requisitos para pertenecer al grupo 3 de las NIIF como menciona el decreto 2706 del 2013 en el marco de información financiera que aplican las microempresas, con el fin de cumplir el primer objetivo de elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros a través de análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y los árboles de rentabilidad para determinar cuáles son los problemas dentro del marco</p>

		de la pandemia del SARS-CoV-2.
¿Cuál es la misión y visión de la empresa?	<p>Misión: es el café más importante de la ciudad de Pasto, visualizándose a nivel nacional con el propósito de decirles a las personas que se enamoren de la lectura.</p> <p>Visión: en los próximos 2 años tener tres Star Books en la ciudad de Pasto y una sede a nivel nacional.</p>	<p>La parte administrativa refleja que tiene un buen conocimiento de la estructura organizacional de Star Books, debido a que conoce cuál es el servicio que quieren ofrecer a la sociedad y como se va a proyectar hacia un futuro.</p> <p>La misión y visión según crecer, “permite perfilar los objetivos de la empresa, la manera que se aproximará a su público y sus estrategias de crecimiento y desarrollo futuro.”⁸⁸</p> <p>Lo anterior es importante para realizar el diagnóstico financiero de la empresa Star Books.</p>
¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?	<p>Se cuenta con 13 colaboradores, los cuales cuentan con todas las prestaciones sociales y se tienen en cuenta las diferentes jerarquías en la empresa.</p>	<p>Se identifica que la empresa Star Books actualmente, cuenta con 13 colaboradores, los cuales están distribuidos por las diferentes áreas de trabajo, además la empresa Star Books, cumple con los requisitos establecidos en el código sustantivo del trabajo en lo relacionado a obligaciones laborales.</p>

⁸⁸CRECER. Misión y visión en la empresa. ¿por qué son importantes? (en línea). En: Crecer. (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.crecer.cl/importancia-mision-vision-empresas/#:~:text=La%20misi%C3%B3n%20y%20visi%C3%B3n%20permite,para%20qu%C3%A9%20ha%20sido%20creada>.

		<p>La importancia de la empresa Star Books de contar con una estructura organizacional ya que como menciona Bizneo,” la estructura organizacional es el sistema jerárquico escogido para organizar a los trabajadores en un organigrama de una empresa. Gracias a ella, se abordan las formas de organización interna y administrativa.”⁸⁹</p> <p>Tiene relación con presente trabajo, debido a que son costos en los cuales incurre la empresa, los cuales se ven reflejados en los estados financieros de la empresa Star Books.</p>
<p>¿Cuáles son las actividades económicas que desarrolla Star Books?</p>	<p>Las actividades que desarrolla Star Books son venta de libros y restaurante</p>	<p>Es importante conocer las actividades económicas, entendiéndose por ello según Claraboya “como cualquier actividad relacionada con la producción, el intercambio y el consumo de bienes o servicios”⁹⁰</p>

⁸⁹BIZNEO. ¿Qué es la estructura organizacional? (en línea). En: Bizneo. (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bizneo.com/blog/estructura-organizacional/#:~:text=La%20estructura%20organizacional%20es%20el,se%20ramifica%20en%20un%20%C3%A1rbol.>

⁹⁰CLARABOYA. Actividades económicas (en línea). En: Claraboya. (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.claraboya.com.mx/glosario-definicion/Actividades%20econ%C3%B3micas#:~:text=Una%20actividad%20econ%C3%B3mica%20es%20cualquier,a%20la%20econom%C3%ADa%20de%20ella.>

		<p>Dentro de Star Books se conoce las actividades de venta de libros y servicio de restaurante, las cuales permiten determinar cuáles son las fuentes de ingresos para el respectivo diagnóstico financiero de la empresa.</p> <p>Según el Ministerio de comercio industria y turismo⁹¹, se logra identificar que en la parte del sector gastronómico el PIB aporta en un 6,3% en la economía de Nariño.</p>
<p>¿Qué estrategias implement o o implementa en la empresa Star Books para disminuir el impacto de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2?</p>	<p>No afecto de manera negativa totalmente, ya que fue donde más creció la empresa, se empezó a vender libros a las personas que estaban en casa llevando también la comida a sus casas, de esta manera la empresa creció mucho más, los trabajadores cumplen con todas las normas.</p> <p>Se tiene visita de sanidad y se cumple con los protocolos de bioseguridad de esta manera se disminuye los riesgos de contagio.</p>	<p>Podemos evidenciar que en la empresa Star Books no afecto de manera negativa la pandemia del SARS-CoV2, sino que permitió que la empresa creciera, a pesar de que en la gran mayoría del sector restaurantes genero impactos negativos.</p> <p>Además, la empresa Star Books implemento en la emergencia sanitaria SARS-Cov-2 la venta a domicilio como se menciona en el decreto 457 de 2020 “La comercialización de los productos de los establecimientos y locales gastronómicos mediante plataformas de comercio electrónico o por entrega a</p>

⁹¹MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Perfiles económicos departamentales (en línea) En: Mincit. (s.l.): (consultada: 21, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos>

		<p>domicilio. Los restaurantes ubicados dentro de las instalaciones hoteleras solo podrán prestar servicios a sus huéspedes.”</p> <p>Para la presente investigación es importante debido a permite conocer como la empresa Star Books estructuro la forma de trabajar con el fin de adaptarse a los cambios y seguir operando en el mercado en momentos de incertidumbre.</p> <p>Otro aspecto importante es lo relacionado a las estrategias de marketing digital que implemento Star Books, que, de acuerdo con Selman⁹², consiste en todas las estrategias de mercadeo que se realizan en la web, para que un del sitio concrete su visita tomando una acción que se ha planteado de antemano. Va mucho más allá de las formas tradicionales de ventas y de mercadeo que se conoce e integra estrategias y técnicas muy diversas y pensadas exclusivamente para el mundo digital.</p> <p>Además, es importante tener en cuenta lo que afirma Posted in,” representa la</p>
--	--	---

⁹²SELMAN, Habyb. Marketing digital, Citado por MARISCAL, Thalía. Aproximación teórica del Big Data sobre el marketing digital. Ecuador: Guayaquil,2018. p.12.

		<p>mejor herramienta para comunicarse efectivamente con su público, comprender sus necesidades y acercar oportunamente productos o servicios que aporten soluciones a sus necesidades.”⁹³</p>
<p>¿Cuáles fueron las principales dificultades que presento en medio de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2?</p>	<p>Al comienzo de la pandemia fue prescindir de trabajadores debido a que se contaba con 6 trabajadores de los cuales se despidieron 4, además no se contaba con una carta muy amplia, sino que simplemente eran productos específicos, pero Star Books nunca dejó de prestar su servicio.</p>	<p>Teniendo en cuenta que la pandemia del SARS CoV-2, afecto a nivel mundial, se debieron tomar restricciones por el gobierno nacional con el decreto 417 de 2020, en el cual se estableció esta pandemia como emergencia sanitaria, y también se implementó el aislamiento preventivo obligatorio, Star Books se vio afectado de tal manera que se tuvo disminución de empleados y también afecto ya que los productos que ofrecían en su carta en aquella época eran muy reducidos.</p> <p>Esto es de gran relevancia para este proyecto, debido a que podemos evidenciar si se incrementaron o disminuyeron sus utilidades en el periodo 2019-2021.</p>

Fuente.Elaboración propia

⁹³POSTED IN. ¿Qué es marketing digital? (en línea). En: Posted in (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.postedin.com/marketing-digital/>

Cuadro 14. Aplicación de entrevista al contador de la empresa Star Books

Pregunta	Respuesta contadora	Análisis
<p>¿En que periodos se presenta a los propietarios de Star Books la información de los estados financieros?</p>	<p>Inicialmente se presentaban cada 3 meses y actualmente se presentan de manera mensual.</p>	<p>La importancia de los estados financieros, según Elizalde Letty⁹⁴, son aquellos que reflejan las operaciones o transacciones diarias que demuestra una empresa en sus actividades, siendo resumidas en los estados financieros.</p> <p>En la empresa Star Books permite suministrar información sobre la situación financiera y el resultado de las operaciones de la microempresa, que sea útil para la toma de decisiones para los propietarios de Star Books.</p> <p>También es importante para la investigación debido a que permite entender la importancia de presentar los estados financieros de Star Books de manera periódica, como menciona QuAdrans “Las empresas deben ser ágiles al tomar sus decisiones. Para esto, los estados financieros juegan un gran papel, ya que arrojan datos de vital importancia para el desarrollo de cualquier empresa.”⁹⁵</p>

⁹⁴ ELIZALDE, Letty. Estados financieros y políticas contables. Quito: Ecuador, 2019. p.219. WESTREICHER, Guillermo Estrategia clínicos (en línea). En: Economipedia. (s.l.): (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html#:~:text=La%20estrategia%20es%20un%20procedimiento,se%20busca%20lograr%20una%20meta.>

⁹⁵ QUADRANS. ¿Por qué son importantes los estados financieros? (en línea). En: QuAdrans law and finance. (s.l.): 9, octubre, 2019 (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://quadranslawandfinance.com/blog/por-que-son-importantes-los-estados-financieros/>

<p>¿Cómo financia el funcionamiento de la empresa según sus áreas?</p>	<p>Star Books cuenta con 6 áreas que son pizzería, barra, cafés, servicio al cliente y contabilidad. Cada área tiene su presupuesto en la parte de pizzería, restaurantes, barra y café corresponde del 25% al 30% de ventas generales. El área de servicio al cliente y contabilidad tiene presupuesto fijo.</p>	<p>Se logra evidenciar que la empresa Star Books cuenta con áreas distribuidas correctamente debido a que no presenta saturación de trabajo en una determinada área y para una mayor organización cuenta con presupuesto para cada una de ellas.</p> <p>Como lo menciona Gómez Giovanni, “el presupuesto financiero se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los medios esenciales que deben calcularse, como el costo de la realización, el costo del tiempo y el costo de adquirir nuevos recursos.”⁹⁶</p> <p>Lo anterior es importante para la investigación debido a que a través del presupuesto financiero se observa cómo está distribuido los recursos que cuenta la empresa Star Books y es una herramienta que permite tener control en las finanzas.</p>
<p>¿Las decisiones que toma financieramente son de manera empírica o técnica?, ¿Cómo lo realiza?</p>	<p>Las decisiones al principio se realizaban de manera empírica pero actualmente cuenta con un equipo de contabilidad y se realiza de manera estructurada y planeada</p>	<p>Se identifica que la empresa Star Books ha ido avanzado en el área contable permitiendo así identificar cuáles son los puntos débiles y fuertes de la misma.</p> <p>Es importante para la presente investigación, ya que se enfatiza tomar decisiones teniendo en cuenta las herramientas que brinda el análisis financiero y como menciona Murguía</p>

⁹⁶GOMEZ, Giovanni. Presupuesto financiero: fuentes, fijación de precios y márgenes de ganancia (en línea). En: Geopolis (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gestiopolis.com/presupuesto-financiero-basico/#:-:text=El%20presupuesto%20financiero%20se%20refiere,costo%20de%20adquirir%20nuevos%20recursos.>

		<p>María⁹⁷, la información proporcionada por los estados financieros es muy importante en el mundo de los negocios y la contabilidad, porque refleja con precisión el rendimiento de la empresa y la situación financiera de la empresa.</p> <p>Los emprendedores necesitan conocer y comprender la situación financiera de su empresa para poder tomar las decisiones correctas y determinar si es tan rentable como se esperaba. Pero también es importante conocer el origen de las distintas fuentes de ingresos y dónde se invertirá el dinero.</p> <p>Todas las empresas, independientemente de su tamaño y cualquiera que sea su actividad, necesitan tener información sobre su desempeño para saber si están logrando resultados positivos, es decir, si son ganancias o si incurren en pérdidas debido a sus actividades. Los análisis tanto verticales de cada periodo y horizontales de cada ciclo de 2 o tres años, permite ser asertivo en la toma de decisiones como visión de futuro.</p>
<p>¿Cuáles son los efectos financieros que tuvo la empresa debido a la emergencia sanitaria SARS-CoV-2?</p>	<p>Debido a la emergencia sanitaria se disminuyeron las ventas en los primeros meses del área de restaurante, además presidio de personas,</p>	<p>En la pandemia SARS-Cov-2, se evidencio inicialmente que las ventas disminuyeron como le sucedió a la mayoría de empresas, pero en Star Books para contrarrestar estos efectos se plantearon estrategias comerciales para disminuir los impactos.</p>

⁹⁷MURGUIA, María. La importancia de los Estados Financieros en la toma de decisiones (en línea). En: Decisión de empresario (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.decisiondeempresario.com/la-importancia-de-los-estados-financieros-en-la-toma-de-decisiones/>

	posteriormente se plantearon estrategias comerciales para que las ventas aumentaran.	Teniendo en cuenta lo que menciona Deloitte, “las empresas deben responder y acelerar sus planes de contingencia, pensando que las acciones y decisiones que se tomen hoy, pueden cambiar definitivamente el curso del negocio. Ante una emergencia global, que genera tal volatilidad e incertidumbre en los mercados, es importante que los negocios sean proactivos en evaluar sus capacidades de hacer frente a la disrupción desde un punto de vista operativo y financiero.” ⁹⁸
¿En los años 2019-2021 se generaron utilidades y/o perdidas?	En estos años se generaron utilidades.	En la empresa Star Books se identifica que, gracias a las estrategias empresariales, se generaron utilidades a pesar de estar en medio de una emergencia sanitaria. Lo cual permite ser un referente de las estrategias que implemento para generar utilidades.
¿En los años 2019-2021 se generaron incrementos de gastos por motivo de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2? ¿Cuáles son?	No, los gastos disminuyeron debido a que disminuyo la renta y bajaron los servicios, pero se tienen en cuenta que hubo gastos adicionales como son la implementación de los protocolos de bioseguridad	Se logra identificar que la empresa Star Books no se incrementaron los gastos en la implementación de protocolos de bioseguridad, debido a que se contra resto con la disminución de servicios y la renta. Teniendo en cuenta la resolución 350 ⁹⁹ de 2022, por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para el desarrollo de las actividades económicas, sociales, culturales y del Estado

⁹⁸DELOITTE. Atendiendo el impacto financiero del Covid-19 Los retos de la gestión de caja y el impacto en la liquidez (en línea). En: Deloitte (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www2.deloitte.com/co/es/pages/finance/articles/atendiendo-el-impacto-financiero-del-COVID19.html>

⁹⁹COLOMBIA.EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 350 (1, marzo,2022) Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para el desarrollo de las actividades económicas, sociales, culturales y del Estado. Bogotá, 2022.

		Esta resolución fue aplicada a todos los sectores económicos, sociales y culturales del país.
--	--	---

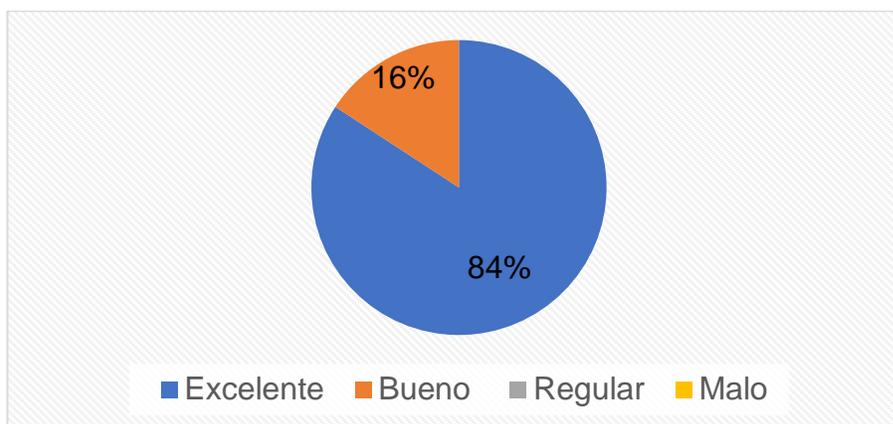
Fuente.Elaboración propia

3.7.2 Tabulación y sistematización de la información

Aplicación de encuesta a los clientes de Star Books

1. ¿Qué le ha parecido los precios ofrecidos por Star Books?

Gráfico 7. Precios ofrecidos por Star Books



Fuente. La presente investigación

Para los clientes de Star Books los precios que ofrece les ha parecido en un 84% de los clientes que corresponde a 32 de ellos, los precios son excelentes para los gastos del consumidor, mientras que el 16% de ellos, que corresponde a 6, el precio es bueno, por lo anterior se denota que los precios son asequibles a los bolsillos de los consumidores.

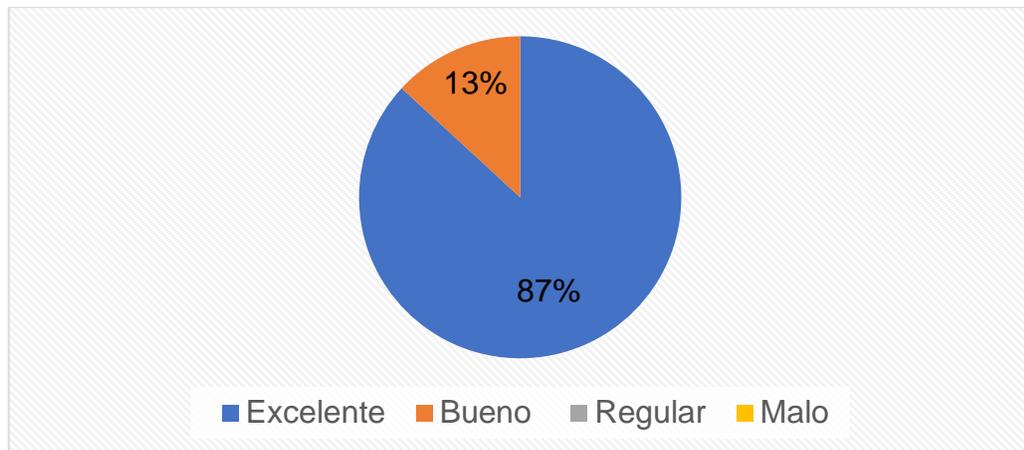
La importancia de elegir precios adecuados, según lo que menciona Certus¹⁰⁰, es entender las condiciones del mercado y las necesidades insatisfechas de los consumidores, así como el costo que el cliente está dispuesto a pagar es la forma de obtener el éxito al establecer una estrategia de precios para un producto o

¹⁰⁰CERTUS. ¿Cómo asignar un precio? 5 estrategias de fijación de precios (en línea). En: Zendesk. (s.l.): 24, marzo, 2020 (consultada: 20, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.certus.edu.pe/blog/estrategias-fijacion-precios/>

servicio teniendo en cuenta que la meta final de cualquier empresa es maximizar sus ingresos siendo competitivo dentro del mercado.

2. ¿Qué le ha parecido la calidad en los productos que ofrece por Star Books?

Gráfico 8. Calidad de los productos ofrecidos por Star Books



Fuente. La presente investigación

Para los clientes de Star Books la calidad en los productos les ha parecido en un 87% excelente y 13% bueno que corresponde respectivamente a 33 y 5 clientes.

Se logra identificar que Star Book brinda productos de excelente calidad dentro de la carta.

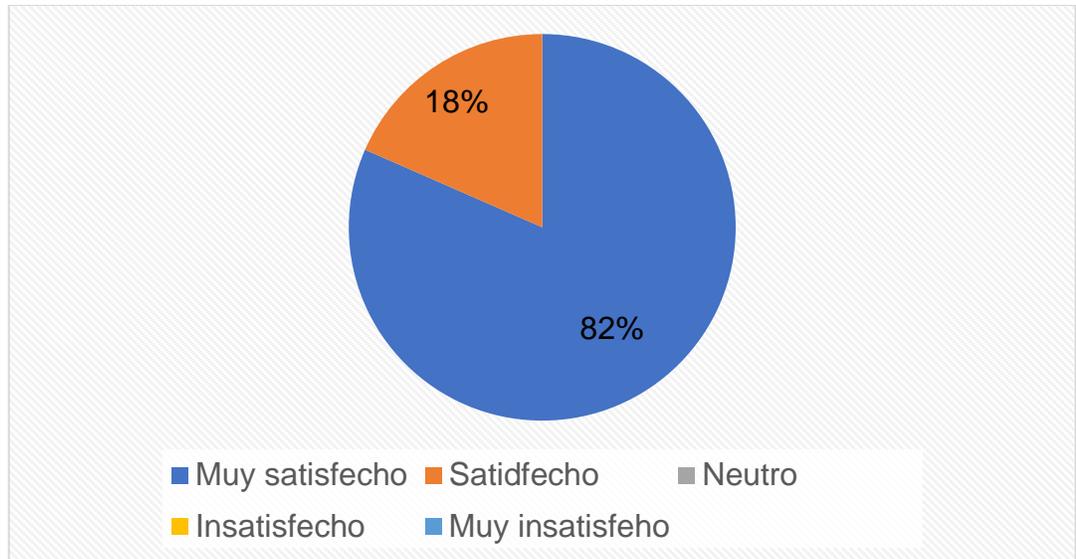
Es importante recalcar el valor en la calidad, teniendo en cuenta lo que menciona la Universidad UNADE¹⁰¹, el cliente es lo más importante, y este sólo estará dispuesto a pagar por aquellos productos o servicios que sean buenos para él, es decir, que tengan calidad.

La implementación de este sistema es muy beneficiosa para las empresas. Un cliente satisfecho siempre se traduce en mayor rentabilidad y fidelidad para la organización.

¹⁰¹UNADE. Calidad del producto (en línea). En: UNADE.17, diciembre,2019 (s.l.): (consultada: 20, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://unade.edu.mx/calidad-del-producto/>

3. ¿Cómo calificaría el servicio ofrecido por Star Books?

Gráfico 9. Servicio ofrecido por Star Books



Fuente. La presente investigación

Para los clientes de Star Books los servicios ofrecidos les ha parecido en un 82% muy satisfechos y 18% satisfecho, lo anterior hace referencia a 31 y 7 clientes.

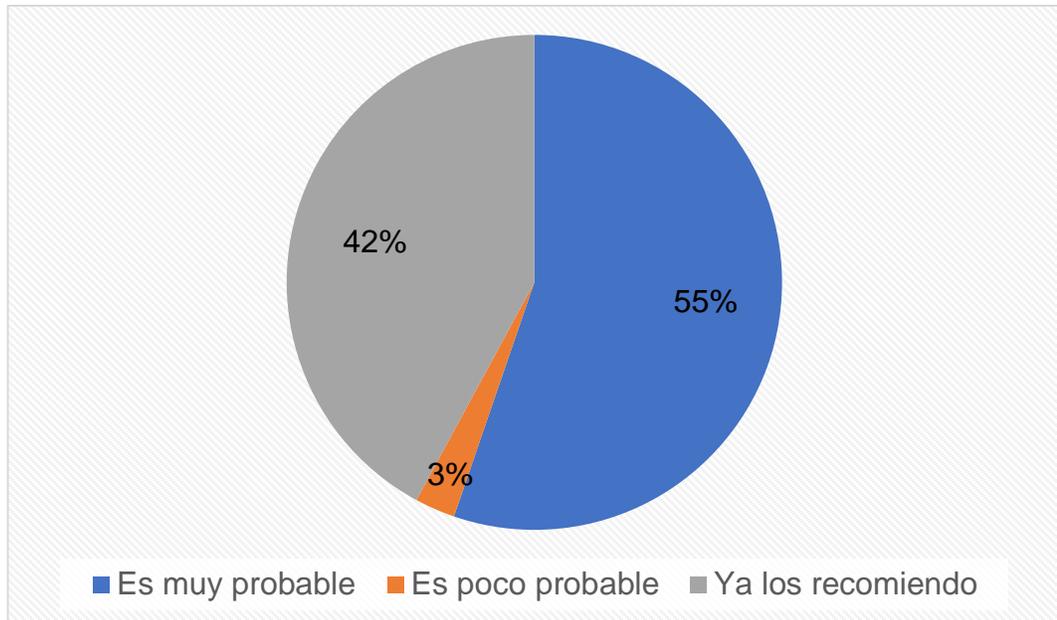
Se puede reflejar que el servicio ofrecido dentro de Star Books es de gran satisfacción para sus clientes lo cual es de vital importancia para seguir con el correcto funcionamiento y la fidelidad.

La calidad en el servicio al cliente es importante ya que, según Silva Douglas¹⁰², por medio de un estudio de Bain & Company reveló que las empresas que brindan una excelente experiencia ven crecer en sus ingresos de 4% a 8% por encima del mercado. Por lo anterior es relevante contar con estrategias para mejorar la calidad en el servicio al cliente ya que influye en generar más ingresos por lo tanto los clientes no solo serán fieles compradores, sino que traerán más retorno sobre la inversión (ROI).

¹⁰²SILVA, Douglas. Importancia de la calidad en el servicio al cliente (en línea). En: Zendesk.22, septiembre,2020 (s.l.): (consultada: 20, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.zendesk.com.mx/blog/importancia-calidad-servicio-cliente/>

4. ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende a Star Books a sus conocidos?

Gráfico 10. Probabilidad de que recomiende a Star Books



Fuente. La presente investigación

Para los clientes de Star Books la posibilidad de que se recomiende a sus conocidos es en un 55% es muy probable correspondiente a 21 clientes, 42% ya los recomienda que está representado por 16 usuarios y 3% es poco probable, teniendo en cuenta que corresponde a 1 consumidor.

Se puede evidenciar que, gracias a la calidad del servicio, la atención al cliente y los precios asequibles al público la gran mayoría de los clientes recomendaría o recomienda a Star Books, lo cual se ve reflejado en la rentabilidad que ha generado Star Books.

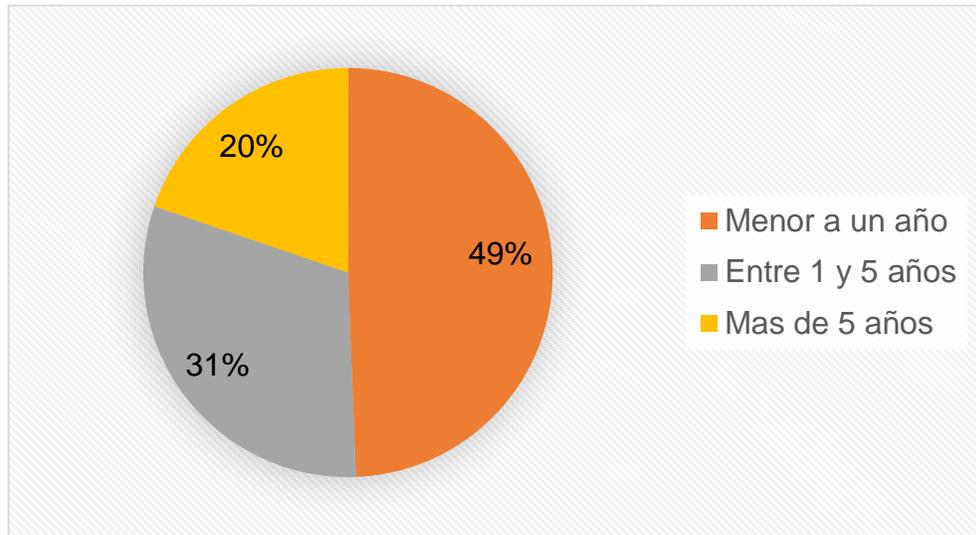
La importancia para la presente investigación, es permite analizar qué tan efectivas han sido las estrategias que ha utilizado Star Books; desde la percepción de los clientes los cuales juegan un papel fundamental dentro de la empresa.

Aplicación de encuesta a los restaurantes de la ciudad de Pasto

La importancia para la presente investigación es a través de la encuesta efectuada a los restaurantes de la ciudad de Pasto, pueda ser útil para realizar el diagnóstico de los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento la empresa?

Gráfico 11. Tiempo de funcionamiento de restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto



Fuente. La presente investigación

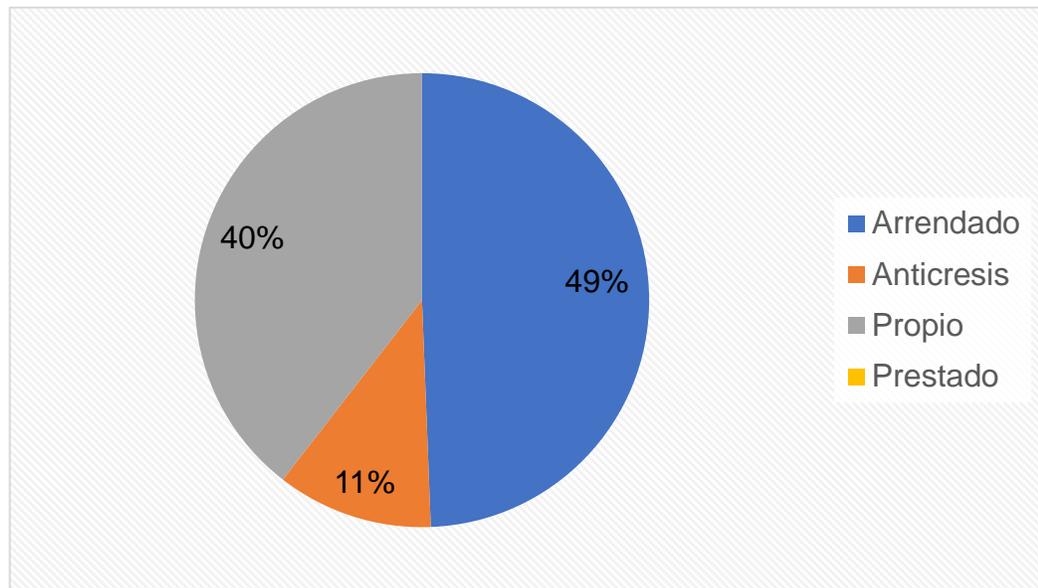
Para los restaurantes de la ciudad de Pasto el tiempo que lleva en funcionamiento en un 49% más de 5 años, el 31% entre 1 y 5 años, y el 20% menor a un año, que corresponde respectivamente a 40,25, y 16 establecimientos respectivamente.

Se logra evidenciar que los restaurantes de la ciudad de Pasto en su gran mayoría han prestado su servicio más de año, los cuales se han logrado sostener a pesar de las barreras y los reajustes que se han tenido que implementar al paso del tiempo y de esta manera mantenerse activos en el mercado.

Lo anterior demuestra que el sector restaurantes refleja una estabilidad económica dentro de San Juan de Pasto, a pesar de que afrontan retos constantemente, uno de los más grandes de ellos fue el atravesar la pandemia del SARS-CoV-2, lo cual es un dato favorable en cuanto a la necesidad de velar por la sostenibilidad del sector restaurantes.

2. El local comercial donde funciona su restaurante es:

Gráfico 12. Local comercial de los restaurantes



Fuente. La presente investigación

Para los restaurantes de la ciudad de Pasto los establecimientos donde funcionan corresponden a un 49% arrendado, a un 40% propio y un 11% anticresis, correspondiente a 40,32 y 9 restaurantes respectivamente.

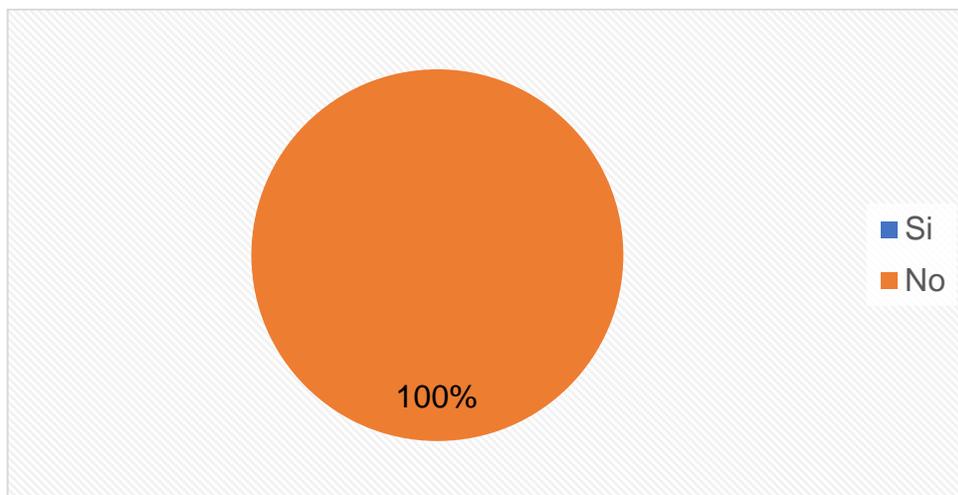
Se logra evidenciar que los restaurantes encuestados en su gran mayoría funcionan en establecimientos arrendados y propios.

Teniendo en cuenta el decreto 579 de 2020¹⁰³, por lo cual se adoptan medidas transitorias en materia de propiedad horizontal y contratos de arrendamiento, en el marco de la emergencia económica, social y ecológica, se logra evidenciar tras las manifestaciones de los propietarios de los restaurantes que ellos no recibieron ningún tipo de ayuda por lo que se vieron muy afectados económicamente.

¹⁰³ COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Decreto 579 (15,abril,2020) Por el cual se adoptan medidas transitorias en materia de propiedad horizontal y contratos de arrendamiento, en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica. Diario oficial, Bogotá, 2020.

3. ¿Cuenta con algún subsidio por parte del gobierno?

Gráfico 13. Subsidios por parte del gobierno a los restaurantes de la ciudad de Pasto



Fuente. La presente investigación

Mediante la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de Pasto, se logra reflejar que 100% no cuentan con subsidio por parte del gobierno, que corresponde a 81 establecimientos.

Se puede evidenciar que, en su totalidad, no cuentan con subsidio por parte del gobierno Nacional, según Portafolio “la emergencia sanitaria dejó a varias familias sin recursos y sin trabajo ni opciones para tener condiciones básicas de vida, además sectores como el turismo, el comercio entretenimiento y otros se vieron gravemente afectados”¹⁰⁴

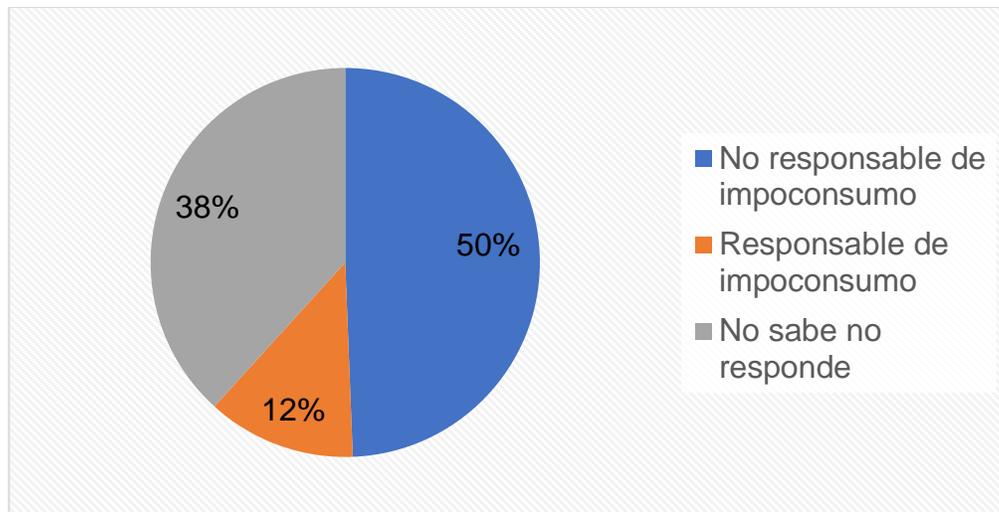
Un gran porcentaje de los establecimientos cerraron sus puertas afectadas por los reajustes que implementó el gobierno nacional, los altos precios de los insumos y la propagación del virus.

Lo anterior es importante para la presente investigación debido a que permite identificar que las políticas públicas de ayuda por parte del gobierno, no abarca el sector de los restaurantes, disminuyendo la sostenibilidad de las empresas.

¹⁰⁴PORTAFOLIO. Los subsidios que se crearon en pandemia y siguen vivos (en línea). En: PORTAFOLIO.22, febrero, 2022 (consultada: 22, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica:
<https://www.google.com/amp/s/www.portafolio.co/amp/economia/gobierno/subsidios-en-pandemia-cuales-seguiran-en-2022-561540>

4. ¿Su restaurante es responsable de imptoconsumo?

Gráfico 14. Imptoconsumo



Fuente. La presente investigación

Mediante la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de Pasto, en un 50% no son responsables de imptoconsumo es decir 40 restaurantes, un 38% que corresponde a 31 restaurantes que no saben no responde y un 12% que representa a 10 restaurantes que son responsables de imptoconsumo.

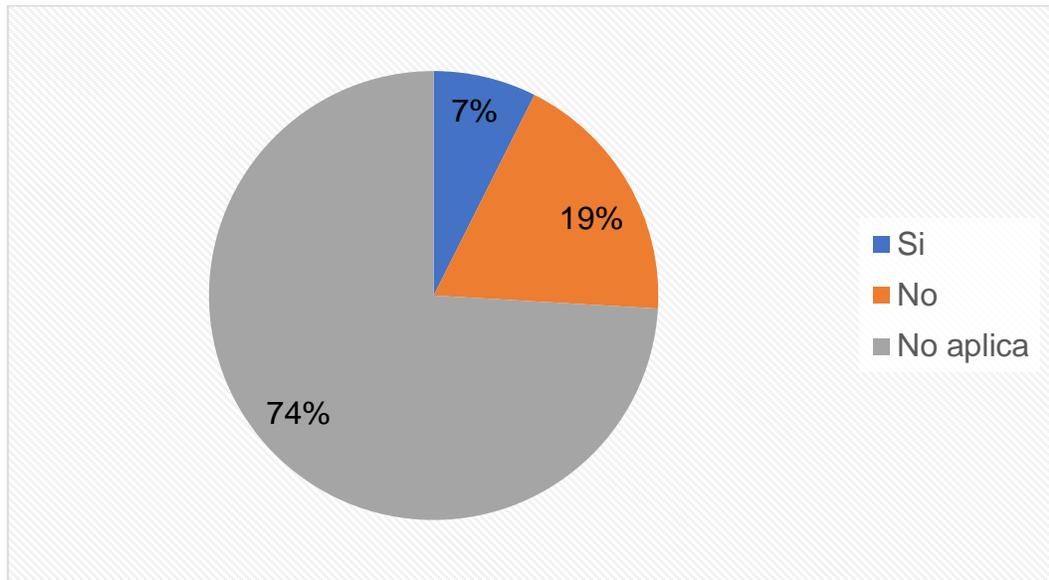
Se puede evidenciar que la gran mayoría de los restaurantes no son responsables del impuesto debido a que no cumplen con los requisitos que la ley señala en el estatuto tributario¹⁰⁵ en su artículo 512-13, los cuales son que en el año anterior hubieren obtenido ingresos brutos totales, provenientes de la actividad, inferiores a tres mil quinientas (3.500) UVT y que tengan máximo un establecimiento de comercio, sede, local o negocio donde ejercen su actividad.

Lo anterior es importante para la presente investigación debido a que nos permite identificar uno de los factores políticos, teniendo en cuenta la normatividad aplicada dentro de los restaurantes. Además de ello permite identificar que no hay un amplio conocimiento sobre los tributos que debe pagar el sector. Cabe precisar que el desconocimiento de la norma, no los exime de las responsabilidades fiscales.

¹⁰⁵ COLOMBIA. Estatuto tributario. Régimen simplificado del impuesto nacional al consumo de restaurantes y bares, artículo 512-13. <https://estatuto.co/512-13>
COLOMBIA. EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 385 (12, marzo, 2020) Por la cual se declara la emergencia sanitaria por causa del coronavirus COVID-19 y se adoptan medidas para hacer frente al virus. Bogotá, 2020.

5. ¿En su empresa afectó el cambio de las NIIF (Normas internacionales de información financiera)?

Gráfico 15. Afecto el cambio de las Normas Internacionales de Información financiera



Fuente. La presente investigación

Para los restaurantes de la ciudad de Pasto el cambio del NIIF afecto en un 7% que hace referencia 6 restaurantes, en un 19% correspondiente a 15 los cuales no afecto y un 74% es decir 60 restaurantes no aplica.

Es fundamental tener en cuenta la implementación de las NIIF ya que como menciona Cortes Luisa¹⁰⁶, respaldan la confiabilidad y calidad de la información financiera. Además, la importancia de las NIIF también es facilitar el crecimiento de su negocio. A medida que agregan credibilidad a su información, puede acceder fácilmente a préstamos, inversiones y otros tipos de beneficios.

Las empresas necesitan una comprensión simple de sus transacciones financieras a escala global. Esto solo es posible después de aplicar las NIIF. Incluso si no se realiza transacciones internacionalmente, debe mantener su información actualizada para tomar decisiones que vayan acorde a la normatividad.

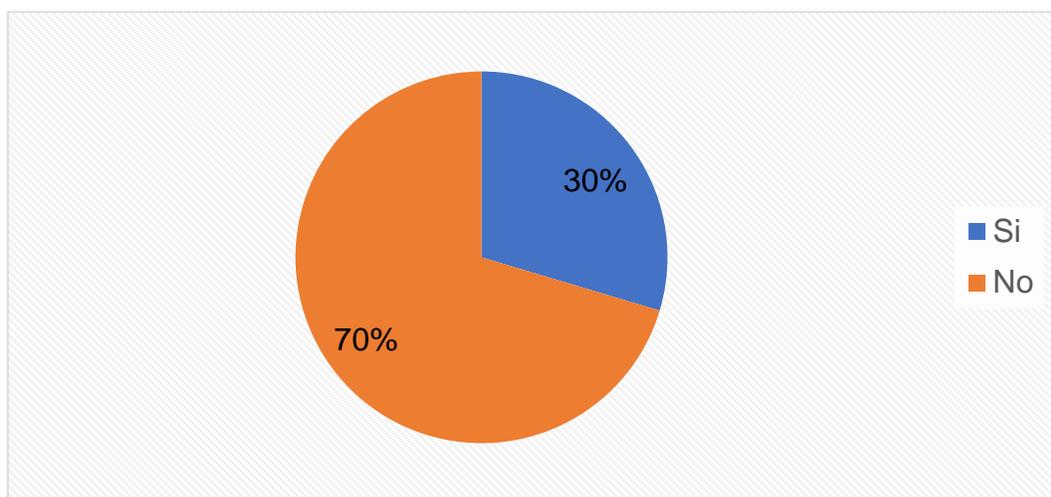
¹⁰⁶CORTES, Luisa. NIIF en Colombia: su importancia (en línea). En: SIIGO.COM. (s.l.): 18, enero, 2018 (consultada: 22, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.siigo.com/blog/contador/niif-en-colombia-su-importancia-en-2018/#:~:text=El%20objetivo%20de%20las%20NIIF%20es%20regular%20la%20preparaci%C3%B3n%20de,calidad%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20financiera.>

Las NIIF son un estándar de confianza para los inversores y mantienen un lenguaje estándar que todas las empresas pueden entender.

Es relevante para la presente investigación puesto que ayuda a identificar que los restaurantes de la ciudad de Pasto no implementan la contabilidad bajo la normatividad internacional, sino que la mayoría de ellos usa métodos empíricos para el control de sus operaciones.

6. ¿La empresa paga impuestos?

Gráfico 16. Pago de impuestos en los restaurantes



Fuente. La presente investigación

Según la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de Pasto un 30% si paga impuestos y el 70% no paga o lo desconoce que corresponde respectivamente a 24 y 57 establecimientos.

Se puede concluir que el 30% de los restaurantes encuestados cumplen con el pago de los impuestos de industria y comercio, cámara de comercio, bomberos, Sayco y Acinpro, es fundamental recordar que los impuestos son de gran importancia en el territorio y el desconocimiento de las obligaciones implica sanciones principalmente cuando no se mantiene todos los documentos en regla.

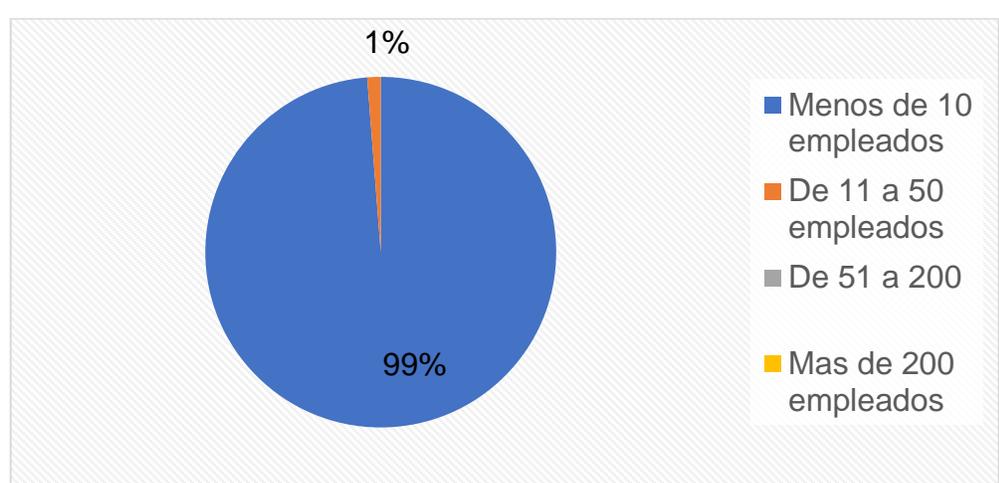
Es relevante para la investigación, tener en cuenta que el 70% de los restaurantes no se encuentran debidamente legalizados, es decir realizan sus actividades de manera informal, por lo que es un factor que disminuye las capacidades de crecimiento de los establecimientos, como menciona Villamuzio¹⁰⁷, algunos

¹⁰⁷VILLAMUZIO. 10 razones por las que debes formalizar tu empresa (en línea). En: estudiocontablevmc. (s.l.): (consultada: 1, septiembre, 2022). Disponible en la dirección

aspectos importantes de formalizar el establecimiento es que permite generar credibilidad, en vista de que permite construir una imagen solida frente a los clientes, proveedores y público en general; financiación debido a que pueden acceder a préstamos y créditos de las diferentes instituciones; tener más posibilidades de atraer inversionistas; mejorar el control del establecimiento puesto que si se lleva adecuadamente la contabilidad, se podrá tener un control acertado de ingresos y egresos, con el fin de tomar decisiones correctas; accesos a un mercado más amplio a razón de que se tiene la posibilidad de vender más productos y/o servicios, acceder a programas del Estado o instituciones privadas que buscan beneficiar a las micro, pequeñas y medianas empresas y responsabilidad social ya que el pago de impuestos que le correspondan permite contribuir significativamente al crecimiento del país.

7. ¿Con cuántos empleados cuenta el restaurante?

Gráfico 17. Número de empleados en los restaurantes de la ciudad de Pasto



Fuente. La presente investigación

Para los restaurantes de la ciudad de Pasto un 99% que corresponde a 80 establecimientos cuenta con menos de 10 empleados y el otro 1% restante cuenta de 11 a 50 empleados es decir 1 restaurante.

Por lo anterior, teniendo en cuenta lo establecido en la ley 590 del 2000¹⁰⁸, en su gran mayoría pertenecen a microempresas, debido a que no supera más de 10 trabajadores y activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigente y el 1% que representa una pequeña empresa

electrónica: <https://estudiocontablevmc.pe/10-razones-por-que-debes-formalizar-tu-empresa/>

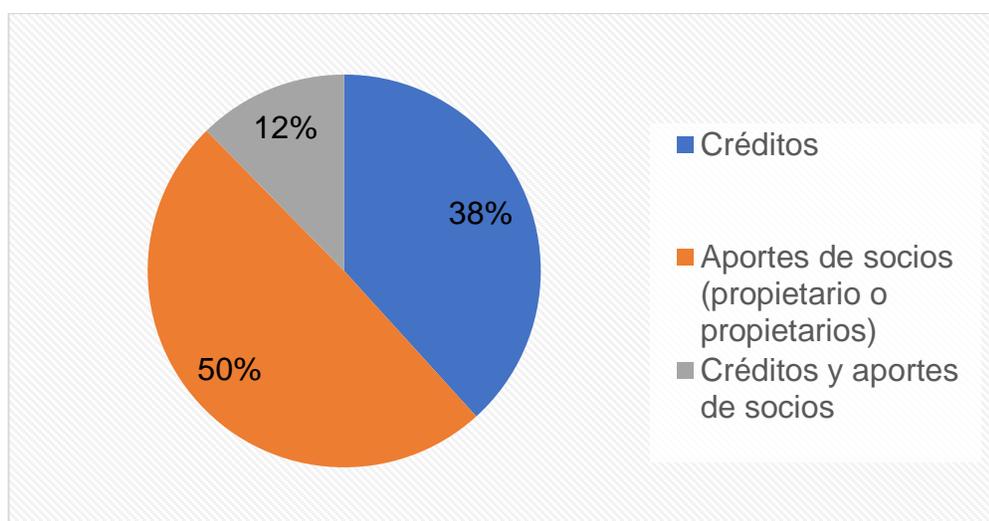
¹⁰⁸COLOMBIA.CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590 (10, julio,2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. dentro de los límites del bien común. Diario oficial. Bogotá, 2000.No 46.700.

con una planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores y activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.001) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

Es importante para la investigación, en vista de que ayuda a determinar la capacidad que tienen los restaurantes de contribuir en la generación de empleo en el sector restaurantes.

8. ¿Cómo está financiada su empresa?

Gráfico 18. Financiación de la empresa



Fuente. La presente investigación

Para los restaurantes de la ciudad de Pasto la financiación de sus empresas se da de la siguiente manera el 38% crédito, el 50% aporte de socios y el 12% créditos y aportes de socios, lo anterior corresponde respectivamente a 31,40 y 10 establecimientos.

Los estratos bajos se endeudan para emprender Angulo Mauricio¹⁰⁹, presidente de Experian Spanish, indicó que “los estratos bajos usan los créditos para actividades productivas como compra de materias primas, pequeños activos, básicamente para producir dinero. Todos los créditos son sanos, pero este lo es en particular, pues el 50% en estrato 1 es para actividades productivas”.

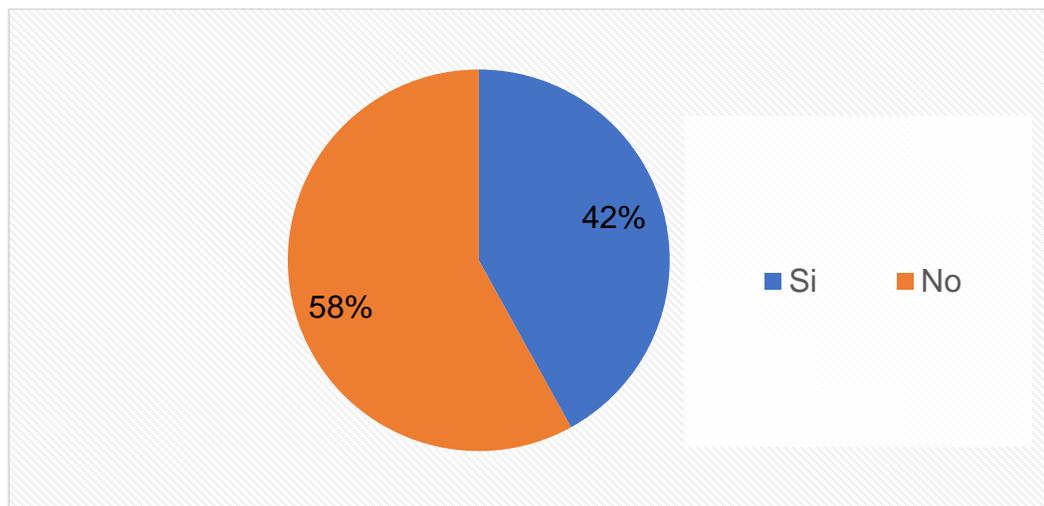
¹⁰⁹BELTRAN, Gerson. Los estratos bajos se endeudan para emprender (en línea). En: La república (s.l.):4, noviembre,2015 (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/finanzas/los-estratos-bajos-se-endeudan-para-emprender-2318781>

Además, se menciona según, Rodríguez Santiago¹¹⁰, profesor de la Universidad de los Andes, aseguró que “ocho de cada diez nuevas operaciones fueron para los estratos 1,2 y 3, en segundo trimestre. Por lo que concluimos que el total de los sectores está llegando con nuevas operaciones de crédito, es decir, se está llegando con acceso y uso de crédito a las distintas familias y personas entendiendo que eso da crecimiento a cada una de ellas”.

Esta información es útil para esta investigación, puesto que permite determinar cómo financian el funcionamiento de los establecimientos, teniendo en cuenta que es recurrente por parte de este sector restaurantes acudir a la banca, para el acceso a crédito con el fin de lograr sostenibilidad en el mercado.

9. ¿Durante la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, hubo recorte de personal?

Gráfico 19. Recorte de personal en los establecimientos



Fuente. La presente investigación

Según la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de Pasto, durante la emergencia sanitaria se evidencia lo siguiente: en un 58 % no hubo ningún recorte de personal y el 42% restante si tuvo recorte de personal, es decir representan 47 y 34 restaurantes respectivamente.

Cabe resaltar que los empleados de los restaurantes de ciudad de Pasto tuvieron suspensión de contrato laboral se encuentran entre 1 y 8 colaboradores.

Se evidencia según la gráfica que durante la emergencia sanitaria la mayoría de los restaurantes encuestados no realizó ningún recorte de personal a pesar que la crisis afectada al sector, teniendo en cuenta lo que menciona Álzate María, es importante

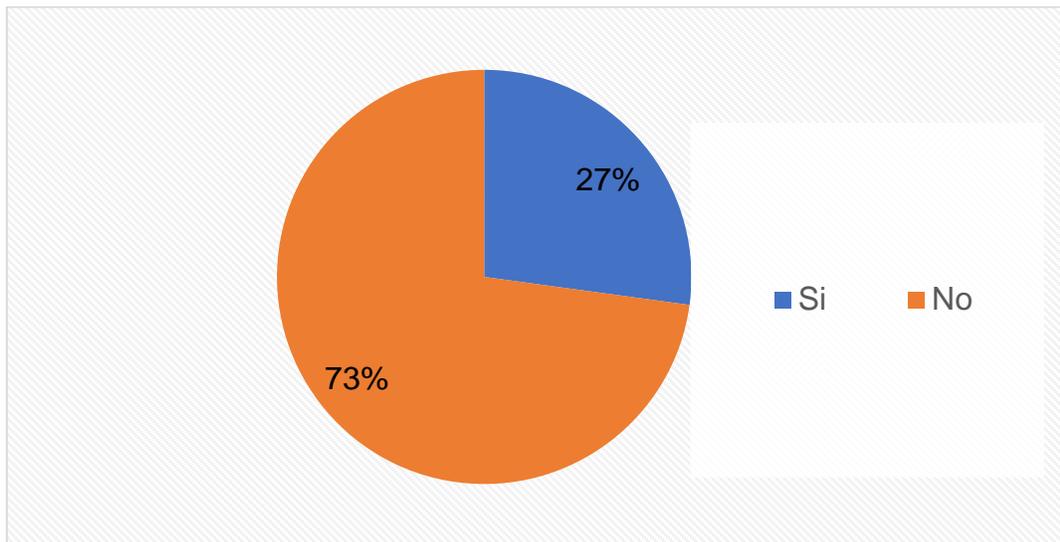
¹¹⁰ Ibid, p.11

resaltar que “la industria gastronómica es el primer generador de empleo formal en Colombia clave para el mercado, el turismo y la estabilidad económica del país.”¹¹¹

Lo anterior es importante, debido a que se identifica el incremento de desempleo que se dio debido a la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, teniendo en cuenta que se presentó una disminución del crecimiento económico a nivel territorial, como menciona la cámara de comercio de Pasto¹¹², a finales del año 2019, el 92% de las empresas contaban con una planta de personal de entre 1 y 10 trabajadores; en este mismo grupo para el mes de abril se redujo la planta de personal en un 67% promedio.

10. Durante la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, hubo disminución de salario

Gráfico 20. Disminución del salario en los establecimientos de la Ciudad de Pasto



Fuente. La presente investigación

Para los restaurantes de la ciudad de Pasto durante la emergencia sanitaria en un 27% hubo disminución de salario y en un 73% no hubo ninguna disminución de salario, que corresponde respectivamente a 59 y 22 establecimientos.

¹¹¹ ÁLZATE, María. Reapertura de restaurantes en Colombia: el anuncio más esperado del sector (en línea). En: Institucional Colombia (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/reapertura-restaurantes-colombia-sector/>

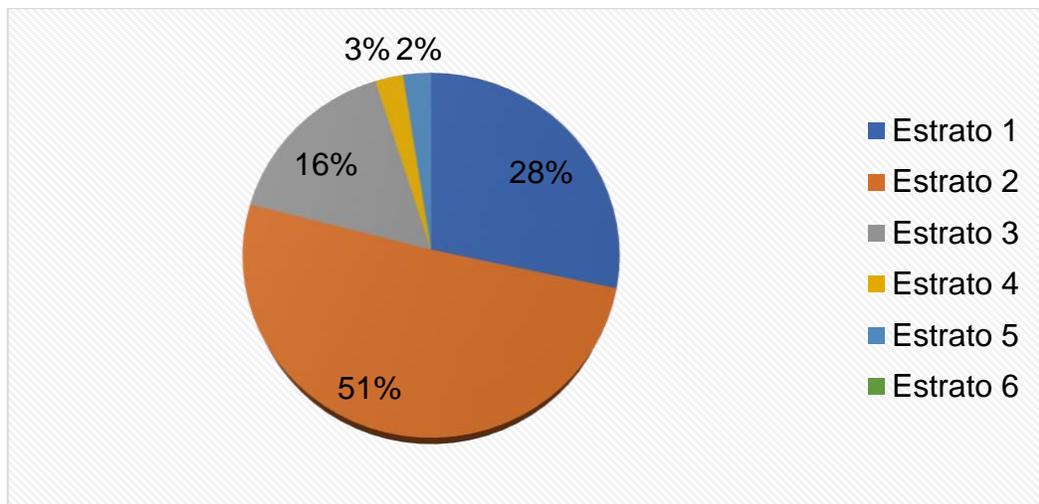
¹¹² CAMARA DE COMERCIO DE PASTO. Impacto económico por covid-19 en Nariño (en línea). En: Cámara de comercio de Pasto. (s.l.): 3, mayo, 2020. Disponible en la dirección electrónica: www.ccpasto.org.co

Cabe resaltar que dentro de los establecimientos la disminución del salario para los colaboradores se presentó entre un rango del 10% al 100%.

Para la presente investigación es de gran importancia recalcar que durante la emergencia sanitaria en su gran mayoría no hubo disminución de salario por parte de los empleadores, debido a que se implementaron estrategias como son venta a domicilio e implementación de redes sociales, que permitieron mantener al personal que laboraba en los restaurantes.

11. ¿Cuál es el estrato social del propietario del restaurante?

Gráfico 21. Estrato social del propietario de los restaurantes



Fuente. La presente investigación

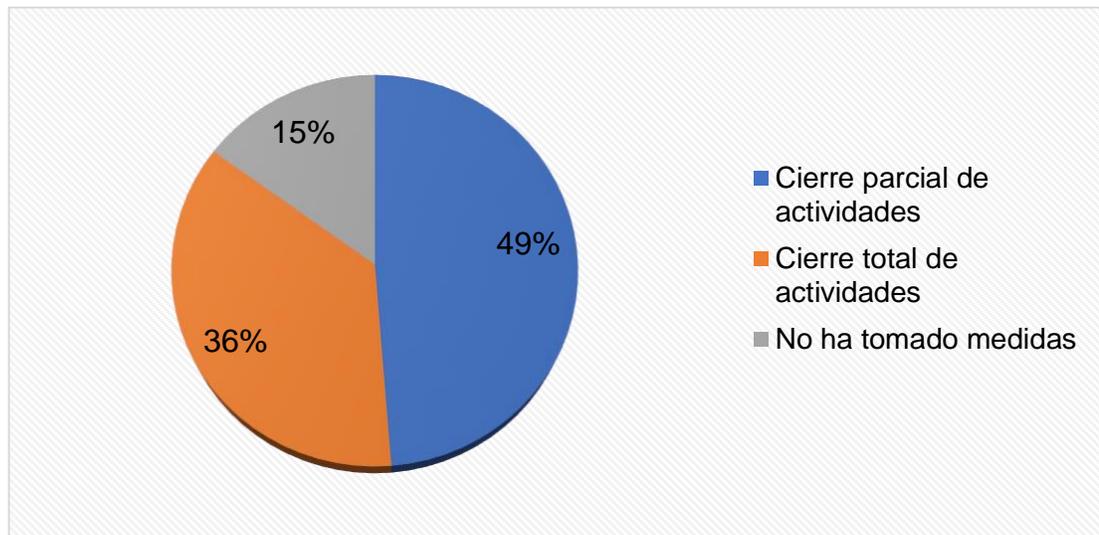
Para los restaurantes encuestados de la ciudad de Pasto el estrato social del propietario se determina en 28% estrato 1 (23), 51% estrato 2 (41), en un 16% estrato 3 (13), estrato 4 (2) y estrato 5 (2).

A partir de la encuesta realizada se puede evidenciar que los propietarios de los restaurantes de la ciudad de Pasto en su gran mayoría pertenecen a los estratos 1 y 2.

Los estratos que representa mayor crecimiento en términos de crear empresa se encuentran enfocados en implementar comidas ejecutivas para la población trabajadora, que son principalmente los estratos 1,2 y 3, estos actualmente han abierto más oportunidades laborales permitiendo un desarrollo económico en el sector.

12. ¿Qué medidas adopto en medio de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en su restaurante?

Gráfico 22. Medidas adoptadas por la emergencia sanitaria SARS-CoV-2



Fuente. La presente investigación

A partir de la encuesta realizadas a los restaurantes de la ciudad de San Juan Pasto, se logra evidenciar que el 49% (39) recurrió a el cierre parcial de actividades, el 36% (29) al cierre total de actividades y el 15% (12) no ha tomado medias al respecto.

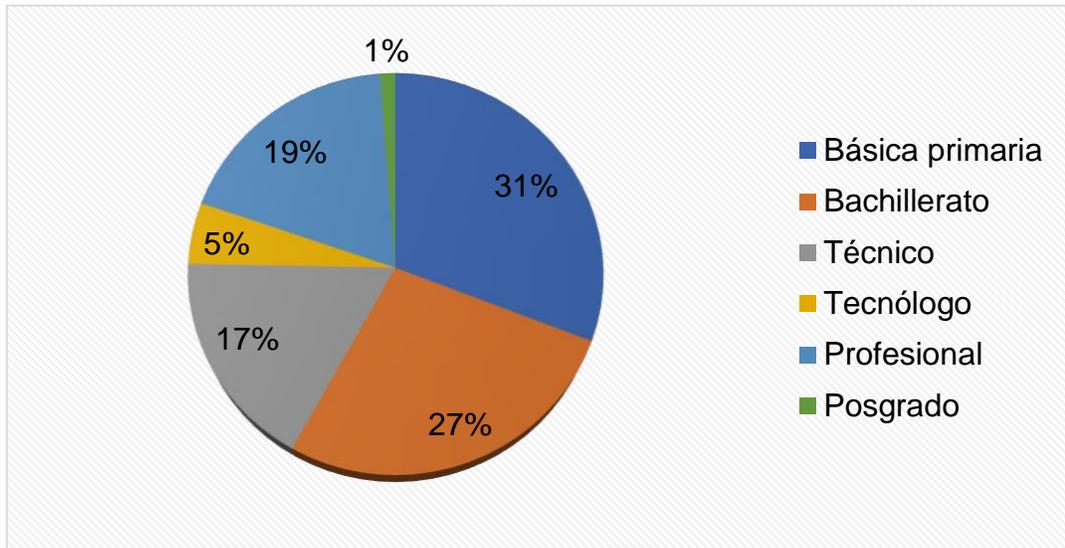
Las medidas que se adoptaron en medio de la emergencia sanitaria fue que existió un cierre parcial de actividades por las medidas adoptadas por el gobierno, lo cual no fue un impedimento para continuar operando con otras alternativas que se encontraban contempladas en los decretos establecidos.

Por otra parte se presentó cierre total de actividades generado principalmente porque no se contaban con estrategias como lo fue la entrega a domicilios, es importante recordar que como menciona Diaz Alejandra¹¹³, la entrega a domicilio existe desde hace unos años y la vida moderna y la nueva normalidad a la que se enfrenta ha creado la necesidad de que las personas tengan acceso a una amplia gama de productos sin salir de casa, comprometiéndose prácticamente con este servicio, con el fin de permitir el éxito en el negocio y posicionamiento en las preferencias de los consumidores.

¹¹³DIAZ,Alejandra. La importancia del servicio a domicilio (en línea). En: Point.4, septiembre,2020 (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.pointmeup.com/es/la-importancia-del-servicio-a-domicilio>

13. ¿Qué nivel de educación tiene el propietario?

Gráfico 23. Nivel educativo del propietario



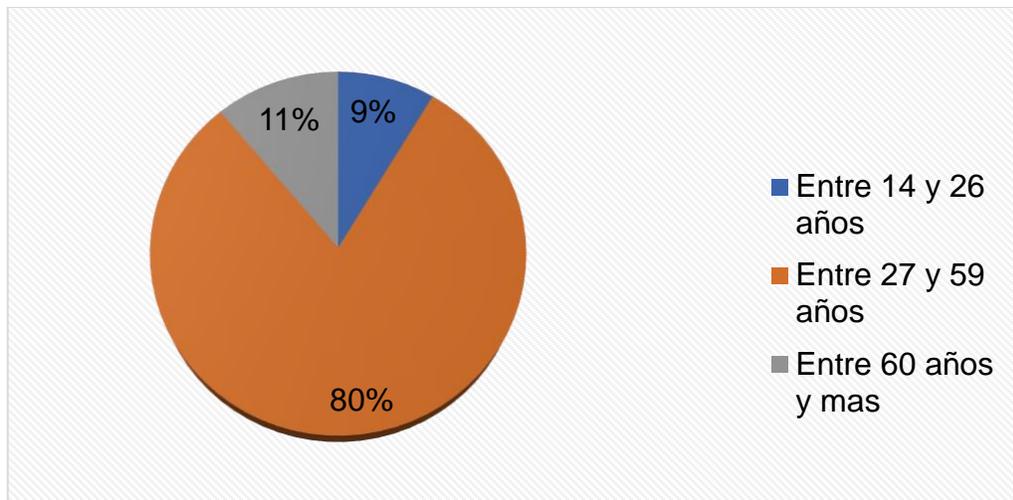
Fuente. La presente investigación

De acuerdo con la encuesta realizadas a los restaurantes de la ciudad de San Juan Pasto, se logra evidenciar que el nivel educativo de los propietarios se encuentra en un 31% (25) básica primaria, 27% (22) bachillerato, 17% (14) técnico, 5% (4) tecnólogo, 19% (15) profesional y 1% postgrado.

Dicha información muestra la importancia de que los propietarios, continúen con sus procesos de formación a nivel educativo, para así mejorar su desempeño en el sector restaurante debido a que la educación de los propietarios, genera disminución en la toma de decisiones empíricas.

14. ¿Cuántos años tiene el propietario?

Gráfico 24. Edad del propietario de los establecimientos



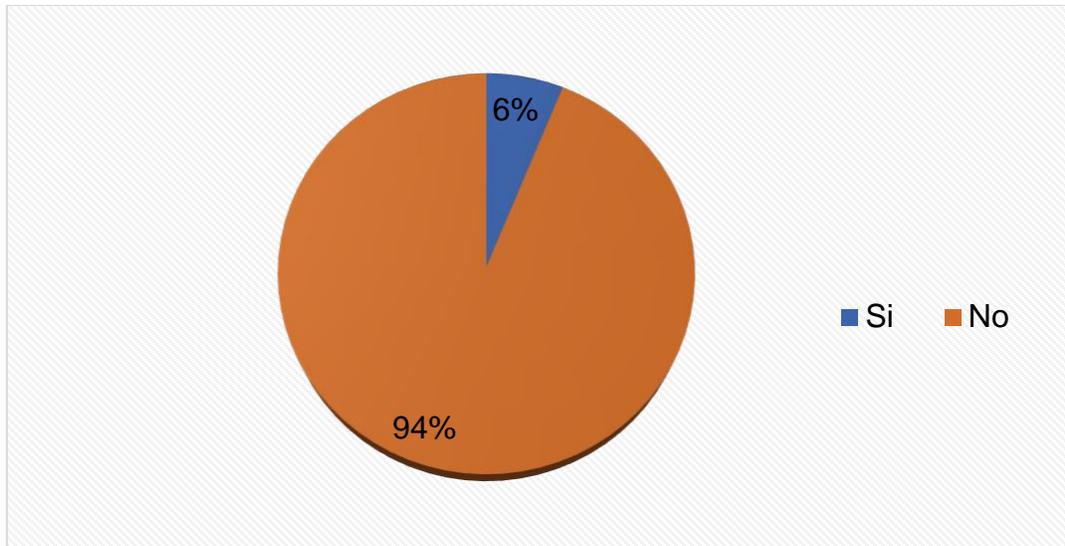
Fuente. La presente investigación

con base a la encuesta realizadas a los restaurantes de la ciudad de San Juan Pasto, se logra evidenciar la edad de los propietarios se encuentra en un 9% (7) entre 14 y 26 años, 80% (65) entre 27 y 59 y 11% (9) entre 60 años y más.

Por lo anterior demuestra que la mayoría de propietarios que se encuentran en etapa de adultez y juventud, son aquellos que se han centrado en emprender un negocio en el sector restaurantes.

15. ¿Dentro de su restaurante cuenta con personal con discapacidad?

Gráfico 25. Personal con discapacidad en la empresa



Fuente. La presente investigación

Mediante la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto se logra determinar que el 6% si cuenta con personal con discapacidad y el 94% no cuenta con personal con discapacidad, lo anterior corresponde respectivamente a 76 y 5 establecimientos.

Por lo anterior permite, según la organización mundial del trabajo (OIT) ¹¹⁴, otorga ventajas ya que se ofrece un lugar de trabajo incluyente como lo es que los empleados que se sienten integrados son más leales y entusiastas, brinda una mejor imagen ya que los consumidores valoran a las empresas realmente comprometidas con la inclusión lo cual incluye en incrementar su competitividad. Por lo anterior todo el mundo se beneficia de un lugar de trabajo incluyente, no solo las personas con discapacidad.

Es importante tener en cuenta que existen beneficios tributarios como menciona Romero Mauricio¹¹⁵, para las empresas que tengan integrantes con una

¹¹⁴ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. La importancia del servicio a domicilio (en línea). En: OIT.diciembre,2016 (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/The-win-win-of-disability-inclusion#the-win-win-of-disability-inclusion>

¹¹⁵ROMERO, Mauricio. 5 beneficios del empleo inclusivo para las empresas en Colombia (en línea). En: Investinbogota (s.l.): (consultada: 21, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://es.investinbogota.org/bogotabigideas/beneficios-del-empleo-inclusivo/>

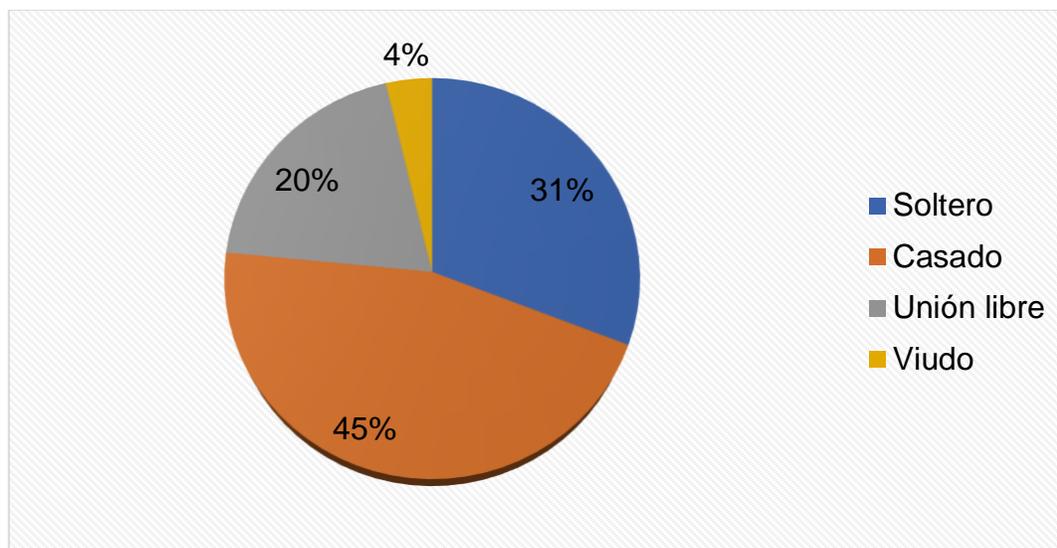
discapacidad comprobada de mínimo el 25%, pueden obtener una deducción del 200% en su impuesto de renta y complementarios del valor pagado por salarios y prestaciones sociales a dichos colaboradores y además Las empresas con empleo inclusivo para población con discapacidad pueden acceder a un descuento en el impuesto sobre la renta y complementarios, respecto a los aportes parafiscales realizados al SENA, ICBF y a las cajas de compensación familiar.

Por lo anterior todo el mundo se beneficia de un lugar de trabajo incluyente, no solo las personas con discapacidad.

Permite ver cuáles son las falencias, ya que los restaurantes no son inclusivos en brindar oportunidades laborales, teniendo en cuenta la ley 1996 de 2019¹¹⁶, en la cual se promueve la inclusión laboral de personas con discapacidad en Colombia.

16. ¿Cuál es el estado civil del propietario del restaurante?

Gráfico 26. Estado civil del propietario



Fuente. La presente investigación

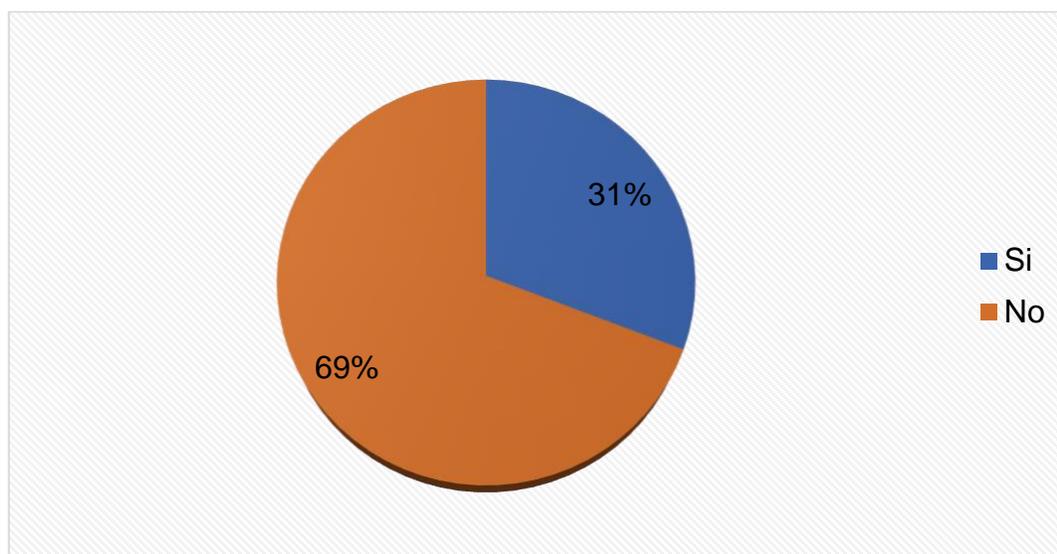
De acuerdo con la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto se logra determinar el estado civil de los propietarios se encuentra en un 31% (25) soltero, 45% (37) casado, 20% (16) unión libre y 4% (3) viudo.

¹¹⁶Ley 1996 (26 agosto, 2019). Por medio de la cual se establece el régimen para el ejercicio de la capacidad legal de las personas con discapacidad mayores de edad. Diario oficial. Bogotá.

Se evidencia que existe en un 65% existe una unión marital, quienes son aquellos que emprenden en familia por lo cual permite según la universidad de Sevilla¹¹⁷, tener control de las operaciones, orgullo familiar, liderazgo, una cultura propia mejor definida, la pasión de la familia por la misión de la empresa y su continuidad, una mayor orientación al largo plazo, cuentan con una dirección más independiente y tienen buenas y duraderas relaciones con el personal, proveedores y clientes.

17. Hace uso de medios online para publicidad y mercadeo

Gráfico 27. Medios online para publicidad y mercadeo



Fuente. La presente investigación

Tomando como base la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto se logra determinar que el 31% hace uso de medios online para realizar publicidad y mercadeo y el 69% no hace uso, correspondiente a 25 y 56 restaurantes.

A partir de lo anterior y tomando como referencia lo que menciona El país, “hoy en día todos son negocios digitales, y los que no estén en la 'onda' digital tenderán a desaparecer. La pandemia por el COVID - 19, les dio una especial relevancia a los medios digitales ya que el confinamiento obligó a las personas a permanecer en sus casas.

¹¹⁷UNIVERSIDAD DE SEVILLA. Ventajas y desventajas de tener una empresa familiar (en línea). En: Institucionales.19, julio (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://institucionales.us.es/empresafamiliar/ultimas-noticias/ventajas-y-desventajas-empresa-familiar/>

Esto llevó a las empresas a que, obligatoriamente, tuvieran que crear procesos digitales y pasar sus estrategias de mercadeo y comerciales convencionales, que hacían presencial, a medios digitales.

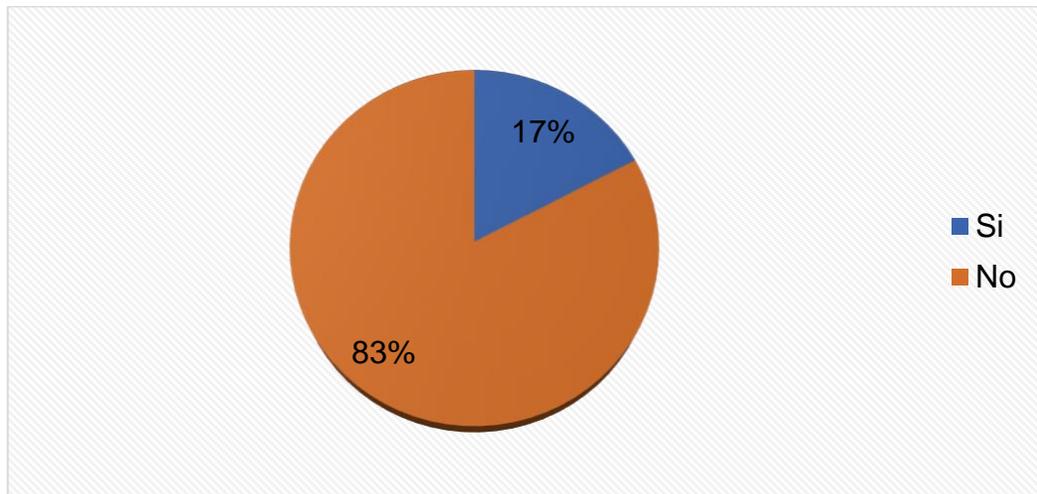
Por eso, ahora todos los negocios deben tener una forma de ofrecer sus productos y servicios vía digital, es decir, cualquier empresa, organización o persona puede acceder a las estrategias de marketing digital.”¹¹⁸

Es por ello que según la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de pasto se logra evidenciar que los medios digitales que se usan para realizar publicidad y mercadeo se encuentran redes sociales entre ellas WhatsApp, Facebook y Instagram y como alternativas tradicionales también se encuentran la radio y las vallas publicitarias.

Por lo anterior aporta a la investigación a determinar cuáles son los beneficios de utilizar medios online para realizar publicidad y mercadeo, puesto que permite atraer clientes, fidelizar a los mismos, y además facilitar información a los consumidores.

18. ¿Cuenta con estrategias de innovación?

Gráfico 28. Estrategias de Innovación



Fuente. La presente investigación

¹¹⁸EL PAÍS. La nueva revolución empresarial (en línea). En: El país.com. (s.l.): 27, diciembre,2021 (consultada: 26, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elpais.com.co/informacion-comercial/negocios-digitales-la-nueva-revolucion-empresarial.html>

De acuerdo con la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto se logra determinar que el 17% implementa estrategias de innovación y el 83% no cuenta con ellas, representado respectivamente en 14 y 67 establecimientos.

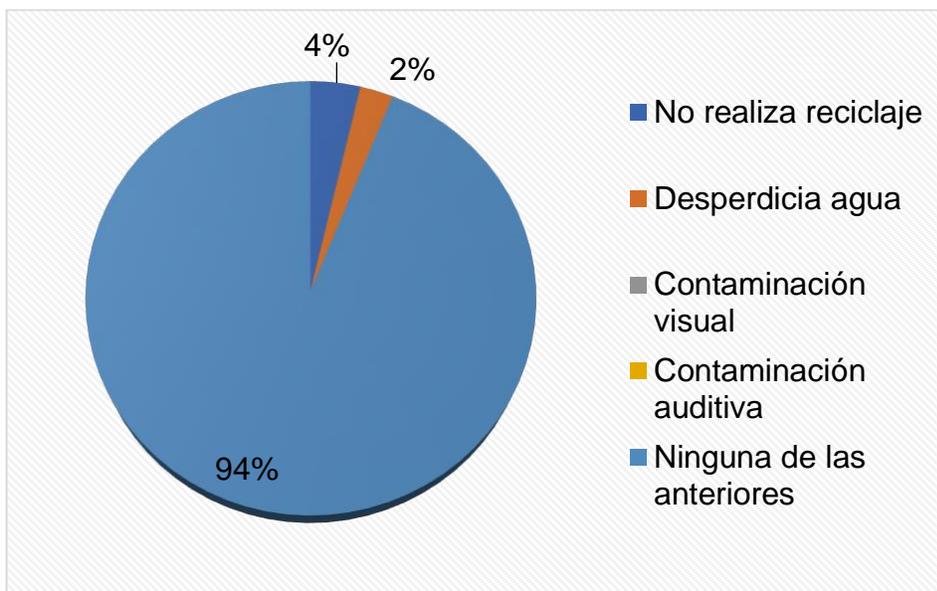
Según Quintal Paola, “la resiliencia ha sido una de las características más latentes en quienes conforman a la industria restaurantera. Muestra de ello es precisamente su capacidad de transformación y reinención a través de la innovación.”¹¹⁹

Es por ello la importancia de innovar a través de los productos, servicios y el proceso.

Como lo muestra la encuesta realizada en los restaurantes, se logra evidenciar innovación en mejorar las características de los productos, incursionar en nuevos platos, ofrecer diversidad de opciones, el realizar eventos personalizados al gusto del cliente, publicidad y brindar una experiencia al producto y/o servicios que se ofrece; lo cual le da un valor agregado frente a la competencia.

19. ¿Cómo contamina su restaurante al medio ambiente?

Gráfico 29. Contaminación al medio ambiente



Fuente. La presente investigación

¹¹⁹QUINTAL, Paola. Restaurantes: cómo innovar tras el Covid-19 (en línea). En: Cooking Depot.com. (s.l.): 29, agosto, 2021 (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elpais.com.co/informacion-comercial/negocios-digitales-la-nueva-revolucion-empresarial.html><https://blog.cookingdepot.com/restaurantes-como-innovar-tras-el-covid-19>

Mediante la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto se logra determinar que el 4% (3) no realiza reciclaje, 2% (2) desperdicia agua y el 94% (76) no realiza contaminación al medio ambiente.

En los años venideros los restaurantes van a tener que caminar hacia la sostenibilidad sí o sí, para adaptarse a la sofisticación de los consumidores, como también a las exigencias del cliente, que valorarán mucho que el restaurante sea respetuoso con el medioambiente, y para cumplir las normativas públicas¹²⁰, explica Mario Cañadas, vicepresidente ejecutivo de la Red de Asociaciones de Restaurantes Sostenibles.

Un aspecto importante que menciona el servicio medioambiental de Valencia¹²¹, es la correcta disposición de los residuos grasos de los restaurantes, así como el reciclaje del aceite usado, es imprescindible porque es altamente contaminante: se estima que un litro de aceite puede contaminar hasta 1.000 litros de agua.

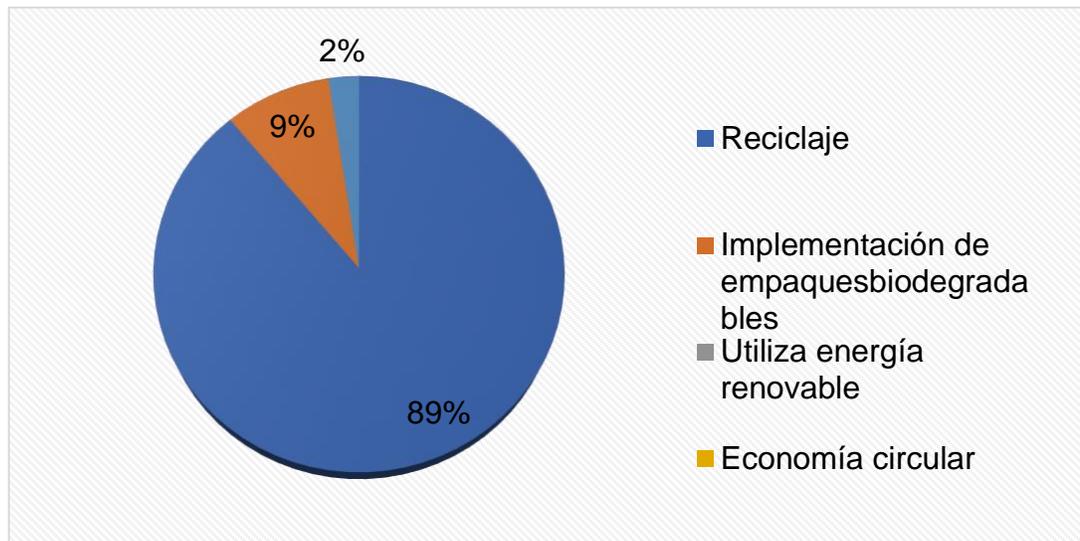
Entender la problemática que se está generando al medio ambiente mediante las diferentes actuaciones en cada establecimiento, permiten ser base para determinar el factor ecológico-ambiental.

¹²⁰VALENZUELA, América. Restaurantes sostenibles: cuidando el planeta desde la cocina (en línea). En: Hablando en vidrio. (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://hablandoenvidrio.com/restaurantes-sostenibles-cuidar-planeta-desde-cocina/>

¹²¹SERVICIO MEDIOANBIENTAL DE VALENCIA. Cómo se realiza la gestión de residuos en restaurantes (en línea). En: smv.es. (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.smv.es/como-se-realiza-gestion-residuos-restaurantes/>

20. ¿Qué estrategias utiliza la empresa para disminuir los efectos negativos de la contaminación?

Gráfico 30. Estrategias para disminuir la contaminación



Fuente. La presente investigación

A partir de la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto se logra evidenciar que el 89% que corresponde a 72 establecimientos usa la estrategia del reciclaje, 9% es decir 7 establecimientos implementa empaques biodegradables y el 2% es decir 2 restaurantes ninguna de las anteriores.

como menciona Up Spain, “ser sostenible, transmite buena imagen, los consumidores prefieren una empresa que cuide el medio ambiente que otra que no lo haga.”¹²²

Esto es importante para la investigación debido a que muestra algunas de las falencias que se están incurriendo en el sector restaurante ya que, a mediano y largo plazo, ser sostenible se vuelve una parte importante de la imagen de una organización, contribución con el medio ambiente y la sociedad.

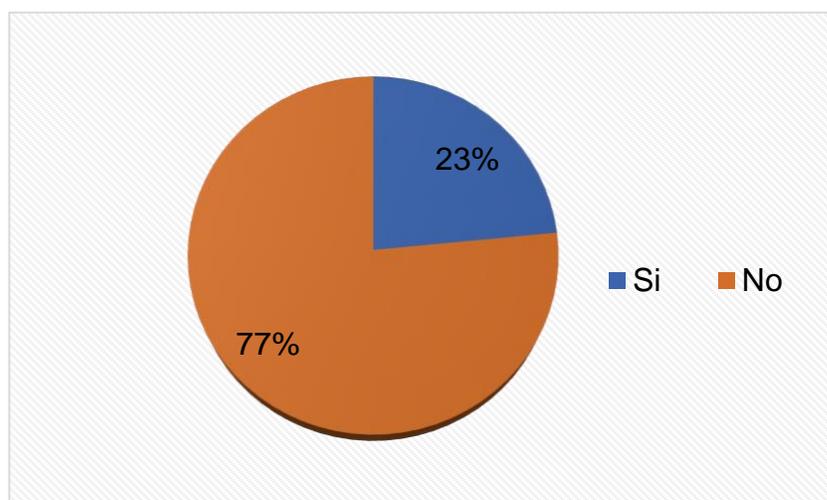
También permite identificar que las empresas no cuentan con conocimiento y aplicación de economía circular, lo cual es importante, teniendo en cuenta lo que

¹²²UP SPAIN, Beneficios de ser una empresa respetuosa con el medio ambiente (en línea). En: Up. (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.up-spain.com/blog/beneficios-empresa-medio-ambiente/>

menciona Repsol¹²³, el objetivo es, aprovechar al máximo los recursos materiales de los que se dispone alargando el ciclo de vida de los productos. La idea surge de imitar a la naturaleza, donde todo tiene valor y todo se aprovecha, donde los residuos se convierten en un nuevo recurso. Así, se logra mantener el equilibrio entre el progreso y la sostenibilidad.

21. ¿Los trabajadores cuentan con seguridad social?

Gráfico 31. Seguridad social a empleados



Fuente. La presente investigación

Se logra evidenciar que en el 77% (62) de los restaurantes encuestados los trabajadores no cuentan con seguridad social, mientras que en el 23% (19) de ellos sí, siendo esto de vital importancia para este proyecto debido a que logra completar uno de los ítems el análisis de pastel el cual es el factor legal y jurídico, que como lo manifiesta Delgado Laura¹²⁴, los factores legales son los están compuestos por las leyes que afectan a la empresa y limitan su actuación.

El no contar con seguridad social a los empelados puede generar riegos que, según Portafolio¹²⁵, “pueden tener problemas ante la Unidad de Gestión Pensional y

¹²³REPSOL. Economía circula Economía circular (en línea). En: Repsol.com (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.repsol.com/es/sostenibilidad/economia-circular/index.cshtml>

¹²⁴DELGADO, Laura. Análisis PESTEL: qué es, cuándo y cómo hacerlo. (en línea). En: PENSEMOS. (s.l.): (consultada: 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensempos.com/analisis-pestel-que-es-cuando-como-ejecutarlo>

¹²⁵PORTAFOLIO. Riesgos para las empresas de tener trabajadores sin seguridad social (en línea). En: Portafolio 21, (s.l.): noviembre,2021 (consultada: 5, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica:

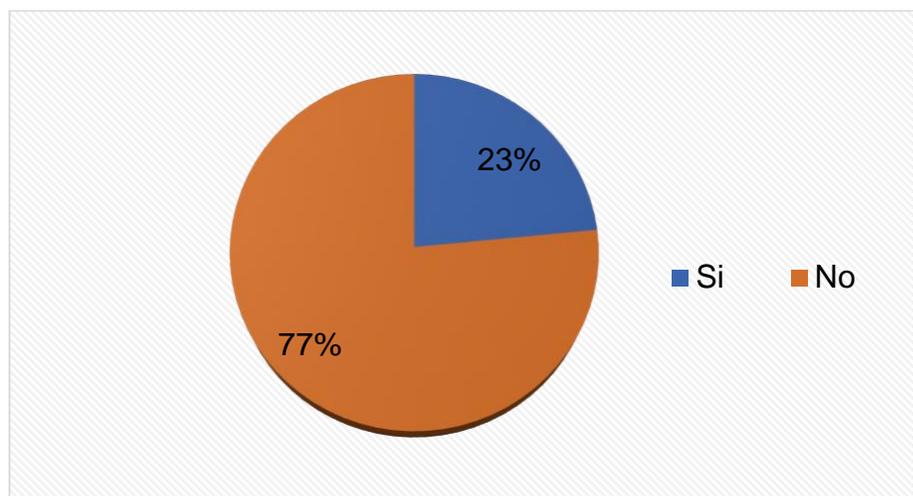
Parafiscales (UGPP) y ante la Dian, con multas por incumplimiento de la ley y consecuencias económicas y penales por responsabilidad en accidentes y fallecimiento.”

Es decir, según lo que se menciona en Gerencie, cuando el trabajador no es afiliado a seguridad social, no puede ser atendido en caso de enfermedad o accidente, y no puede construir su pensión ante la falta de cotizaciones, lo que causa un gran perjuicio al trabajador.

En cuanto al empleador, al no afiliar al trabajador a seguridad social, en caso que el trabajador enferme o se accidente, tendrá que responder con su patrimonio por los costos de atención médica, e incluso puede ser condenado a pagar la pensión de invalidez al trabajador que quede en tal condición¹²⁶.

22. ¿Los trabajadores cuentan con prestaciones sociales?

Gráfico 32. Prestaciones sociales a trabajadores



Fuente. La presente investigación

Dentro de la encuesta realizada se logró observar que el 77% (62) de los empleados de los restaurantes no reciben prestaciones sociales, según La sala laboral de la

<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/riesgos-para-las-empresas-de-tener-trabajadores-sin-seguridad-social-558764>

¹²⁶ GERENCIE. Qué hacer si el empleador no paga la seguridad social (en línea). En: Gerencie.com.22, febrero,2022 (s.l.): (consultada: 5, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/que-hacer-si-el-empleador-no-paga-la-seguridad-social.html#:~:text=En%20cuanto%20al%20empleador%2C%20al,que%20quede%20en%20tal%20condici%C3%B3n>.

Corte Suprema de Justicia¹²⁷, es lo que debe el empleador al trabajador en dinero, especie, servicios u otros beneficios, por ministerio de la ley, o por haberse pactado en convenciones colectivas o en pactos colectivos, o en el contrato de trabajo, o establecida en el reglamento interno del trabajo, en fallos arbitrales o en cualquier acto unilateral del patrono, para cubrir los riesgos o necesidades del trabajador que se originan durante la relación de trabajo o con motivo de la misma.

Lo anterior es importante para este proyecto debido a que permite evidenciar si se están cumpliendo los factores legales respectivos dentro de los restaurantes teniendo en cuenta el tipo de contrato de trabajo que exista.

Como menciona el Ministerio de trabajo,¹²⁸ existen los diferentes tipos de contrato de trabajo.

Contrato por obra o labor

En este caso, la persona es contratada para realizar una actividad específica, no se sabe con exactitud la fecha de terminación del contrato y podrá finalizar una vez el trabajador culmine la labor para la cual se contrató.

El trabajador cuenta con todas las prestaciones sociales y también puede pasar por un periodo de prueba, que no debe ser mayor a dos meses, la terminación sin justa causa tiene lugar a una indemnización que no puede ser inferior a 15 días de trabajo.

Contrato de trabajo a término fijo

Se caracteriza por tener una fecha de inicio y de terminación que no puede superar 3 años, es fundamental que sea por escrito. Puede ser prorrogado indefinidamente cuando su vigencia sea superior a un (1) año, o cuando siendo inferior, se haya prorrogado hasta por tres (3) veces.

Contrato de trabajo a término indefinido

Este contrato indica la fecha de inicio del trabajador, pero no tiene fecha de finalización determinada, aquí el empleador se compromete a pagar prestaciones

¹²⁷GERENCIE. Prestaciones sociales (en línea). En: Gerencie.com.21, diciembre (s.l.):,2021 (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/prestaciones-sociales.html#:~:text=El%20art%C3%ADculo%20306%20del%20C%C3%B3digo,d%C3%ADas%20del%20mes%20de%20diciembre.>

¹²⁸CANAL INSTITUCIONAL Tipos de contratos laborales en Colombia: beneficios y condiciones (en línea). En: Canal institucional (s.l.):.3, mayo,2022 (consultada: 21, septiembre,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.canalinstitucional.tv/contratos-laborales-en-colombia-beneficios-y-condiciones>

sociales, prima de servicio, vacaciones remuneradas e impuestos que correspondan. El contrato se puede finalizar por acuerdo de las partes o por decisión de una sola.

Contrato de aprendizaje

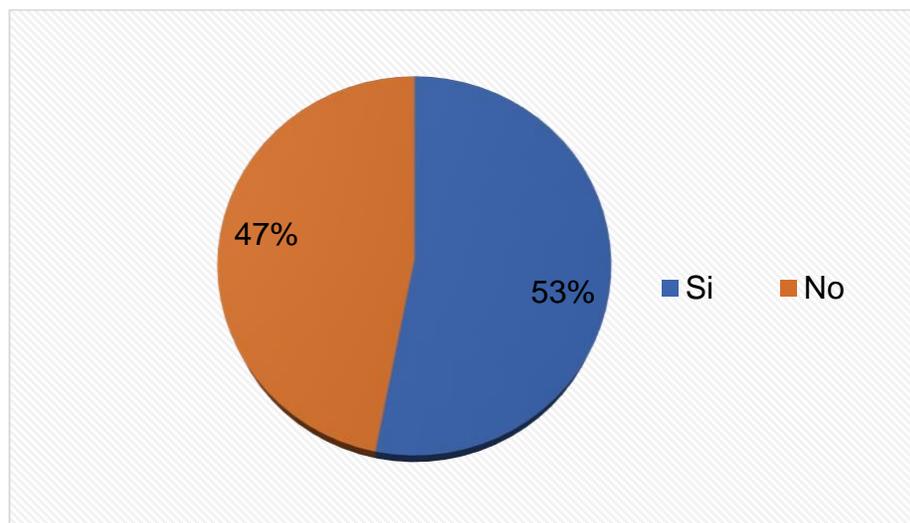
Este tipo de contrato se realiza entre el empleador, una institución educativa y un aprendiz. El objetivo de este, es que el aspirante obtenga formación práctica sobre su profesión y no puede ser mayor a dos años. La remuneración es llamada auxilio de sostenimiento y depende completamente de un convenio entre ambas partes, donde el estudiante no tiene prestaciones sociales y el valor de la remuneración depende de si el aprendiz es universitario o no, si es profesional tiene derecho a un salario superior o igual al mínimo y si no lo es, tendrá como base de pago, un salario inferior al mínimo.

Contrato temporal, ocasional o accidental

Este tipo de contrato no debe ser superior a un mes y las actividades que se desempeñan no pertenecen a las rutinarias de la empresa, así el contrato tenga una corta duración, el empleado tiene derecho al pago de las prestaciones sociales por parte de su empleador.

23. ¿Los trabajadores cuentan con normas de seguridad y salud en el trabajo?

Gráfico 33. Normas de seguridad y salud en el trabajo



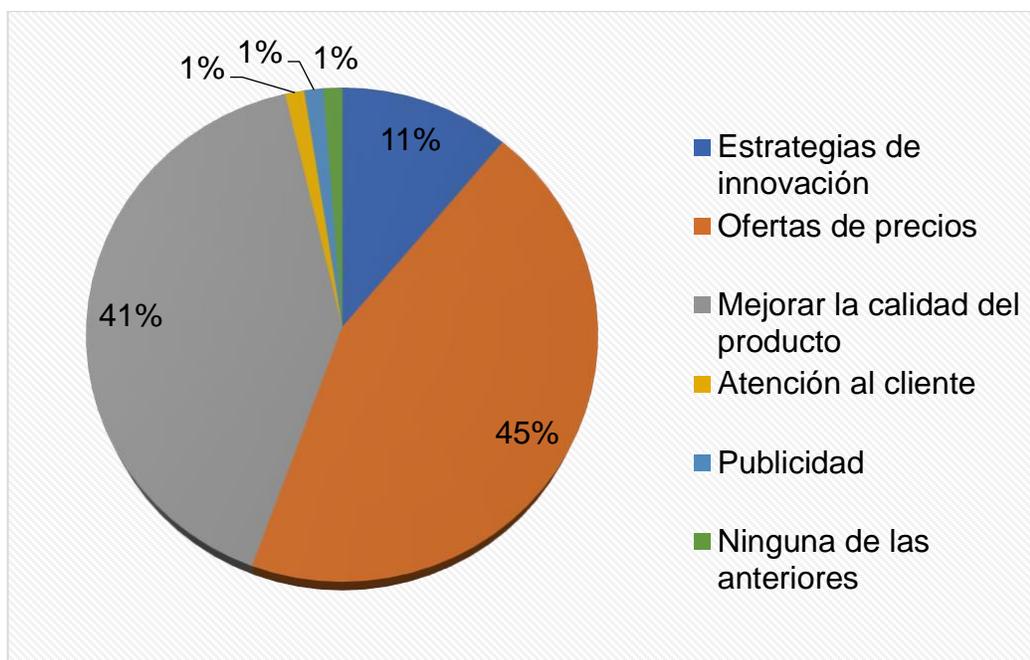
Fuente. La presente investigación

Dentro de las encuestas realizadas se logró determinar que el 47% correspondiente a 38 de los establecimientos, los trabajadores de los restaurantes cuentan con normas de seguridad y salud en el trabajo las cuales según el ministerio de trabajo¹²⁹ consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, lo cual incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en los espacios laborales.

Esto es de gran importancia para la presente investigación debido a que facilita el reconocimiento de cuáles pueden ser los riesgos que se corren dentro de los establecimientos los cuales pueden generar ocasionar gastos no contemplados en las operaciones de la empresa.

24. ¿Qué estrategias implemento para fidelizar a los clientes de su empresa?

Gráfico 34. Estrategias para fidelizar a los clientes



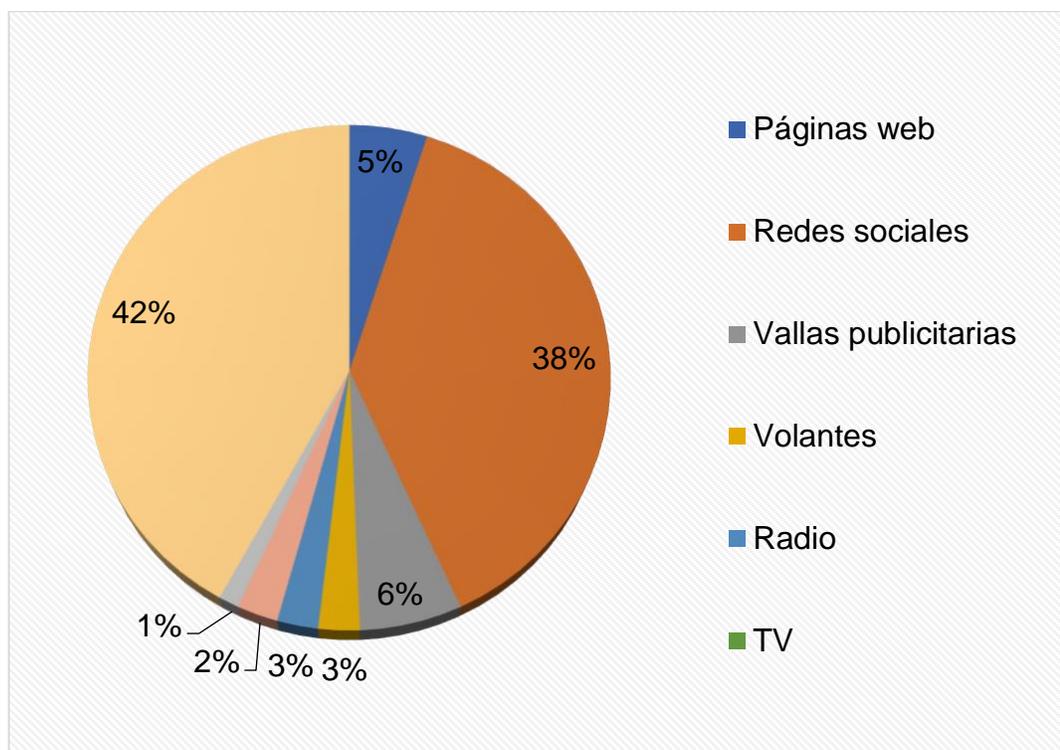
Fuente. La presente investigación

¹²⁹ MINISTERIO DEL TRABAJO. Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (en línea). En: Mintrabajo,(consultada: 25,agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>

Tras la aplicación de la encuesta se logró determinar que las estrategias que más utilizan los restaurantes para fidelizar a los clientes es la mejora de la calidad de los productos y las ofertas de los mismos esto es de importancia para este proyecto, debido a que nos ayuda a determinar uno de los ítems de las fuerzas de PORTER como lo es el poder de negociación de los clientes que según Michael PORTER en su primer libro “Estrategia Competitiva” La utilidad de esta herramienta de gestión es que las empresas pueden analizar y medir sus recursos.

25. ¿Qué canales o medios utiliza para hacer publicidad en su restaurante, con el fin de atraer clientes?

Gráfico 35. Canales o medios para realizar publicidad

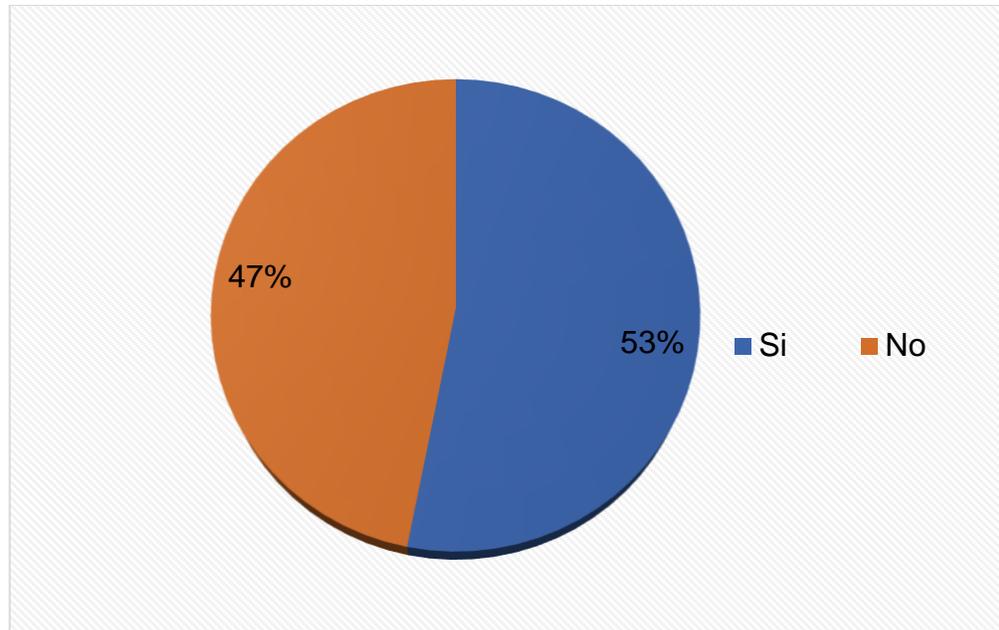


Fuente. La presente investigación

Se logra evidenciar que el 42% de los restaurantes no cuentan con medios de publicidad para sus negocios, el 38% de ellos utilizan las redes sociales, el 2% utilizan el voz a voz, el 1% los pregoneros, el 5% las páginas web, el 3% la radio, el 3% los volantes y el 6% utilizan las vallas publicitarias para atraer a los clientes esto es importante para este proyecto debido a que indica cuales pueden ser los motivos de que los restaurantes no tengan tantos ingresos dentro de sus establecimientos y así mismo beneficiar a los clientes al saber cuál es la variedad de platos que se puede encontrar en cada restaurante.

26. ¿Usted establece alianzas a largo plazo con los proveedores?

Gráfico 36. Alianzas a largo plazo con proveedores



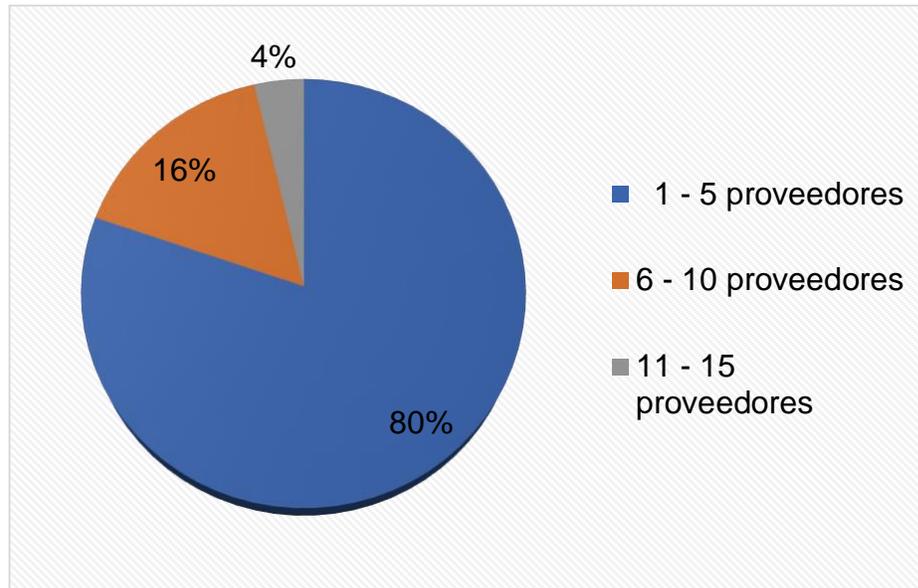
Fuente. La presente investigación

En la encuesta se logra evidenciar que el 47% que corresponde a 38 de los restaurantes establece alianzas a largo plazo con los proveedores mientras que el 53% es decir 43 no lo realizan, es importante tener en cuenta esta información debido a que como lo menciona Bartalent Lab, en todo establecimiento de restaurantes, uno de los elementos de mayor importancia es la calidad del producto. Que se recibe como materia prima para las elaboraciones que se ofrecen. De ello depende el éxito del plato en su montaje, presentación y aceptación. Ya que una de las condiciones necesarias e imprescindibles para ofrecer preparaciones de calidad, es recibir mercancía de primera y en condiciones apropiadas, para lo cual se debe contar con proveedores adecuados y de confianza¹³⁰.

¹³⁰BARTALENT LAB. La importancia de los proveedores: clasificación y elección (en línea). En: Bartalent lab, (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bartalentlab.com/academy/gestion-hostelera/como-elegir-proveedores>

27. ¿Con cuántos proveedores cuenta?

Gráfico 37. Proveedores en el establecimiento



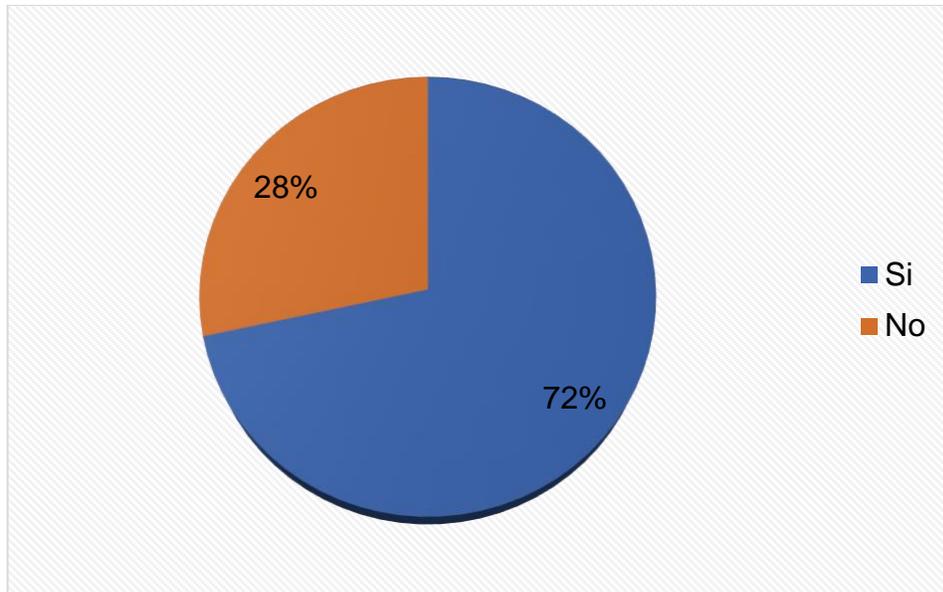
Fuente. La presente investigación

Tras la aplicación de la encuesta se logra evidenciar que la gran mayoría de los restaurantes encuestados cuentan con entre 1-5 proveedores los cuales corresponden al 80%, el 16% entre 6-10 y en un 4% cuentan con entre 11-15 proveedores esta información es de gran importancia para el proyecto debido a que permite evaluar uno de los ítems importantes de las fuerzas de PORTER como lo es el poder de negociación de los proveedores que como lo menciona Vesga Gamaliel, “esta medida es determinante porque puede afectar directamente el potencial de rentabilidad, son factores importantes para determinar el poder que tiene un proveedor, pues entre menos proveedores existan mayor será su poder. Esto significa que, los negocios están en una mejor posición cuando cuentan con múltiples proveedores”¹³¹.

¹³¹VESGA, Gamaliel. 5 fuerzas de Porter: ¿qué son y cómo usarlas a partir de ejemplos? (en línea). En: Pensemos, (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos>

28. ¿Cuenta con atención personalizada a cada cliente?

Gráfico 38. Atención personalizada a clientes



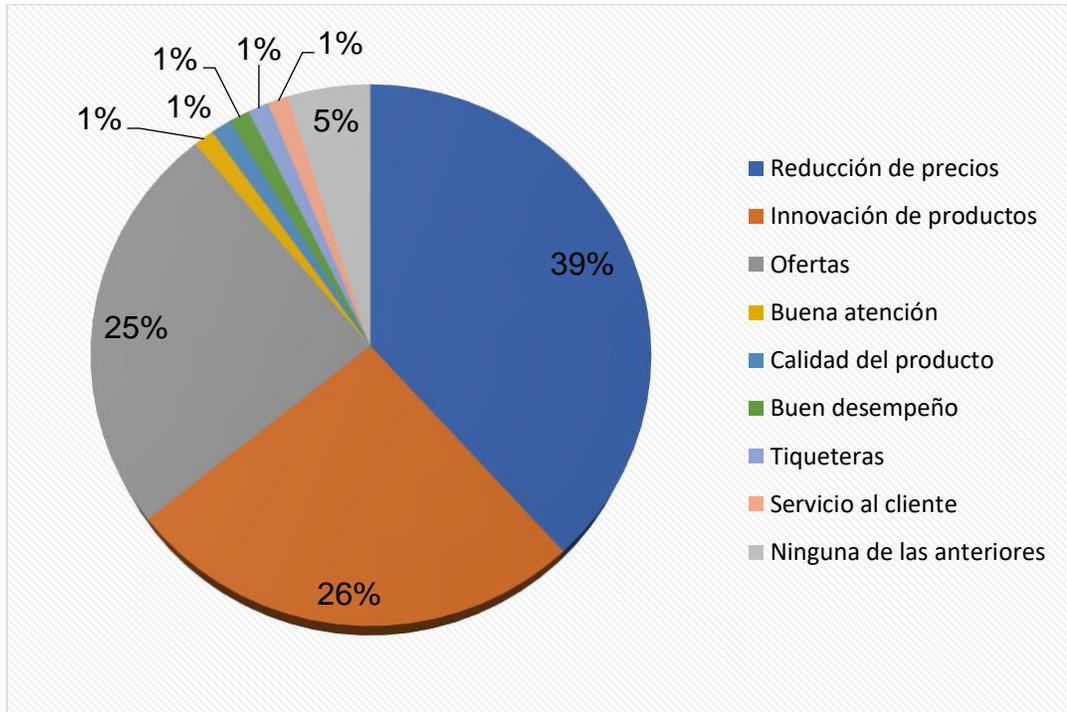
Fuente. La presente investigación

Se logra evidenciar que el 72% es decir 58 de los restaurantes cuentan con una atención personalizada a cada cliente mientras que el 28% que corresponde a 23 de ellos no lo hacen, esto es importante por que como lo menciona Insignia “la importancia del servicio al cliente es atraerlo y que este mismo vuelva porque de ello depende el consumo y la ganancia de la empresa, en cuanto a un restaurante se debe al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionada con la atención recibida, la eficiencia del servicio recibido y la manera en que el servicio fue entregado”¹³²

Es importante para la investigación debido a que la atención personalizada influye en que los clientes sigan visitando los restaurantes, al brindar una excelente atención de acuerdo a lo que requiera cada consumidor.

¹³²INSIGNIA. La importancia del servicio al cliente en un Restaurante (en línea). En: Insignia(s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://elinsignia.com/2017/06/27/la-importancia-del-servicio-al-cliente-en-un-restaurante-marcelo-oscar-vazquez/>

29. ¿Qué estrategias implementa para mejorar la competitividad?
Gráfico 39. Estrategias para la competitividad



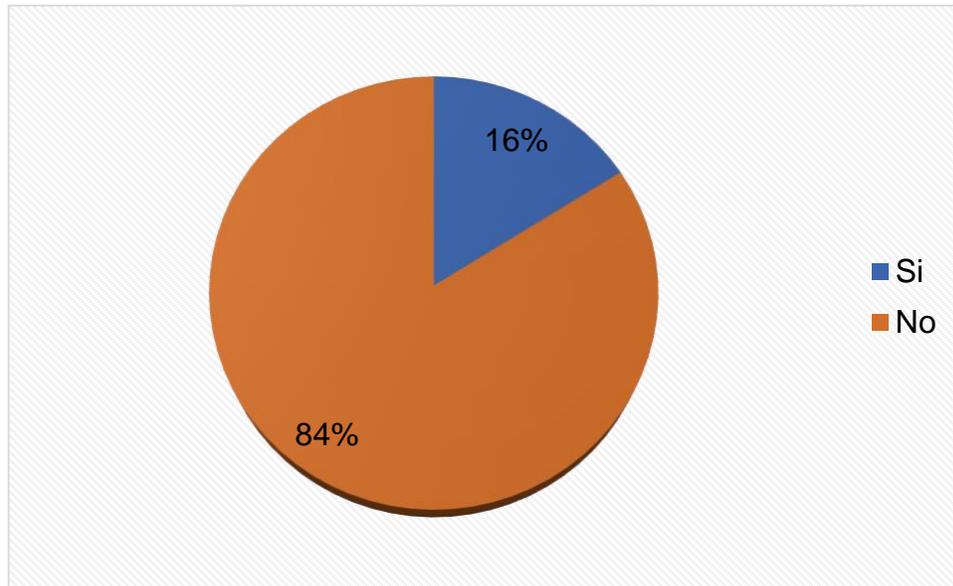
Fuente. La presente investigación

La encuesta refleja que el 39% (31) de los restaurantes mejora su competitividad a través de la reducción de los precios, el 26% (21) de los mismo implementa la innovación de los productos , el 25% (20) implementa las ofertas, el 1% (1) implementa buena atención, calidad del producto, buen desempeño, tiqueteras y servicio al cliente respectivamente, se encuentra además un 5% (5) los cuales usan alternativas en sus establecimientos como el buen desempeño, tiqueteras y servicio al cliente y el 5% (4) no implementan estrategias para mejorar su competitividad esto es importante para este proyecto debido a que como lo menciona Michael Porter¹³³, el mercado o segmento no será atractivo si hay sustitutos, si son más avanzados tecnológicamente o si tienen precios más bajos. Estos productos y/o servicios son riesgosos porque a menudo imponen un límite en el precio que se puede cobrar por el producto.

¹³³ ThePower. Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa. (en línea). En: ThePowerMBA. (s.l.): (consultada:28, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter>

30. ¿Usted se asocia con otras organizaciones, para mejorar su posición entre competidores?

Gráfico 40. Asociación con organizaciones para mejorar su posición



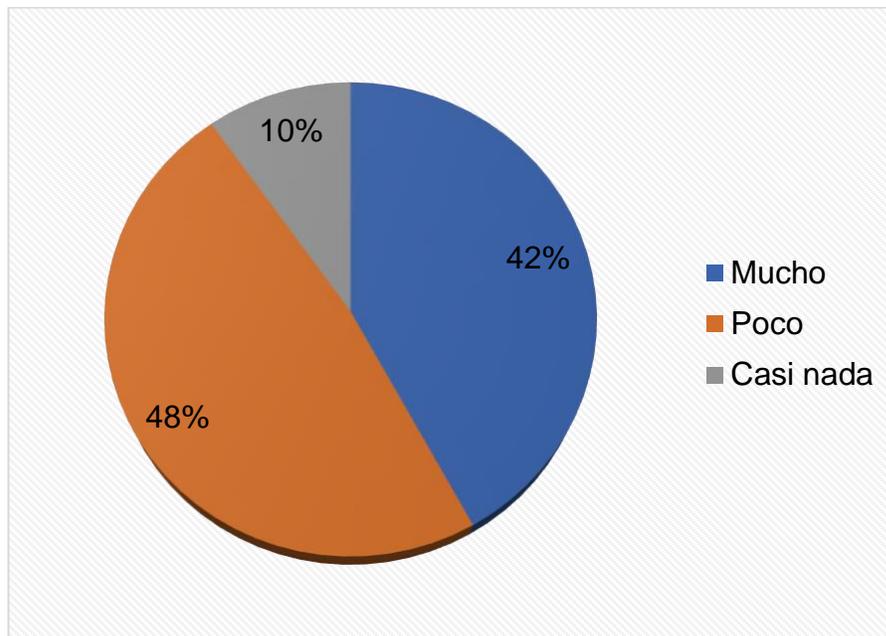
Fuente. La presente investigación

En la encuesta se logró determinar que el 84% que corresponde a 68 de los restaurantes no se asocian con otras organizaciones para mejorar la posición mientras que el 16% es decir 13 de ellos si lo hace, teniendo en cuenta como lo menciona la MBA¹³⁴, Una rivalidad entre oponentes tiene como objetivo mejorar la posición de una empresa utilizando tácticas como la competencia en precios, batallas publicitarias, introducción de productos nuevos e incrementar el servicio al cliente, esto es importante para el proyecto debido a que ayuda a ver cuáles son algunas de estrategias que pueden implementar los restaurantes para ser más competitivos dentro del mercado.

¹³⁴MBA. La rivalidad entre los competidores (en línea). En: Mbaonline, (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mbaonline.es/blog/rivalidad-entre-competidores.html#:~:text=Una%20rivalidad%20entre%20opponentes%20tiene,incrementar%20el%20servicio%20al%20cliente>.

31. ¿Qué tan competitivos se consideran en términos de ventas?

Gráfico 41. Competitividad en ventas



Fuente. La presente investigación

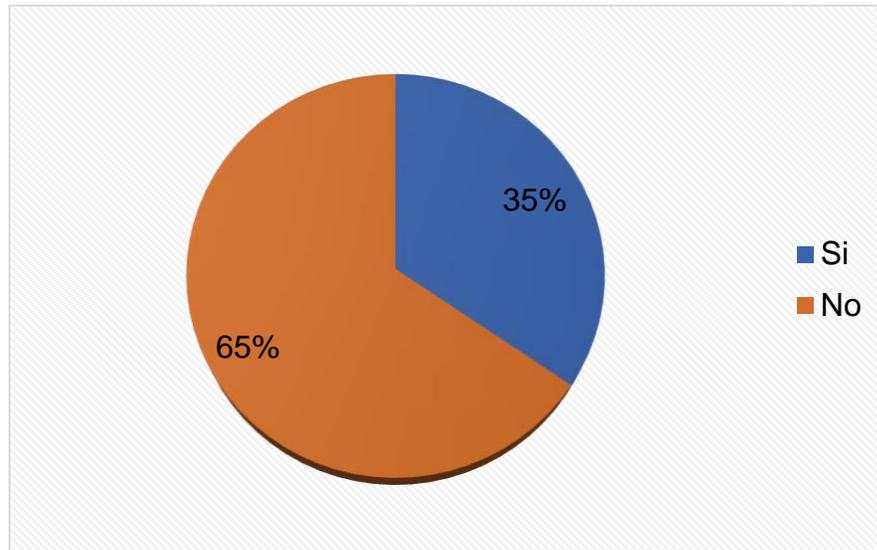
La aplicación de la encuesta permite reflejar que el 48% es decir 39 de los restaurantes se consideran muy competitivos en términos de ventas, el 42% corresponde a 34 de ellos se considera poco competitivos y el 10% se considera casi nada competitivos como según lo menciona Clavijo Camilo¹³⁵, la competitividad empresarial permitirá a una empresa mantenerse en pie y alcanzar los objetivos que se proponga. La competitividad empresarial es, por decirlo de un modo, la capacidad de subsistencia de una empresa y por ello también es la base de cualquier desarrollo o crecimiento en un negocio. Lo anterior es de gran importancia para el proyecto debido a que sirve de base para identificar las capacidades que tienen los restaurantes para abrir sus ideas de negocio al público¹³⁶.

¹³⁵CLAVIJO, Camilo. Competitividad empresarial (en línea) En: Blog Hubspot, (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>

¹³⁶Ibid, p.4

32. ¿Es sencillo encontrar alternativas que reemplacen su restaurante?

Gráfico 42. Alternativas que reemplacen su restaurante en el mercado

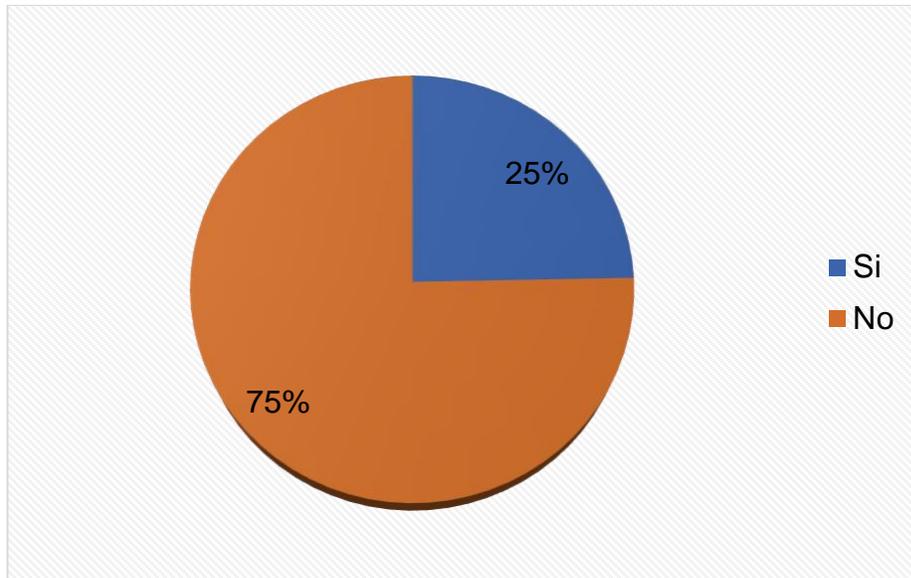


Fuente. La presente investigación

Tras la aplicación de la encuesta se logra determinar que el 65% que hace referencia a 53 de los restaurantes no se pueden remplazar con otras alternativas mientras que el 35% es decir 28 de ellos sí, esto es importante para esta investigación debido a que ayuda a obtener información de un ítem muy importante en las fuerzas de PORTER como lo son los productos sustitutos que como lo menciona Michael Porter Un mercado o segmento no será atractivo si hay productos sustitutos o cuando son más avanzados tecnológicamente o presentan precios más bajos. Estos productos y/o servicios suponen una amenaza porque suelen establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto. Debemos estar siempre atentos a las novedades de nuestro sector y a la influencia que dichas novedades pueden tener sobre la organización.

33. ¿Las características de sus productos son innovadoras?

Gráfico 43. Características de los productos son innovadoras



Fuente. La presente investigación

Después de aplicada la encuesta se logra determinar que el 75% que corresponde a 61 de los restaurantes cuentan con características de sus productos innovadoras algunos de ellos mencionan que tienen combos, servicios de cenas románticas, eventos, implementan productos de buena calidad, y algunos de ellos cuentan con productos que no se ofrecen en lugares aledaños y el 25% que hace referencia a 20 de ellos no cuentan con productores innovadores que según Quiroa Miriam¹³⁷, es el proceso de introducir nuevos productos al mercado con características y funcionamientos drásticamente mejorados. Esto es importante para el proyecto debido a que no suministra la información para completar el diagnóstico de los factores externos que afectan al sector restaurantes.

3.7.3 Interpretación de resultados. Después de aplicado los instrumentos de recolección de información se logra evidenciar que Star Books es una empresa legalmente constituida, la cual cuenta con una buena estructura organizacional definida, además de ello, tiene claramente establecido la misión y visión.

¹³⁷ECONOMIPEDIA. Innovación de producto (en línea). En: Economipedia.com.4, septiembre,2020 (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-de-producto.html#:~:text=La%20innovaci%C3%B3n%20de%20producto%20es,caracter%C3%ADsticas%20y%20funcionamientos%20dr%C3%A1sticamente%20mejorados.>

Es importante mencionar que durante los años 2019-2021 Star Books no se vio afectado de manera negativa, debido a que implementó estrategias empresariales para minimizar el impacto ocasionado por la pandemia del SARS-CoV-2, como por ejemplo la venta comida a domicilio y libros, pero del mismo modo, se logra evidenciar que en los primeros dos meses de la pandemia hubo una disminución del personal el cual fue recontratado antes de que Star Books adoptara estas estrategias

También Star Books ha tenido un crecimiento muy significativo debido a que al principio se tomaban las decisiones de manera empírica, pero con el paso del tiempo fue adquiriendo un equipo de contabilidad el cual se encarga de estructurar y planear los presupuestos necesarios para desarrollar sus actividades y a partir de los estados financieros tomar decisiones.

Es importante resaltar que Star Books ha tenido una gran acogida en la ciudad de San Juan de Pasto, la cual se ve reflejada en la encuesta realizada a los clientes de Star Books, los cuales manifiestan que sus precios se encuentran en un rango apropiado, reflejando la calidad del producto y el servicio ofrecido que se brinda en Star Books, de este modo se logra evidenciar que los clientes recomiendan o probablemente recomendarían el restaurante.

La mayoría de restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto, el 49% de los restaurantes su funcionamiento es menor a un año, debido a que por la pandemia se generaron impactos negativos en la economía de este sector; pero también es importante mencionar que el 51% de los restaurantes que cuentan con un funcionamiento mayor a 1 año, implementaron diferentes estrategias para afrontar los efectos negativos causados por la emergencia sanitaria del SARS-CoV-2.

Además de ello, el 49% del establecimiento donde funciona el restaurante es arrendado, lo que indica que los propietarios se vieron en la obligación de cumplir con el pago a pesar de las dificultades presentadas.

Fue posible evidenciar que ninguno de los restaurantes encuestados cuenta con un subsidio por parte del gobierno, lo cual refleja que el gobierno no presentó ayudas a las microempresas, teniendo en cuenta que se encuentran representados en un 99% que pudieron ser destinados para contra restar los efectos causados.

Otro aspecto importante, reflejado en las encuestas es que el 49% de los restaurantes no son responsables de imptoconsumo debido a que no cumplen con los requisitos establecidos en la norma y el 38% manifiestan que no saben que es este impuesto por lo que podemos deducir que las personas desconocen de este impuesto que se deben pagar al gobierno por el servicio prestado dentro del establecimiento.

También el cambio de las NIIF (Normas Internacionales de Información financiera), afecto solamente a un 7% de los restaurantes que llevan su contabilidad bajo norma internacional y cumplen con los requisitos de ley, teniendo en cuenta este porcentaje, es importante tener en cuenta que los establecimientos cumplen con el pago de sus obligaciones en un 30% como son cámara de comercio, industria y comercio, bomberos, Sayco y Acinpro y el 70% son restaurantes informales o desconocen el pago que se realiza de impuestos.

La financiación de las empresas en un 38% es con créditos, en donde los propietarios manifestaron que este fue un inconveniente, ya que las entidades financieras no brindaron ninguna ayuda o beneficio para las microempresas.

Tras la pandemia del SARS-CoV-2 en los restaurantes de la ciudad de Pasto se presentó un recorte del personal del 42% de los restaurantes, de los cuales se despidieron entre 1 y 8 empleados.

Otra de las consecuencias que se presentó, fue la disminución del salario el cual afecto a un 28% de los establecimientos, evidenciando así una disminución del salario en unos casos hasta del 100% ya que no se generaban ingresos. Esto es importante debido a que el 49% de los restaurantes tuvo un cierre parcial de sus actividades, implementado estrategias para incrementar sus ingresos.

Se reflejó que después de aplicar la encuesta que los propietarios en su mayoría son de estrato 1 y 2, lo que permite evidenciar que las personas que pertenecen a estos estratos buscan mejorar su calidad de vida a través de sus empresas.

Se logra evidenciar que el nivel de educación que tiene mayor repercusión en los propietarios de los restaurantes, son personas que han llegado hasta el nivel educativo básica primaria y bachillerato y además se encuentran en un rango de edad entre 27 y 59 años y el 46% manifiesta que se encuentra casado.

Otro de los aspectos que se vio reflejado en la encuesta es que el 6% cuenta con personal con discapacidad, lo que permite evidenciar que hay falta de oportunidades para el personal con discapacidad.

El 31% de los restaurantes implementa los medios online y publicidad y mercado, lo cual está brindando ventajas frente a la competencia al momento de ofrecer su producto y/o servicio de una manera más efectiva.

La innovación no se ve reflejada en los diferentes procesos, en el 83% de los establecimientos, lo cual es importante para atraer más clientes, mostrándonos así que los restaurantes prefieren acudir a estrategias tradicionales que son el 20% los cuales son volantes, voz a voz, pregonero y radio.

Tras la encuesta realizada el 94% no contaminan al medio ambiente, ya que usan como estrategias el reciclaje en el 89% de los restaurantes.

El 77% de los trabajadores de los restaurantes no cuenta con seguridad social y prestaciones sociales, lo cual permite identificar que los trabajadores no cuentan con garantías laborales.

También es importante identificar que el 53% de los restaurantes cuentan con normas de seguridad y salud en el trabajo, lo cual es importante para evitar incurrir en algún tipo de riesgo que puede estar expuesto el trabajador.

Es importante tener en cuenta que el 45% de los restaurantes usa como estrategia para fidelizar a los clientes la implementación de ofertas y el 41% mejorar la calidad del producto, lo cual hace que los clientes visiten con mayor frecuencia estos establecimientos.

El 53% de los establecimientos cuenta con alianzas a largo plazo con los proveedores, lo cual es de gran importancia ya que permite tener una gran variedad de productos dentro de los menús que ofrece los establecimientos y la mayoría de restaurantes cuenta entre 11-5 proveedores.

Por otro lado, se logra evidenciar que los restaurantes recurren a la atención personalizada en un 72%, con el fin de fidelizar los clientes.

Además, los restaurantes manifiestan que el 84% no se asocia con otras organizaciones, lo cual no genera que su establecimiento pueda expandirse a nuevos clientes.

Por lo tanto, los restaurantes se consideran, no muy competitivos en términos de ventas al momento de ofrecer los productos y/o servicios a razón de que no cuentan con las estrategias y conocimiento adecuada para mejorar su competitividad.

4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Primer objetivo

elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros a través de análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y los árboles de rentabilidad para determinar cuáles son los problemas dentro del marco de la pandemia del SARS-CoV-2.

Inicialmente se parte de analizar las áreas de la empresa Star Books, divididas en lo que corresponde a mercadeo, producción, talento humano y finanzas, lo cual permite en su conjunto lograr el objetivo de maximizar el crecimiento de la empresa.

4.1.1 Análisis de áreas de la empresa Star Books

4.1.1.1 Mercadeo. Star Books se ha caracterizado en cumplir el objetivo empresarial de mercadeo, debido a que siempre han buscado ir más de las expectativas de los clientes, brindando una experiencia única al cliente combinando comida, libros y café. El producto estrella es la pizza con lo cual fueron ganadores del BEST PIZZA 2021.

La empresa ofrece además un lugar atractivo debido a que se encuentran zonas de coworking y zonas infantiles, productos innovadores entre ellos platos vegetarianos, bebidas saludables, variedad de pizzas, bebidas artesanales, su carta ofrece una amplia gama de platos para diferentes gustos, un servicio de excelente calidad, atención al cliente, precios asequibles a todo el público, espacios para toda la familia y diferentes medios de pago.

Para determinar si los clientes se encuentran satisfechos en lo referente a los precios, calidad, servicio y recomendación, se tomó en cuenta; la encuesta dirigida a los clientes de Star Books, en donde se evidencio lo siguiente:

Para los clientes de Star Books los precios que ofrece consideran en un 84% de los clientes que corresponde a 32 de ellos, los precios son excelentes para los gastos del consumidor, mientras que el 16% de ellos, que corresponde a 6, el precio es bueno, por lo anterior se denota que los precios son asequibles a los bolsillos de los consumidores.

Frente a la calidad en los productos les ha parecido en un 87% excelente y 13% bueno que corresponde respectivamente a 33 y 5 clientes.

Se logra identificar que Star Book brinda productos de excelente calidad dentro de la carta; lo que contribuye a que los consumidores continúen frecuentando este sitio y se conviertan en clientes fieles.

Los servicios ofrecidos por Star Books, les ha parecido en un 82% muy satisfechos y 18% satisfecho, lo anterior hace referencia a 31 y 7 clientes.

Se puede reflejar que el servicio ofrecido dentro de Star Books es de gran satisfacción para sus clientes, lo cual es de vital importancia para seguir con el correcto funcionamiento, continuar innovando en ofrecer un servicio cada día mejor respecto a la atención y servicio al cliente y en brindar nuevos espacios para el esparcimiento de quienes acuden a este lugar, lo cual es lo que buscan los clientes, encontrar alternativas que permitan salir de la rutina y que cuente con espacios para toda la familia.

Para los clientes de Star Books la posibilidad de que se recomiende a sus conocidos es en un 55% es muy probable correspondiente a 21 clientes, 42% ya los recomienda que está representado por 16 usuarios y 3% es poco probable, teniendo en cuenta que corresponde a 1 consumidor.

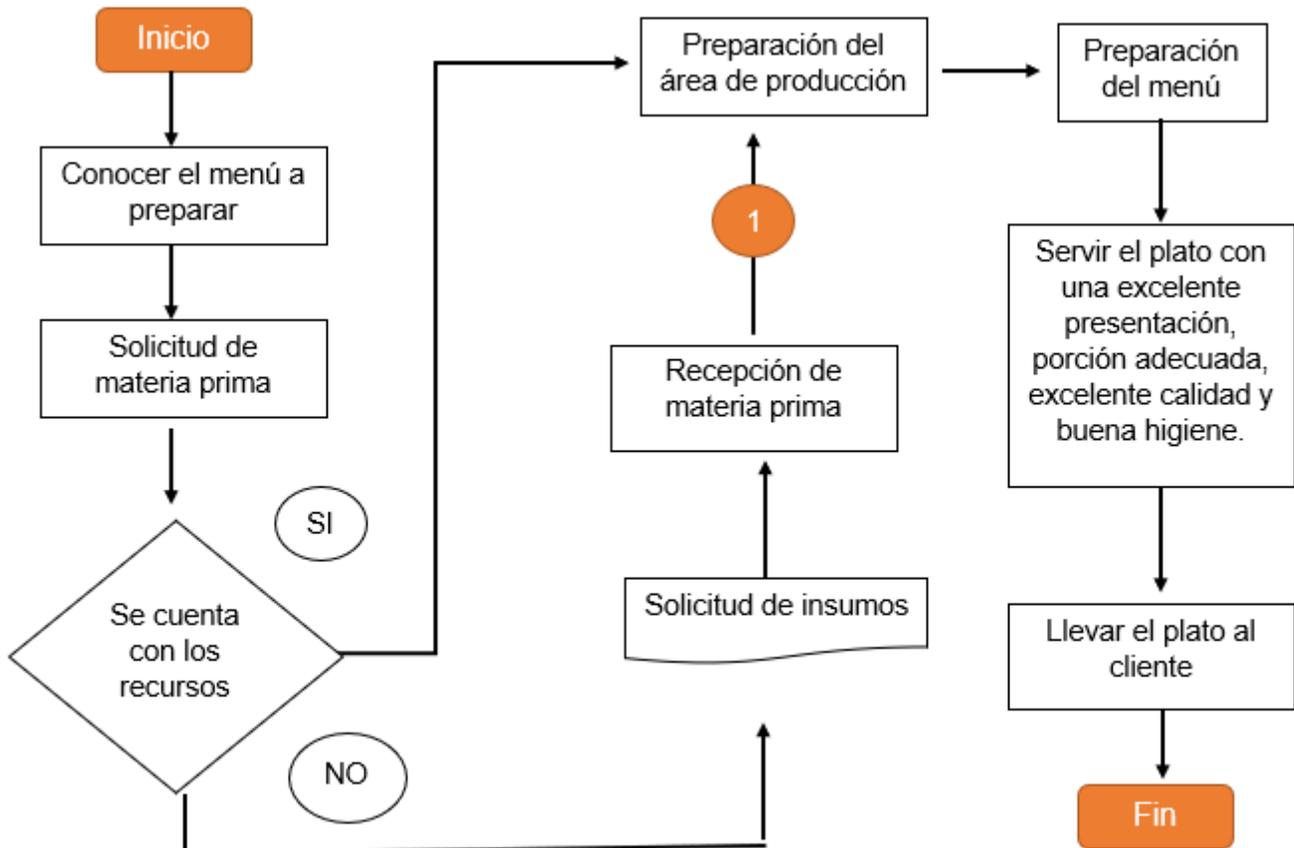
Se puede evidenciar que, gracias a la calidad del servicio, la atención al cliente y los precios asequibles al público la gran mayoría de los clientes recomendaría o recomienda a Star Books, lo cual se ve reflejado en la rentabilidad que ha generado Star Books, a pesar de enfrentarse a una emergencia sanitaria.

4.1.1.2 Producción. En Star Books se evidencia que cumple el objetivo de producción, ya que buscan brindar a los clientes productos y servicios de excelente calidad, ofreciendo una carta amplia para todo tipo de gustos, para dar cumplimiento, se capacita al personal con información y actividades aptas para el desarrollo de su labor, además Star Books cuenta con un presupuesto que permite maximizar la calidad al mínimo costo para las diferentes áreas que ayuda a planificar la parte de producción, también cuenta con personal capacitado que se encarga de recepcionar y despachar pedidos de manera eficiente.

A continuación, se describen las actividades que se encuentran adscritas y relacionadas con el área de producción mediante el diseño de diagramas de flujo que permiten dar mayor claridad en cuanto a lo ejecutado por Star Books en la actualidad.

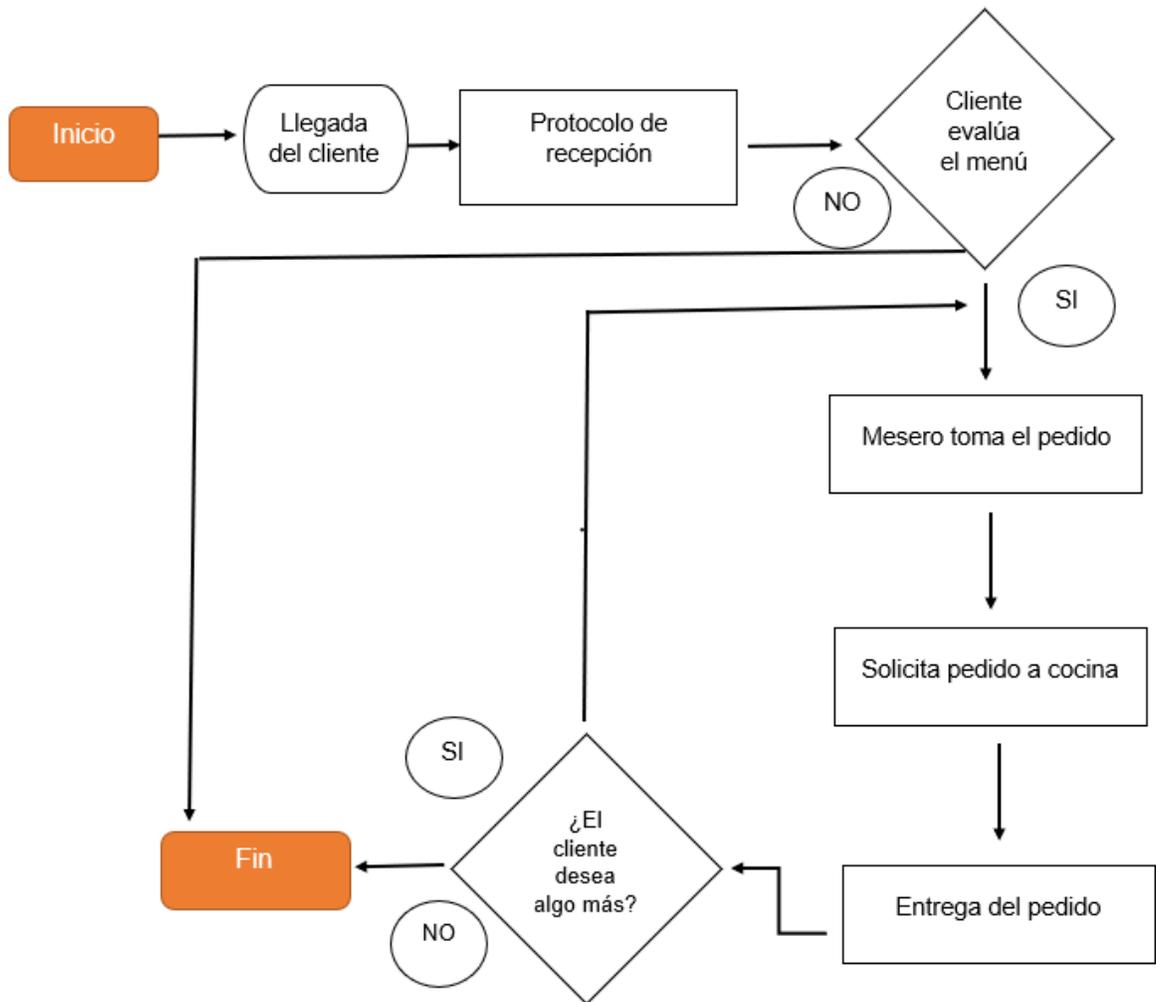
Flujogramas del proceso de producción

Figura 2. Preparación de alimento



Fuente. Elaboración propia

Figura 3. Atención al cliente



Fuente. Elaboración propia

Figura 4. Despacho de pedidos a domicilios



Fuente. Elaboración propia

4.1.1.3 Talento humano. En Star Books se identifica que no cuenta con la figura del organigrama en la empresa, pero si están definidos las áreas, cargos y funciones; los cuales están distribuidos de la siguiente manera, en la parte superior se encuentran los socios, luego el gerente general, contador, operadores de cocina, operadores de panadería, operadores de bar y servicio al cliente, además la empresa Star Books, cumple con los requisitos establecidos en el código sustantivo del trabajo en lo relacionado a obligaciones laborales, también se propende por el bienestar de sus colaboradores, debido a que el personal está bien capacitado para desarrollar las actividades empresariales, igualmente se brinda de manera constante capacitaciones para ampliar su conocimiento en las áreas en donde se

desempeñan cada uno de ellos con el fin de que se especialicen en su cargo, se realizan espacios para mejorar la salud mental y bienestar físico de los colaboradores y se otorga un reconocimiento al mejor trabajador del mes.

4.1.1.4 Finanzas. En Star Books se ha evidenciado que ha logrado crecimiento a lo largo de este periodo, entorno a que se buscó cambiar de sede a la que anteriormente se tenía ubicada en la Av. Boyacá, hoy actualmente Av. de los Estudiantes-sede principal, debido a que se buscaba ampliar el establecimiento para los clientes e incorporar nuevos espacios, además se ha invertido en mejorar este espacio convirtiéndolo en un lugar único, agradable y original y en lo referente a permanencia en el mercado, lo que se fundamenta en que Star Books ha crecido en torno a las utilidades generadas, las cuales se han planeado invertir en una nueva sede, cumpliendo con la visión de proyectarse a un nuevo lugar en la ciudad de Pasto.

La rentabilidad se ha visto reflejada en las decisiones y estrategias que implemento la empresa, como ofrecer productos innovadores y de excelente calidad, precios asequibles, alianzas estratégicas con proveedores, e incrementar el manejo de herramientas de marketing digital. A partir de esto se denota que, a pesar de su corta trayectoria en el mercado, ha generado que se incrementen las ventas de la empresa. Sin embargo, cuentan con algunas deficiencias en la organización del área contable debido a que se presenta la información solo del estado de situación financiera y el estado de resultados en este aspecto se evidencia que falta el estado de flujo de efectivo para observar las entradas y salidas de efectivo y el estado de cambios en el patrimonio para analizar el aumento o disminución de acciones, reserva legal y utilidad acumulada.

Para la elaboración del diagnóstico financiero de la empresa Star Books, es necesario tener en cuenta cual es el fin principal de aplicar las diferentes técnicas entre ellas análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y árbol de rentabilidad, las cuales son empleadas en la información contenida en los estados financieros, con el objetivo de realizar el análisis de la empresa que permita obtener conclusiones sobre como marcha la empresa y su evolución futura para la toma de decisiones de grupos de interés.

Tomando como referencia lo anteriormente mencionado se procede a realizar respectivo análisis financiero de la empresa Star Books, se debe tener en cuenta que tras conversaciones sostenidas con la actual contadora de la empresa Star Books se establece que la documentación financiera del año 2019, relacionada con los movimientos y gestión financiera de la empresa, se extraviaron debido a la falta de organización y el cambio de sede que se presentó durante este periodo cabe resaltar que durante el proceso hubo cambio de contadores por lo que ella no se hace responsable de esta información, por lo cual nos permite determinar en este sentido que existe una debilidades en la consolidación de la información financiera.

Por lo anterior se procede a realizar el diagnóstico financiero, pero teniendo en cuenta los años 2020 y 2021.

4.1.2 Análisis vertical. Para elaborar el respectivo análisis financiero de la empresa Star Books, se parte con el análisis vertical teniendo en cuenta que es un análisis estático, puesto que solo permite ver la composición en un año determinado, consiste en relacionar cada una de las partidas de un estado financiero (estado de situación financiera o estado de resultados), con respecto a una cuenta base cuyo valor se hace igual al 100% (cifra base); es importante tener en cuenta que la cifra base puede ser en el estado de situación financiera los activos, pasivo y patrimonio y en el estado de resultados se determina ya sea según los ingresos, costos y gastos, es decir depende de la importancia de las cuentas en los estados financieros de la organización, tomando el total de la cifra base como el 100%, se procede a comparar el valor neto de cada una de sus cuentas, para establecer la magnitud proporcional de cada partida.

Además, según el autor Ortiz Anaya Héctor, “el porcentaje que cada cuenta representa sobre una cifra base dice mucho de su importancia como tal, de las políticas de la empresa, del tipo de empresa, de la estructura financiera, de los márgenes de rentabilidad, etc.”¹³⁸.

Para el correspondiente análisis vertical de la empresa Star Books, se procede a tomar como cifra base el total de los activos en el estado de situación financiera, que para el año 2020 corresponde a \$264.141.686 y en el año 2021 \$216.219.194.

Los activos en el año 2020 están compuestos por los activos corrientes que está representado por un 34,3%, de lo cual se destaca que las partidas más representativas se encuentran en el efectivo y equivalente al efectivo con un 19,8% en donde principalmente se aprecia la cuenta de ahorros (16,3%); seguido de las cuentas por cobrar con un 6,7% causado principalmente por trabajadores (0,5%) y transacciones realizadas diferentes a la parte comercial con deudores varios (6,2%) e inventarios que corresponde al 6,1% conformado por la parte de insumos y envases y empaques e inversiones que realizó Star Books con un 1,1%.

Los activos no corrientes en el 2020, están conformados por 65,7%, en donde se destacan las inversiones realizadas con el objetivo de mejorar la propiedad planta y equipo de la empresa que equivale al 40,7%, se destaca que en mayor proporción se encuentran del equipo de hoteles y restaurantes (23,9%) y equipo de oficina (14,2%)

Los pasivos se componen solamente por corrientes, los cuales están representados en el año 2020 por el 23,1% frente al activo total, se evidencia que las partidas más

¹³⁸ORTIZ ANAYA, Héctor. (2018). Análisis financiero aplicado bajo NIIF. Universidad Externado de Colombia.

representativas se encuentran las obligaciones financieras con terceros con un 16,4%, y las cuentas por pagar con proveedores, lo que para este caso son las editoriales Planeta, Random, Urano y Océano para la actividad de venta de libros con un 3%, ya que se recurre a apalancarse de proveedores para esta actividad.

Para la parte del patrimonio se conforma en el año 2020 por un 76,9% del activo total, en donde el 39,2% está conformado por capital social de personas naturales de 3 socios en donde se muestra que cada socio para este año cuenta con aportes diferentes, Diego Portilla (13,3%), Paula Portilla (13,2%) y José Jiménez (12,8%), seguido de los resultados del ejercicio con un 37,7%, en donde se muestra la utilidad del ejercicio del año 2020 (33,4%) y resultados de ejercicios anteriores (4,3%).

Mientras tanto en el año 2021 en activos, se encuentran dividido por los activos corrientes, están conformados por el 31% del total del activo, las cuentas que tienen mayor relevancia en esta partida se encuentran, los inventarios (10,5%) está conformado por insumos, el efectivo y equivalente al efectivo con un 7,8% en donde se encuentra conformado por caja (4,4%) y cuenta de ahorros (3,3%) y las cuentas corrientes por cobrar con el 6,5%, las cuales fueron a causa de brindar a clientes la opción de acceder a crédito en productos y/o servicios (3,5%).

Activos no corrientes se resaltan las cuentas inmersas en la propiedad planta y equipo de Star Books con un 74,7%, con el fin de mejorar esta partida, frente a los activos se destaca los equipos de hoteles y restaurantes (35,2%), equipo de oficina (30,5%) y equipo de comunicación y computación (5,2%).

El pasivo solo se conforma por la parte corriente, lo que equivale al 25,3% en donde se resalta las cuentas de las obligaciones financieras con el 10,1%, los proveedores con un 3,7%, con editoriales Planeta, Random, Urano, Océano y FCE, los costos y gastos por pagar 4,2% relacionados a la parte de servicios públicos, seguridad social y otros (1,1%) y acreedores varios (3,1%) y los pasivos estimados y provisiones de obligaciones laborales de cesantías, intereses sobre cesantías, vacaciones y fono de pensiones con un 4,5% del total del activo.

En el patrimonio se encuentra representado frente a los activos por el 74,7%, en donde se evidencia que está conformado por el capital social que equivale al 55,5%, de Diego Portilla, Paula Portilla y José Jiménez cada uno con aporte de 18,5% esto debido a que los socios tomaron la decisión de incrementar el capital social y el resultado del ejercicio con un 19,2%, aquí se debe tener en cuenta que de las utilidades generadas en el respectivo año, se usaron en el mismo periodo para invertir en una nueva sede y repartir utilidades, lo que traduce que se muestre como resultado del ejercicio de \$41.548.049.

Cuadro 14. Análisis vertical estado de situación financiera Star Books 2020-2021

Star Books
Estado de Situación financiera
Años 2020 y 2021

RUBRO	2021	%	2020	%
ACTIVOS	\$ 216.219.194	100%	\$ 264.141.686	100%
ACTIVO CORRIENTE	\$ 67.099.631	31,0%	\$ 90.607.732	34,3%
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO	\$ 16.823.837	7,8%	\$ 52.200.737	19,8%
CAJA	\$ 9.614.476	4,4%	\$ 9.159.190	3,5%
CUENTA DE AHORROS	\$ 7.209.361	3,3%	\$ 43.041.547	16,3%
INVERSIONES	\$ 6.550.000	3,0%	\$ 3.000.000	1,1%
OTRAS INVERSIONES	\$ 6.550.000	3,0%	\$ 3.000.000	1,1%
CUENTAS CORRIENTES POR COBRAR	\$ 14.062.775	6,5%	\$ 1.480.984	0,6%
CLIENTES	\$ 7.608.309	3,5%	\$ 795.500	0,3%
ANTICIPOS Y AVANCES	\$ 6.454.466	3,0%	\$ 685.484	0,3%
CUENTAS POR COBRAR	\$ 6.892.456	3,2%	\$ 17.767.261	6,7%
TRABAJADORES	\$ 975.456	0,5%	\$ 1.422.816	0,5%
DEUDORES VARIOS	\$ 5.917.000	2,7%	\$ 16.344.445	6,2%
INVENTARIOS	\$ 22.770.563	10,5%	\$ 16.158.750	6,1%
INSUMOS	\$ 22.770.563	10,5%	\$ 11.098.750	4,2%
ENVASES Y EMPAQUES	\$ -	0,0%	\$ 5.060.000	1,9%
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 149.119.563	69,0%	\$ 173.533.954	65,7%
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 161.600.485	74,7%	\$ 107.532.081	40,7%
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	\$ 8.080.000	3,7%	\$ 3.805.000	1,4%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 66.035.487	30,5%	\$ 37.536.000	14,2%
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	\$ 11.323.126	5,2%	\$ 3.110.000	1,2%
EQUIPO DE HOTELES Y RESTAURANTES	\$ 76.161.872	35,2%	\$ 63.081.081	23,9%
INTANGIBLES	\$ 2.140.000	1,0%	\$ 135.000	0,1%
PROGRAMAS SIIGO NOMINA ELECTRONICA	\$ -	0,0%	\$ 135.000	0,1%
LICENCIA SISTEMAS	\$ 2.140.000	1,0%	\$ -	0,0%
DIFERIDOS	\$ -	0,0%	\$ 65.866.873	24,9%
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ -	0,0%	\$ 65.866.873	24,9%
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	-\$ 13.850.922	-6,4%	\$ -	0,0%
DEPRECIACIÓN ACTIVOS	-\$ 13.850.922	-6,4%	\$ -	0,0%

VENTA DE ACTIVOS	-\$	770.000	-0,4%	\$	-	0,0%
VIDEO BEEN	-\$	500.000	-0,2%	\$	-	0,0%
REPISAS	-\$	270.000	-0,1%	\$	-	0,0%
PASIVO	\$	54.671.146	25,3%	\$	60.976.896	23,1%
PASIVO CORRIENTE	\$	54.671.146	25,3%	\$	60.976.896	23,1%
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$	21.834.345	10,1%	\$	43.234.590	16,4%
PASIVOS FINANCIEROS	\$	21.834.345	10,1%	\$	43.234.590	16,4%
PARTICULARES	\$	21.834.345	10,1%	\$	43.234.590	16,4%
PROVEEDORES	\$	7.999.815	3,7%	\$	7.880.832	3,0%
EDITORIAL PLANETA	\$	1.867.840	0,9%	\$	1.536.730	0,6%
EDITORIAL RAMDOM	\$	3.961.425	1,8%	\$	1.344.222	0,5%
EDITORIAL URANO	\$	1.442.420	0,7%	\$	4.544.130	1,7%
EDITORIAL OCEANO	\$	420.030	0,2%	\$	455.750	0,2%
EDITORIAL FCE	\$	308.100	0,1%	\$	-	0,0%
COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	\$	8.995.021	4,2%	\$	4.656.590	1,8%
SERVICIOS PUBLICOS, SEGURIDAD SOCIAL Y OTROS	\$	2.382.511	1,1%	\$	4.656.590	1,8%
ACREEDOREES VARIOS	\$	6.612.510	3,1%	\$	-	0,0%
OBLIGACIONES LABORALES	\$	937.120	0,4%	\$	2.507.532	0,9%
APORTES A ENTIDADES	\$	470.100	0,2%	\$	-	0,0%
APORTES AL ICBF, SENA Y CAJA DE COMPENSACIÓN	\$	416.120	0,2%	\$	-	0,0%
APORTES ARL	\$	50.900	0,0%	\$	-	0,0%
SALARIOS POR PAGAR	\$	-	0,0%	\$	2.507.532	0,9%
PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	\$	9.688.856	4,5%	\$	1.193.562	0,5%
CESANTIAS	\$	5.390.150	2,5%	\$	761.238	0,3%
INTERESES SOBRE CESANTIAS	\$	173.593	0,1%	\$	91.350	0,0%
PRIMA	\$	-	0,0%	\$	-	0,0%
VACACIONES	\$	2.590.513	1,2%	\$	340.974	0,1%
FONDO DE PENSIONES	\$	1.534.600	0,7%	\$	-	0,0%
VALORES RECIBIDOS PARA TERCEROS	\$	5.215.989	2,4%	\$	1.503.790	0,6%
ANTICIPOS DE CLIENTES	\$	-	0,0%	\$	547.800	0,2%
VALORES RECIBIDOS PARA TERCEROS	\$	5.215.989	2,4%	\$	955.990	0,4%
PATRIMONIO	\$	161.548.049	74,7%	\$	203.164.790	76,9%
CAPITAL SOCIAL	\$	120.000.000	55,5%	\$	103.612.621	39,2%

CAPITAL DE PERSONAS NATURALES	\$ 120.000.000	55,5%	\$ 103.612.621	39,2%
DIEGO PORTILLA	\$ 40.000.000	18,5%	\$ 35.000.000	13,3%
PAULA PORTILLA	\$ 40.000.000	18,5%	\$ 34.812.356	13,2%
JOSE JIMENEZ	\$ 40.000.000	18,5%	\$ 33.800.265	12,8%
RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 41.548.049	19,2%	\$ 99.552.169	37,7%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 163.101.984	75,4%	\$ 88.324.702	33,4%
RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES		0,0%	\$ 11.227.467	4,3%
APORTE PARQUE INFANTIL	-\$ 50.508.919	-23,4%	\$ -	0,0%
REPARTICIÓN UTILIDADES	-\$ 71.045.016	-32,9%	\$ -	0,0%

Fuente. La presente investigación

A continuación, se va a proceder a realizar el análisis vertical del estado de resultado de la empresa Star Books de los años 2020 y 2021 teniendo en cuenta como cifra base el total de los ingresos por actividades ordinarias, que en los años 2020 fueron de \$728.463.193 y en el 2021 \$907.475.585.

Con respecto a los costos de operación en el año 2020 se evidencia que está compuesto por 44,4% de los ingresos por actividades ordinarias, divididos en las dos actividades económicas, costo de venta de libros (8,1%) y costo venta de comida (36,2%), lo que genero una utilidad bruta en el año 2020 que representa el 55,6% respecto a la cifra base.

Para los gastos de administración en el año 2020 representan un 14,8%, en donde se encuentran con mayor proporción en los gastos de arrendamiento (5,6%), servicios (3,2%), adecuación e instalación (3,1%) y diversos (2,5%).

Los gastos de ventas en el año 2020 representan un 27,9%, encontrados en los gastos de personal (26,3%) y publicidad propaganda y promociones (1,7%); la utilidad operacional después de restar los gastos de administración y ventas es de 12,8%.

Respecto a los gastos financieros del 2020, se encuentran representados en un 2,2% respecto a la cifra base, se muestra también que hubo otros gastos no operacionales que corresponden al 0,1%, generando así una utilidad neta del 12,1% en el ejercicio.

Los costos de operación en el año 2021 se evidencian que está compuesto por 40,2% de los ingresos por actividades ordinarias, divididos en las dos actividades económicas, costo de venta de libros (6%) y costo venta de comida (34,3%), por lo anterior se obtuvo una utilidad bruta del 59,8% de los ingresos por actividades ordinarias.

Los gastos de administración en el año 2021 representan un 15,1%, en donde se encuentran en mayor proporción en los honorarios (4,9%), arrendamiento (4%), servicios (2,3%) y diversos (1,6%).

Los gastos de ventas en el año 2021 representan un 23,9%, usados en los gastos de personal de nómina (17,9%) y publicidad propaganda y promociones (0,3%) y se implementó la parte de turnos temporales (5%), esto debido a la afluencia que había por temporadas especiales; generando una utilidad operacional del 21,5%

Los gastos financieros del 2021, se encuentran representados en un 1,4% en proporción a la cifra base, se muestra también se presentaron otros gastos no operacionales que corresponden al 2,1%, obteniendo así una utilidad neta del 18% en el ejercicio.

Cuadro 15. Análisis vertical estado de resultados Star Books 2020-2021

Star Books
Estado de resultados
Años 2020 y 2021

RUBRO	2021	%	2020	%
INGRESOS POR ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$ 907.475.585	100%	\$ 728.463.193	100%
VENTAS DE COMIDA	\$ 799.624.936	88,1%	\$ 644.049.491	88,4%
VENTA DE LIBROS Y REVISTAS	\$ 88.190.360	9,7%	\$ 67.985.474	9,3%
OTROS INGRESOS OPERACIONALES	\$ 19.660.289	2,2%	\$ 16.428.228	2,3%
DIVERSOS	\$ 19.660.289	2,2%	\$ 16.428.228	2,3%
COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 365.053.774	40,2%	\$ 323.413.167	44,4%
COSTOS DE VENTA DE LIBROS	\$ 54.083.313	6,0%	\$ 59.347.888	8,1%
COSTOS DE VENTAS DE COMIDA	\$ 310.970.461	34,3%	\$ 264.065.279	36,2%
UTILIDAD BRUTA	\$ 542.421.811	59,8%	\$ 405.050.026	55,6%
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 137.345.891	15,1%	\$ 107.921.772	14,8%
HONORARIOS	\$ 44.044.426	4,9%		
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ 400.000	0,0%	\$ 388.147	0,1%
ARRENDAMIENTOS	\$ 36.345.840	4,0%	\$ 40.669.000	5,6%
SEGUROS	\$ 1.117.800	0,1%	\$ 862.750	0,1%
SERVICIOS	\$ 21.218.225	2,3%	\$ 23.316.428	3,2%
GASTOS LEGALES	\$ 710.710	0,1%	\$ 309.400	0,0%
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$ 1.813.880	0,2%	\$ 1.602.800	0,2%
ADECUACION E INSTALACION	\$ 6.763.497	0,7%	\$ 22.291.153	3,1%

DIVERSOS	\$ 14.200.627	1,6%	\$ 18.482.094	2,5%
CONSUMOS	\$ 10.730.886	1,2%		
GASTOS DE VENTAS	\$ 209.961.063	23,1%	\$ 203.560.280	27,9%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 162.018.959	17,9%	\$ 191.411.020	26,3%
PUBLICIDAD PROPAGADA Y PROMOCIONES	\$ 2.560.287	0,3%	\$ 12.149.260	1,7%
TURNOS TEMPORALES	\$ 45.381.817	5,0%		
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 195.114.857	21,5%	\$ 93.567.974	12,8%
OTROS INGRESOS	\$ 7.313	0,0%	\$ 11.551.592	1,6%
INTERESES	\$ 7.313	0,0%	\$ 136.209	0,0%
APROVECHAMIENTO DE ARRENDAMIENTO		0,0%	\$ 1.800.000	0,2%
REINTEGRO DE COSTOS Y GASTOS		0,0%	\$ 8.747.602	1,2%
DIVERSOS		0,0%	\$ 867.781	0,1%
GASTOS FINANCIEROS	\$ 12.701.752	1,4%	\$ 16.286.364	2,2%
BANCOS	\$ 12.701.752	1,4%	\$ 16.286.364	2,2%
OTROS GASTOS	\$ 19.318.434	2,1%	\$ 508.500	0,1%
DESCUENTOS COMERCIALES	\$ 41.300	0,0%	\$ 508.500	0,1%
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 14.309.255	1,6%		
AJUSTES	\$ 4.967.879	0,5%		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 163.101.984	18,0%	\$ 88.324.702	12,1%
IMPUESTO DE RENTA		0,0%	\$ -	0,0%
UTILIDAD NETA	\$ 163.101.984	18,0%	\$ 88.324.702	12,1%

Fuente. La presente investigación

4.1.2. Análisis horizontal. para realizar el análisis horizontal se requiere disponer de estados financieros de dos periodos diferentes entre los años 2020-2021, es decir, que deben ser comparativos, y de esta manera poder observar el comportamiento de los estados financieros en el periodo objeto de análisis.

Para elaborar el respectivo diagnostico financiero de la empresa Star Books. se tiene en cuenta el análisis horizontal el cual permite ver el desempeño financiero de la empresa durante los años 2020-2021, con el fin de identificar patrones de crecimiento o decrecimiento, debido a que se evalúa la eficiencia y eficacia de la administración frente a los recursos de la empresa y los cambios relativos en las distintas cuentas a corto, mediano y largo plazo, rentabilidad y competitividad que surgió a pesar de las medidas que tomó el gobierno nacional frente a la emergencia sanitaria SARS-CoV2, los diferentes aislamientos, las restricciones, el cumplimiento de elementos de bioseguridad con el fin de disminuir el impacto.

Por lo anterior se procede a realizar el respectivo análisis horizontal, con lo cual se podrá determinar los impactos causados por la emergencia sanitaria SARS-CoV 2

en la empresa Star Books, determinando las fluctuaciones en los estados financieros.

Se procede a realizar el análisis horizontal del estado de situación financiera, frente a las partidas más significativas que tuvo la empresa Star Books, por lo cual se presentó lo siguiente:

Por parte de los activos en lo que corresponde a activos corrientes presenta una disminución de \$23.508.101 (25,9%), esta variación se ve afectada debido a que el efectivo y equivalente al efectivo, se usó como se muestra en el patrimonio en una disminución de los resultados del ejercicio del periodo que fueron destinados a una inversión a una nueva sede de Star Books y repartición de utilidades ; una partida que incremento de manera significativa son las cuentas corrientes por cobrar en lo relacionado a clientes \$12.581.791 (849,6%),esto debido a que en la empresa en el año 2021 se implementó una estrategia que consistía en fidelizar a los clientes por medio de una membresía, en la cual se podía acceder a beneficios como son descuentos en libros, comidas y tener la opción de acceder a crédito ya sea por libros o servicios; por parte de los inventarios se destaca que presenta un aumento de \$6.611.813 (40,9%),lo anterior debido al volumen de ventas que se generaron en el año 2021.

Por parte de los activos no corrientes se evidencia que genero una disminución de \$24.414.391 (14,1%), esta disminución se ve reflejada por la cuenta de diferidos que para el 2021 disminuyo 100%, es importante recalcar que el activo no corriente de manera más detallada no solo presento disminución sino que en la partida de propiedad planta y equipo se resalta que se obtuvo un incremento significativo de \$54.068.404 (50,3%), principalmente en invertir en mejorar dicha partida en lo referente a construcciones y edificaciones \$4.275.000 (112,4%),equipo de oficina \$28.499.487 (75,9%),equipo de comunicación y comunicación \$8.213.126 (264,1%) y equipo de hoteles y restaurantes \$13.080.791 (20,7%).

En la parte de intangibles se evidencia la inversión realizada en mejorar las licencias de sistema para todas las áreas, con el objetivo de mejorar la productividad en torno a que la información se encuentre almacenada de manera eficiente y eficaz.

La depreciación acumulada de los activos totales se muestra que se encuentra por un valor de \$13.850.922.

En los pasivos corrientes de manera general se resalta que se obtuvo una disminución de \$6.305.750 (10,3%);lo anterior se ve reflejado en las obligaciones financieras con terceros presentando una disminución \$21.400.245 (49,5%) debido principalmente a los pagos realizados por la empresa en esta partida; en el caso de las cuentas por pagar a proveedores se evidencia que no incremento de manera importante \$118.983 (1,5%) y otra cuenta que incremento de manera significativa es la partida de costos y gastos por pagar \$4.338.431 (93,2%)a razón de se

incrementó respecto a las obligaciones con acreedores varios ;otra cuenta que es importante mencionar es el incremento que presento los pasivos estimados y provisiones laborales \$8.495.294 (711,8%);por otra parte se presentó un aumento en los valores recibidos para terceros, en esta parte se tienen en cuenta lo recibido por concepto de propinas para colaboradores \$3.712.199 (246,9%).

En el patrimonio muestra que presenta una disminución \$41.616.741 (20,5%); para lo cual es importante tener en cuenta lo que se venía mencionado anteriormente que fue a causa de que en el año 2021 se realizó la inversión a la nueva sede, con las utilidades que se generaron en el mismo año, lo cual influyo en la disminución del patrimonio, se obtiene una utilidad de \$163.101.984 de los cuales se toman \$50.508.919 para la implementación de una nueva sede en el parque infantil y se reparten \$71.045.016 entre los socios realizando las operaciones respectivas se obtiene que un resultado del ejercicio que es equivalente a \$41.548.049.

En el patrimonio se tiene en cuenta que el capital de personas naturales incrementó en cada uno de los socios como lo son Diego Portilla en \$5.000.000, Paula Portilla en \$5.187.644 y José Jiménez en \$6.199.735, por lo anterior se puede evidenciar que todos los socios cuentan con el mismo valor de aportes y por lo tanto quiere decir que las utilidades se deben repartir de manera igualitaria, por ende, en el capital social se evidencia que presento un incremento \$16.387.379 (15,8%).

Cuadro 16. Análisis horizontal estado de situación financiera Star Books 2020-2021

Star Books
Estado de situación financiera
Años 2020 y 2021

RUBRO	2021	2020	VARIACION ABSOLUTA \$	VARIACION RELATIVA %
ACTIVOS	\$ 216.219.194	\$ 264.141.686	-\$ 47.922.492	-18,1%
ACTIVO CORRIENTE	\$ 67.099.631	\$ 90.607.732	-\$ 23.508.101	-25,9%
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFFECTIVO	\$ 16.823.837	\$ 52.200.737	-\$ 35.376.900	-67,8%
CAJA	\$ 9.614.476	\$ 9.159.190	\$ 455.286	5,0%
CUENTA DE AHORROS	\$ 7.209.361	\$ 43.041.547	-\$ 35.832.186	-83,3%
INVERSIONES	\$ 6.550.000	\$ 3.000.000	\$ 3.550.000	118,3%
OTRAS INVERSIONES	\$ 6.550.000	\$ 3.000.000	\$ 3.550.000	118,3%
CUENTAS CORRIENTES POR COBRAR	\$ 14.062.775	\$ 1.480.984	\$ 12.581.791	849,6%
CLIENTES	\$ 7.608.309	\$ 795.500	\$ 6.812.809	856,4%

ANTICIPOS Y AVANCES	\$ 6.454.466	\$ 685.484	\$ 5.768.982	841,6%
CUENTAS POR COBRAR	\$ 6.892.456	\$ 17.767.261	-\$ 10.874.805	-61,2%
TRABAJADORES	\$ 975.456	\$ 1.422.816	-\$ 447.360	-31,4%
DEUDORES VARIOS	\$ 5.917.000	\$ 16.344.445	-\$ 10.427.445	-63,8%
INVENTARIOS	\$ 22.770.563	\$ 16.158.750	\$ 6.611.813	40,9%
INSUMOS	\$ 22.770.563	\$ 11.098.750	\$ 11.671.813	105,2%
ENVASES Y EMPAQUES	\$ -	\$ 5.060.000	-\$ 5.060.000	-100,0%
ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 149.119.563	\$ 173.533.954	-\$ 24.414.391	-14,1%
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO	\$ 161.600.485	\$ 107.532.081	\$ 54.068.404	50,3%
CONSTRUCCIONES Y EDIFICACIONES	\$ 8.080.000	\$ 3.805.000	\$ 4.275.000	112,4%
EQUIPO DE OFICINA	\$ 66.035.487	\$ 37.536.000	\$ 28.499.487	75,9%
EQUIPO DE COMUNICACIÓN Y COMPUTACIÓN	\$ 11.323.126	\$ 3.110.000	\$ 8.213.126	264,1%
EQUIPO DE HOTELES Y RESTAURANTES	\$ 76.161.872	\$ 63.081.081	\$ 13.080.791	20,7%
INTANGIBLES	\$ 2.140.000	\$ 135.000	\$ 2.005.000	1485,2%
PROGRAMAS SIIGO NOMINA ELECTRONICA	\$ -	\$ 135.000	-\$ 135.000	-100,0%
LICENCIA SISTEMAS	\$ 2.140.000	\$ -	\$ 2.140.000	
DIFERIDOS	\$ -	\$ 65.866.873	-\$ 65.866.873	-100,0%
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ -	\$ 65.866.873	-\$ 65.866.873	-100,0%
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	-\$ 13.850.922	\$ -	-\$ 13.850.922	
DEPRECIACIÓN ACTIVOS	-\$ 13.850.922	\$ -	-\$ 13.850.922	
VENTA DE ACTIVOS	-\$ 770.000	\$ -	-\$ 770.000	
VIDEO BEEN	-\$ 500.000	\$ -	-\$ 500.000	
REPISAS	-\$ 270.000	\$ -	-\$ 270.000	
PASIVO	\$ 54.671.146	\$ 60.976.896	-\$ 6.305.750	-10,3%
PASIVO CORRIENTE	\$ 54.671.146	\$ 60.976.896	-\$ 6.305.750	-10,3%
OBLIGACIONES FINANCIERAS	\$ 21.834.345	\$ 43.234.590	-\$ 21.400.245	-49,5%
PASIVOS FINANCIEROS	\$ 21.834.345	\$ 43.234.590	-\$ 21.400.245	-49,5%
PARTICULARES	\$ 21.834.345	\$ 43.234.590	-\$ 21.400.245	-49,5%

PROVEEDORES	\$ 7.999.815	\$ 7.880.832	\$ 118.983	1,5%
EDITORIAL PLANETA	\$ 1.867.840	\$ 1.536.730	\$ 331.110	21,5%
EDITORIAL RAMDOM	\$ 3.961.425	\$ 1.344.222	\$ 2.617.203	194,7%
EDITORIAL URANO	\$ 1.442.420	\$ 4.544.130	-\$ 3.101.710	-68,3%
EDITORIAL OCEANO	\$ 420.030	\$ 455.750	-\$ 35.720	-7,8%
EDITORIAL FCE	\$ 308.100	\$ -	\$ 308.100	
COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	\$ 8.995.021	\$ 4.656.590	\$ 4.338.431	93,2%
SERVICIOS PUBLICOS, SEGURIDAD SOCIAL Y OTROS	\$ 2.382.511	\$ 4.656.590	-\$ 2.274.079	-48,8%
ACREEDOREES VARIOS	\$ 6.612.510	\$ -	\$ 6.612.510	
OBLIGACIONES LABORALES	\$ 937.120	\$ 2.507.532	-\$ 1.570.412	-62,6%
APORTES A ENTIDADES	\$ 470.100	\$ -	\$ 470.100	
APORTES AL ICBF, SENA Y CAJA DE COMPENSACIÓN	\$ 416.120	\$ -	\$ 416.120	
APORTES ARL	\$ 50.900	\$ -	\$ 50.900	
SALARIOS POR PAGAR	\$ -	\$ 2.507.532	-\$ 2.507.532	-100,0%
PASIVOS ESTIMADOS Y PROVISIONES	\$ 9.688.856	\$ 1.193.562	\$ 8.495.294	711,8%
CESANTIAS	\$ 5.390.150	\$ 761.238	\$ 4.628.912	608,1%
INTERESES SOBRE CESANTIAS	\$ 173.593	\$ 91.350	\$ 82.243	90,0%
PRIMA	\$ -	\$ -	\$ -	
VACACIONES	\$ 2.590.513	\$ 340.974	\$ 2.249.539	659,7%
FONDO DE PENSIONES	\$ 1.534.600	\$ -	\$ 1.534.600	
VALORES RECIBIDOS PARA TERCEROS	\$ 5.215.989	\$ 1.503.790	\$ 3.712.199	246,9%
ANTICIPOS DE CLIENTES	\$ -	\$ 547.800	-\$ 547.800	-100,0%
VALORES RECIBIDOS PARA TERCEROS	\$ 5.215.989	\$ 955.990	\$ 4.259.999	445,6%
PATRIMONIO	\$ 161.548.049	\$ 203.164.790	-\$ 41.616.741	-20,5%
CAPITAL SOCIAL	\$ 120.000.000	\$ 103.612.621	\$ 16.387.379	15,8%
CAPITAL DE PERSONAS NATURALES	\$ 120.000.000	\$ 103.612.621	\$ 16.387.379	15,8%

DIEGO PORTILLA	\$ 40.000.000	\$ 35.000.000	\$ 5.000.000	14,3%
PAULA PORTILLA	\$ 40.000.000	\$ 34.812.356	\$ 5.187.644	14,9%
JOSE JIMENEZ	\$ 40.000.000	\$ 33.800.265	\$ 6.199.735	18,3%
RESULTADOS DEL EJERCICIO	\$ 41.548.049	\$ 99.552.169	-\$ 58.004.120	-58,3%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 163.101.984	\$ 88.324.702	\$ 74.777.282	84,7%
RESULTADO DE EJERCICIOS ANTERIORES		\$ 11.227.467	-\$ 11.227.467	-100,0%
APORTE PARQUE INFANTIL	-\$ 50.508.919	\$ -	-\$ 50.508.919	
REPARTICIÓN UTILIDADES	-\$ 71.045.016	\$ -	-\$ 71.045.016	

Fuente. La presente investigación

En el estado de resultados se evidencia que los ingresos por actividades ordinarias aumentaron de manera muy significativa lo que equivale a una variación de \$179.012.392 (24,6%), dentro de ellos la actividad que tiene mayor incremento en unidad monetaria es la de venta de comida, en la que se evidencia un incremento de \$155.575.445 lo que equivale a un (24,2%) que influye en el incremento de costos en la parte de ventas de comida que es igual a \$46.905.182 (17,8%) de lo que se puede deducir que es acorde los costos de la producción junto con las ventas; respecto a la actividad económica de venta de libros y revistas se resalta que se presentó en la venta un incremento \$20.204.889 (29,7%) y los costos respectivos se vieron disminuidos \$5.264.575 (8,9%), esto ocasionado por acuerdos que se llegaron con editoriales para acceder a descuentos y beneficios, lo que ayudo a disminuir los costos y finalmente Star Books cuenta con otra actividad adicional, la cual presento un incremento \$3.232.061 (19,7%).

Cabe aclarar que desde el año 2020 y hasta la actualidad se ha implementado el servicio a domicilio para venta de libros y comida que ha contribuido en que las ventas se incrementen en las actividades económicas que desarrolla Star Books. Teniendo en cuenta los ingresos y costos se obtiene una utilidad bruta que aumento en \$137.371.785 (33,9%) entre los años 2020-2021, también se debe tener en cuenta que en los gastos de administración de la empresa Star Books mantuvo un incremento \$29.424.119 (27,3%), principalmente porque se aumentó la contratación de profesionales por prestación de servicios.

Para los gastos de ventas se muestra que presenta un incremento \$6.400.783 (3,1%); es importante relacionar esta cuenta con los ingresos obtenidos, ya que se accedió contratara a personal con turnos temporales, debido a que no era suficiente el personal que contaba para tender a los clientes especialmente en temporadas y fines de semana; la publicidad en medio de la emergencia sanitaria se venía trabajando en gran parte con creadores de contenido, luego de la acogida y

posicionamiento que recibió Star Books en las diferentes plataformas, se tomó alternativas de manejar las redes sociales a través de publicidad orgánica la cual necesita un menor presupuesto; por tal razón se vio disminuido \$ 9.588.975 (78,9%).

La utilidad operacional del 2021 con respecto al 2020 de Star Books presenta un incremento significativo de \$101.146.883 (108,5%), resultados que genera las operaciones de la empresa relacionadas directamente con su objeto social.

Por parte de los ingresos no operacionales presenta otros ingresos, se logra identificar que se disminuyeron \$11.544.579 (99,9%) como lo son el aprovechamiento de arrendamiento y el reintegro de costos y gastos, los cual ya no se reciben.

En los gastos financieros se evidencia que generaron una disminución \$3.584.612 (22%), esto debido a que se disminuyeron los pasivos por obligaciones financieras. Otros gastos se identifican que incrementaron en \$18.809.934 (3699,1%) principalmente debido a la depreciación acumulada \$14.309.255 y los ajustes que son iguales a \$ 4.967.879.

Se concluye que, frente a todas las operaciones mencionadas anteriormente, se obtiene una utilidad neta que incremento de manera significativa en \$74.777.282 (84,7%) del 2021 respecto al 2020.

Cuadro 17. Análisis horizontal estado de resultados Star Books 2020-2021

Star Books
Estado de resultados
Años 2020 y 2021

RUBRO	2021	2020	VARIACION ABSOLUTA \$	VARIACION RELATIVA %
INGRESOS POR ACTIVIDADES ORDINARIAS	\$ 907.475.585	\$ 728.463.193	\$ 179.012.392	24,6%
VENTAS DE COMIDA	\$ 799.624.936	\$ 644.049.491	\$ 155.575.445	24,2%
VENTA DE LIBROS Y REVISTAS	\$ 88.190.360	\$ 67.985.474	\$ 20.204.886	29,7%
OTROS INGRESOS OPERACIONALES	\$ 19.660.289	\$ 16.428.228	\$ 3.232.061	19,7%
DIVERSOS	\$ 19.660.289	\$ 16.428.228	\$ 3.232.061	19,7%
COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 365.053.774	\$ 323.413.167	\$ 41.640.607	12,9%
COSTOS DE VENTA DE LIBROS	\$ 54.083.313	\$ 59.347.888	-\$ 5.264.575	-8,9%

COSTOS DE VENTAS DE COMIDA	\$ 310.970.461	\$ 264.065.279	\$ 46.905.182	17,8%
UTILIDAD BRUTA	\$ 542.421.811	\$ 405.050.026	\$ 137.371.785	33,9%
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 137.345.891	\$ 107.921.772	\$ 29.424.119	27,3%
HONORARIOS	\$ 44.044.426		\$ 44.044.426	
IMPUESTO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	\$ 400.000	\$ 388.147	\$ 11.853	3,1%
ARRENDAMIENTOS	\$ 36.345.840	\$ 40.669.000	-\$ 4.323.160	-10,6%
SEGUROS	\$ 1.117.800	\$ 862.750	\$ 255.050	29,6%
SERVICIOS	\$ 21.218.225	\$ 23.316.428	-\$ 2.098.203	-9,0%
GASTOS LEGALES	\$ 710.710	\$ 309.400	\$ 401.310	129,7%
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	\$ 1.813.880	\$ 1.602.800	\$ 211.080	13,2%
ADECUACION E INSTALACION	\$ 6.763.497	\$ 22.291.153	-\$ 15.527.656	-69,7%
DIVERSOS	\$ 14.200.627	\$ 18.482.094	-\$ 4.281.467	-23,2%
CONSUMOS	\$ 10.730.886		\$ 10.730.886	
GASTOS DE VENTAS	\$ 209.961.063	\$ 203.560.280	\$ 6.400.783	3,1%
GASTOS DE PERSONAL	\$ 162.018.959	\$ 191.411.020	-\$ 29.392.061	-15,4%
PUBLICIDAD PROPAGADA Y PROMOCIONES	\$ 2.560.287	\$ 12.149.260	-\$ 9.588.973	-78,9%
TURNOS TEMPORALES	\$ 45.381.817		\$ 45.381.817	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 195.114.857	\$ 93.567.974	\$ 101.546.883	108,5%
OTROS INGRESOS	\$ 7.313	\$ 11.551.592	-\$ 11.544.279	-99,9%
INTERESES	\$ 7.313	\$ 136.209	-\$ 128.896	-94,6%
APROVECHAMIENTO DE ARRENDAMIENTO		\$ 1.800.000	-\$ 1.800.000	-100,0%
REINTEGRO DE COSTOS Y GASTOS		\$ 8.747.602	-\$ 8.747.602	-100,0%
DIVERSOS		\$ 867.781	-\$ 867.781	-100,0%
GASTOS FINANCIEROS	\$ 12.701.752	\$ 16.286.364	-\$ 3.584.612	-22,0%
BANCOS	\$ 12.701.752	\$ 16.286.364	-\$ 3.584.612	-22,0%
OTROS GASTOS	\$ 19.318.434	\$ 508.500	\$ 18.809.934	3699,1%
DESCUENTOS COMERCIALES	\$ 41.300	\$ 508.500	-\$ 467.200	-91,9%
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ 14.309.255		\$ 14.309.255	

AJUSTES	\$ 4.967.879		\$ 4.967.879	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 163.101.984	\$ 88.324.702	\$ 74.777.282	84,7%
IMPUESTO DE RENTA		\$ -	\$ -	
UTILIDAD NETA	\$ 163.101.984	\$ 88.324.702	\$ 74.777.282	84,7%

Fuente. La presente investigación

4.1.3 Indicadores financieros. Como menciona Bold¹³⁹, Los indicadores o también conocidos como ratios financieras son herramientas de medición que permiten combinar entre sí los elementos de información que se reflejan en los estados financieros. Mediante el cálculo e interpretación de estos datos contables permite realizar un diagnóstico preciso de la salud financiera de una empresa.

4.1.3.1 Indicadores de liquidez. Miden la capacidad que tienen la empresa para cumplir con los pagos y obligaciones de corto plazo, se usan para analizar la capacidad de pago inmediato que tiene la empresa.

Razón corriente

Mide la capacidad que tienen la empresa para pagar sus pasivos a corto plazo.

	2021		2020	
ACTIVO CORRIENTE	67.099.631	1,23	90.607.732	1,49
PASIVO CORRIENTE	54.671.146		60.976.896	

Por cada peso que la empresa debe a corto plazo la empresa cuenta en el año 2020 con \$1,49 pesos y en el año 2021 se cuenta con \$1,23 pesos en el año en activos corrientes, lo que permite ver que los activos corrientes son suficientes para cubrir las obligaciones a corto plazo lo que significa que no existe un riesgo significativo, ya sea en presentar exceso de liquidez lo que se da cuando en la empresa cuenta con una mayor cantidad de activo corriente que este por encima de las obligaciones a corto plazo lo que se recomienda invertir en otros activos para obtener mayor rentabilidad o iliquidez debido a que la empresa puede tener problemas al hacer frente a los pasivos corrientes.

Capital de trabajo neto (KTN)

Sirve para determinar los recursos que la empresa necesita o demanda, para mantener su operación o funcionamiento.

¹³⁹BOLD. Indicadores financieros (en línea). En: Bold.com (s.l.): (Consultada: 29, mayo,2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://bold.com.ec/indicadores-financieros/>

KTN	2021		
ACTIVO CTE.- PASIVO CTE.	ACTIVO CTE	PASIVO CTE	KTN
	67.099.631	54.671.146	12.428.485
	2020		
	ACTIVO CTE	PASIVO CTE	KTN
	90.607.732	60.976.896	29.630.836

Se denota que, en el capital neto de trabajo, el valor que le queda a la empresa representado en activos corrientes después de cancelar las obligaciones corrientes en el año 2020 es de \$29.630.836 y en el año 2021 es de \$12.428.485, además se evidencia que el KTN disminuyó en \$17.202.351 debido a que se realizó una inversión para una nueva sede, lo que disminuye el efectivo y equivalente al efectivo por ende repercute en el activo corriente.

Índice de disponibilidad inmediata

Mide la capacidad que tiene la empresa para pagar sus pasivos a corto plazo con el efectivo y equivalente al efectivo.

	2021		2020	
EFECTIVO Y EQUIVALENTE AL EFECTIVO	16.823.837	0,31	52.200.737	0,86
PASIVO CORRIENTE	54.671.146		60.976.896	

Lo anterior significa que por cada peso que la empresa debe a corto plazo, se cuenta en el año 2020 con \$0,86 en efectivo y equivalente al efectivo y para el año 2021 con \$0,31 de disponible para cubrir las deudas a corto plazo; lo que significa que la empresa tiene problemas de liquidez y por lo tanto genera complicaciones para enfrentarse a las deudas a corto plazo.

Por lo anterior es necesario analizar las decisiones de la empresa, respecto al efectivo y equivalente al efectivo, dejando una reserva que permita en casos de presentarse dificultades en el pago de las obligaciones a corto plazo.

Necesario gestionar el cobro de las cuentas corrientes por cobrar principalmente a clientes y deudores varios, ya que, en el 2021 por las decisiones tomadas por los socios en la inversión y repartición de utilidades, generaron que se disminuya la partida del efectivo y equivalente al efectivo por lo cual se recomienda efectuar este cobro para aumentar esta partida y mejorar el indicador de disponibilidad inmediata del 2021.

Prueba acida

Es importante tener en cuenta que este indicador permite analizar la capacidad que tiene la empresa en lo referente a los activos corrientes frente a los pasivos a corto plazo, sin recurrir a la venta de los inventarios debido a que estos son recurso que requieren más tiempo para convertirse en efectivo.

	2021	2020
ACTIVO CTE. - INVENTARIOS	<u>44.329.068</u> 0,81	<u>74.448.982</u> 1,22
PASIVO CORRIENTE	54.671.146	60.976.896

Por lo cual se puede deducir que por cada peso que la empresa debe a corto plazo se cuenta en el año 2020 con \$1,22 lo que significa que la empresa cuenta con los recursos necesarios para hacer frente y responder de sus obligaciones a corto plazo sin depender de los inventarios y en el 2021 con \$0,81 lo que genera problemas a la hora de enfrentar las deudas a corto plazo, debido a que debe recurrir a la venta de inventarios para pagar el pasivo corriente.

Indicador de solidez

Permite verificar el respaldo que ofrecen los activos totales frente al total de obligaciones.

	2021	2020
ACTIVO TOTAL	<u>216.219.194</u> 3,95	<u>264.141.686</u> 4,33
PASIVO TOTAL	54.671.146	60.976.896

Este indicador permite determinar el respaldo que ofrece los activos totales frente a las obligaciones totales, por lo cual se evidencia que por cada peso que la empresa tiene del pasivo total, cuenta en el año 2020 con \$4,33 y en el año 2021 con \$3,95 pesos, lo que genera que exista un exceso de solidez, ya que el activo está muy por encima del total de las obligaciones.

Por lo cual se podría acceder de manera responsable y viable a una mayor cantidad de endeudamiento, para realizar inversiones para la empresa con el objetivo de aumentar la rentabilidad.

4.1.3.2 Indicadores de endeudamiento. Miden la forma como participan los acreedores externos, en la estructura de financiamiento de la empresa.

Endeudamiento total

Refleja el porcentaje de los activos de la empresa, están comprometidos con el pago a terceros.

	2021		2020	
TOTAL PASIVO	54.671.146	0,25	60.976.896	0,23
TOTAL ACTIVO	216.219.194	25%	264.141.686	23%

Por cada peso que la empresa tiene en activos \$0,25 han sido financiados por terceros en el año 2021 y \$0,23 en el año 2020, también que los acreedores son dueños del 25% de los activos en el año 2021 y en el 2020 del 23%, por cuanto se puede determinar que tienen un nivel de riesgo bajo, es decir que la empresa no necesita depender en gran medida de fondos prestados y por lo tanto implica que es más estable financieramente.

Concentración del endeudamiento a corto plazo

Refleja que porcentaje de las deudas que tiene la empresa, se deben pagar en el corto plazo.

	2021		2020	
PASIVO CORRIENTE	54.671.146	100%	60.976.896	100%
TOTAL PASIVO	54.671.146		60.976.896	

Los pasivos corrientes que representan aquellas obligaciones las cuales se deben cancelar a corto plazo, representan el 100% de los pasivos totales para el año 2020 y 2021, en esta parte es necesario tener en cuenta que se debe contar con un ciclo de efectivo rápido que permita atender las respectivas obligaciones a corto plazo.

Endeudamiento financiero

Muestra el porcentaje de deudas de la empresa que corresponde a pasivos financieros adquiridas con entidades del sector financiero.

	2021		2020	
OBLIGACIONES FINANCIERAS	21.834.345	39,9%	43.234.590	70,9%
TOTAL PASIVO	54.671.146		60.976.896	

El endeudamiento financiero se evidencia en el año 2021 el 39,9% corresponde a pasivos financieros y el en el año 2020 fue de 70,9%; por lo cual se determina que se ve presenta una disminución en un 31%.

	2021	2020
OBLIGACIONES FINANCIERAS	21.834.345 2,4%	43.234.590 5,9%
INGRESOS ACT. ORDINARIAS	907.475.585	728.463.193

Las obligaciones con entidades financieras equivalen al 2,4% de los ingresos por actividades ordinarias en el año 2021 y el 5,9% para el año 2020.

Impacto de la carga financiera

Refleja el efecto que tienen los gastos de intereses, sobre las ventas generadas.

	2021	2020
GASTOS FINANCIEROS	12.701.752 1,4%	16.286.364 2,2%
INGRESOS ACT. ORDINARIAS	907.475.585	728.463.193

Los gastos financieros representan el 1,4% de los ingresos por actividades ordinarias en el año 2021 y en el año 2020 representan el 2,2% de los ingresos por actividades ordinarias; por lo cual se denota una disminución en gastos financieros debido a la disminución en pasivos financieros.

Cobertura de intereses

Mide la capacidad que tiene la empresa, para pagar los gastos de intereses, con la utilidad generada por la operación.

	2021	2020
UTILIDAD OPERACIONAL	195.114.857 15	93.567.974 6
GASTOS FINANCIEROS	12.701.752	16.286.364

La empresa generó durante el periodo una utilidad operacional, la cual puede pagar 14 veces los gastos de financieros en el año 2021 y 6 veces en el año 2020, que permite determinar que la utilidad operacional de cada periodo fue superior a los gastos financieros de cada año.

Lo cual permite inferir que el indicador viene mejorando, debido a que en cada año aumenta la capacidad para cubrir los gastos financieros.

Apalancamiento a corto plazo (Leverage)

Determina que tan comprometido está el patrimonio, con respecto a la financiación proveniente de terceros a corto plazo.

	2021		2020	
PASIVO CORRIENTE	54.671.146	0,34	60.976.896	0,30
PATRIMONIO	161.548.049		203.164.790	

Por cada peso de patrimonio se tienen deudas a corto plazo de 0,34 en el año 2021 y de 0,30 para el año 2020; los dueños de la empresa están comprometidos con terceros a corto plazo del 34% y 30% en el año 2021 y 2020 respectivamente.

Apalancamiento financiero total

	2021		2020	
PASIVO TOTAL CON ENTIDADES FINANCIERAS	21.834.345	0,14	43.234.590	0,21
PATRIMONIO	161.548.049 14%		203.164.790 21%	

Por cada peso de patrimonio se tienen obligaciones con entidades financieras de \$0,14 en el año 2021 y de \$0,21 en el año 2020; los dueños de la empresa están comprometidos con el 14% y 21% en el año 2021 y 2020 respectivamente con entidades financieras.

Índice de propiedad o independencia financiera

	2021		2020	
PATRIMONIO	161.548.049	0,75	203.164.790	0,77
ACTIVO TOTAL	216.219.194 75%		264.141.686 77%	

Por cada peso de activo total, les corresponde a los propietarios \$0,75 en el año 2021 y para el año 2020 con \$0,77; del activo total les corresponde a los socios el 75% en el año 2021 y el 77% en el año 2020.

4.1.3.3 Indicador de rendimiento

Miden la efectividad que tiene la administración para controlar los ingresos, costos y gastos de la empresa.

Margen bruto

Refleja el porcentaje de utilidad que obtiene la empresa, después de restar los costos directos de producción y comercialización, asociado a la venta de bienes y servicios.

	2021		2020	
UTILIDAD BRUTA	542.421.811	0,60	405.050.026	0,56
INGRESOS POR ACTIVIDADES ORDINARIAS	907.475.585	60%	728.463.193	56%

Por cada peso vendido se generaron \$0,60 de utilidad bruta (la cual es la ganancia que se obtiene de la venta, luego de restar los costos de venta de comidas y libros) en el año 2021 y para el año 2020 se generó \$0,56; en términos porcentuales las ventas de la empresa generaron un 60% de utilidad bruta en ventas en el año 2021 y en el año 2020 lo correspondiente al 56% por lo anterior el 40% y 36% corresponde al costo de venta de los años 2021 y 2020 respectivamente.

Margen operacional

Refleja el porcentaje de utilidad que obtiene la empresa, después de restar los costos y gastos operacionales asociados a la actividad económica principal.

	2021		2020	
UTILIDAD OPERACIONAL	195.114.857	0,22	93.567.974	0,13
INGRESOS POR ACTIVIDADES ORDINARIAS	907.475.585	22%	728.463.193	13%

Para este indicador de margen operacional se logra evidenciar que por cada peso vendido se obtuvieron \$0,22 de utilidad operacional para el año 2021 (la cual es importante tener en cuenta que la utilidad operacional hace referencia a los resultados que general las operaciones de la empresa relacionadas de manera directa con el objeto social) y para el año 2020 se obtuvo \$0,13; en lo referente a términos porcentuales se alcanzó una utilidad operacional equivalente al 22% y 13% en el año 2021 y 2020 respectivamente después de descontar el costo de ventas y gastos operacionales. Por lo cual se puede concluir que el indicador viene mejorando.

Margen neto

	2021		2020	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	163.101.984	0,18	88.324.702	0,12
INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS	907.475.585	18%	728.463.193	12%

El indicador de margen neto refleja que por cada peso vendido se originó una utilidad neta o del ejercicio (esta utilidad resulta después de sumar y restar de la utilidad operacional, los gastos e ingresos no operacionales) para el año 2021 de \$0,18 y en el año 2020 de \$0,12; analizándolo de manera porcentual se generó un margen neto de 18% y 12% en los años 2021 y 2020 respectivamente.

Para los indicadores de ROE y ROA es necesario reestructurar las cuentas de patrimonio, debido a que en los últimos meses del año 2021, se toma la decisión por parte de los socios de usar las utilidades para repartirlas y realizar una inversión, lo que genera que se disminuya el activo y patrimonio respectivamente y al momento de analizar la rentabilidad tanto del patrimonio (ROE) y del activo (ROA) no se muestre la realidad de la empresa en el año 2021, por ello se recurre a replantear esta situación para determinar cuál fue la rentabilidad real en estos indicadores.

RUBRO	2021	2020
ACTIVOS	337.773.129	264.141.686
PATRIMONIO	283.101.984	203.164.790
UTILIDAD DEL EJERCICIO	163.101.984	88.324.702

Rentabilidad del patrimonio - ROE

Según Drip capital¹⁴⁰, la rentabilidad del patrimonio también conocido como rentabilidad financiera, return on equity (ROE) es la métrica más común para conocer la rentabilidad de un negocio. Sirve para relacionar los beneficios netos con los recursos necesarios para obtenerla. Indica qué tan eficaces son los activos de una empresa para generar beneficios.

¹⁴⁰DRIP CAPIATAL.Diferencia entre ROE, ROA y ROI (en línea). En: Dripcapital.com (Ciudad de Mexico):19, octubre,2022 (consultado: 25, marzo,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/roe-roa-roi>

De esta manera, el ROE ayuda a conocer la capacidad que tiene un negocio para generar valor para los accionistas o socios en comparación con su costo de capital. Mientras el ROE sea mayor que el costo de capital de cada socio, obtendrá más beneficio.

	2021		2020	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	163.101.984	0,58	88.324.702	0,43
PATRIMONIO	283.101.984	58%	203.164.790	43%

Los socios tuvieron un rendimiento sobre su inversión de \$0,58 por cada peso invertido en el año 2021 y de 0,43 para el año 2020.

Rendimiento del activo – ROA

Return on assets (ROA), también conocido como rentabilidad económica, es una métrica que indica el rendimiento o beneficios obtenidos a través de los activos.

	2021		2020	
UTILIDAD DEL EJERCICIO	163.101.984	0,48	88.324.702	0,33
ACTIVO TOTAL	337.773.129	48%	264.141.686	33%

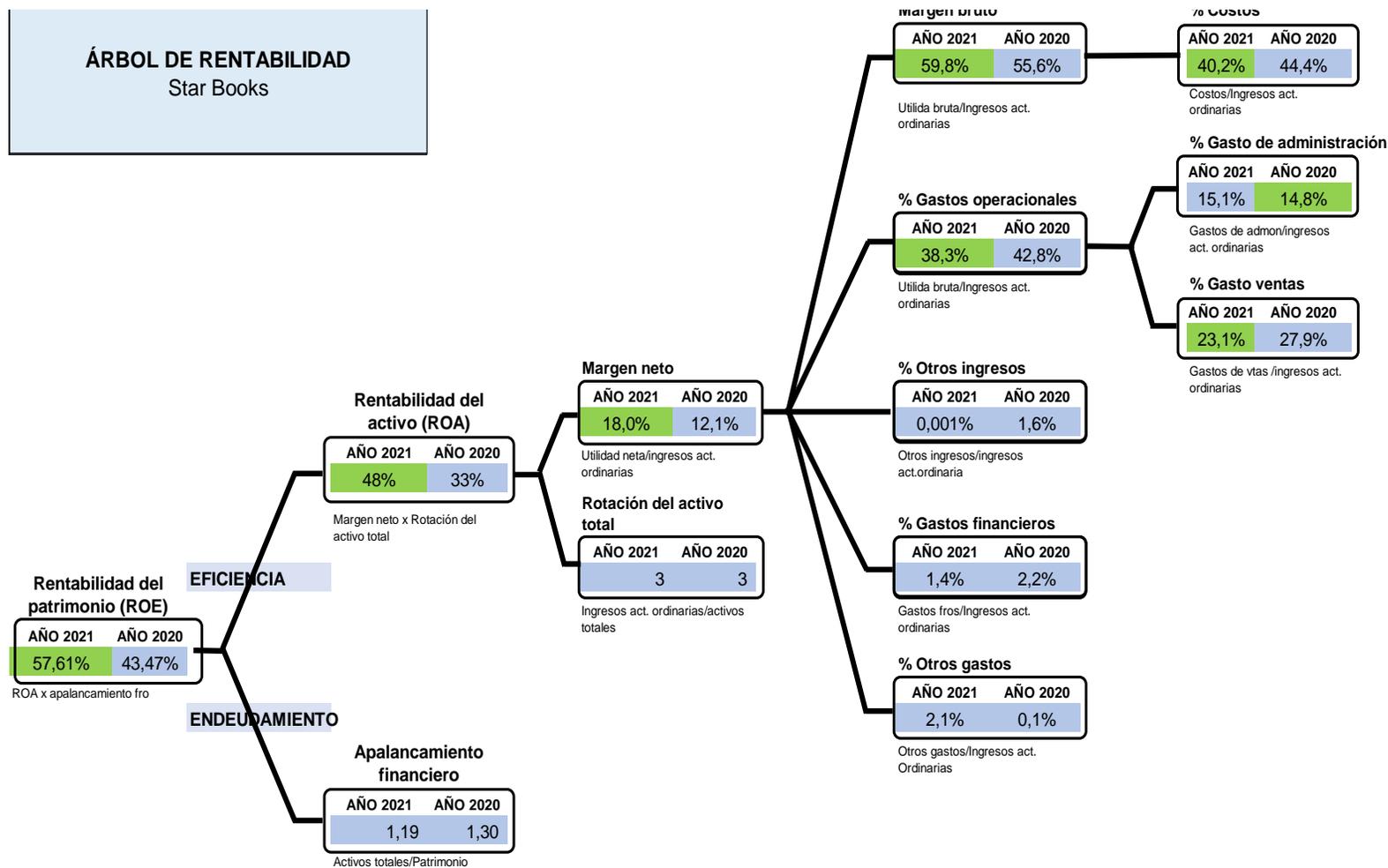
Por cada peso invertido en activos se generó una utilidad neta o del ejercicio de \$0,48 en el año 2021 y para el año 2020 la utilidad neta corresponde a él \$0,33; se evidencia además en términos porcentuales las utilidades netas corresponden al 48% del activo total en el año 2021 y el 33% en el año 2020.

Árbol de rentabilidad

Hace referencia a un esquema, el cual permite observar de una manera secuencial el origen del aumento o disminución de la rentabilidad de una organización.

Según Ortiz Anaya Héctor, “esta es una forma de integrar un indicador de rentabilidad con otro de actividad para establecer si el rendimiento de la inversión proviene de la eficiencia en el uso de los recursos para producir ventas o del margen neto de utilidad que tales ventas generan

Figura 5. Árbol de rentabilidad empresa Star Books en los años 2020-2021



Como menciona Téllez Alejandro¹⁴¹, el sistema DuPont es una herramienta de análisis financiero que busca desagregar la medición de rentabilidad. Al hacerlo, se espera comprender a profundidad los principales inductores de rentabilidad del activo (ROA) y del patrimonio (ROE).

La utilidad del sistema de análisis DuPont radica en la capacidad de descomponer la rentabilidad del patrimonio en términos de: márgenes de rentabilidad, eficiencia y apalancamiento.

El margen neto expresa, en términos relativos, la utilidad obtenida luego de sustraer a las ventas los costos y gastos incurridos en la empresa. En términos generales, por lo cual podemos determinar en primera instancia que el margen neto es positivo, al igual que presento un incremento del 6%, lo que implica que los productos y servicios ofrecidos fueron vendidos a un precio más que suficiente para cubrir los costos y gastos atribuibles, además la importancia se encuentra en que al obtener una utilidad neta o del ejercicio positiva, facilita la retribución a los socios de la empresa Star Books a través de la distribución de utilidades.

La rotación del activo total mide la velocidad con la que los activos de la empresa se convierten en ventas. Se debe tener en cuenta que los activos representan las decisiones de inversión, por lo que se espera contar con la mayor eficiencia posible según sus particularidades. Al final, entre mayor sea la productividad de las inversiones, mayor se espera que sea su rentabilidad a nivel global; por lo cual en este indicador se evidencia que se mantiene la rotación de los activos en 3 veces para cada año analizado 2021 y 2020 respectivamente.

Por parte del es el ROI, es importante mencionar que presenta un incremento frente al 2020, del 15% debido principalmente por el margen neto que incremento como se había mencionado en un 6%, lo que influyó en este resultado fue la disminución de costos en la venta de libros y también el incremento de ventas que se generaron en la venta de comida, libros y revistas y diversos; lo que genera que se incremente el ROE a motivo de lo expresado anteriormente.

La razón de apalancamiento financiero indica que cuando la empresa obtiene un resultado superior a 1 como se presenta en el árbol de rentabilidad, indica que se financia en base a deuda y aportes de capital, lo cual en este caso presenta una disminución de 0,11 lo que significa que incremento los aportes a capital y disminuyo el pasivo.

¹⁴¹TELLEZ, Alejandro. ¿Qué es el sistema de análisis Dupont y para qué sirve? (en línea). En: Finanzaspara.com. (s.l.):19, octubre,2022 (consultada: 25, marzo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: https://finanzaspara.com/finanzas/finanzas_para_estudiantes/que-es-el-sistema-de-analisis-dupont-y-para-que-sirve/

Finalmente se logra concluir en el análisis realizado en el árbol de rentabilidad de la empresa Star Books, determina que se obtuvo un rendimiento del patrimonio en el año 2021 de 57,6% y para el 2020 de 43,4% por lo cual muestra que ha mejorado en un 14,2%, lo cual permite establecer que la empresa no tuvo impactos negativos, pese a las medidas que se establecieron en medio la emergencia Sanitaria SARS-CoV-2, sino que fue un periodo de crecimiento en todos los aspectos desde cambiar su establecimiento de comercio con el fin de brindar a sus clientes un espacio más amplio, con lugares aptos para toda la familia, incrementar número de colaboradores, ampliar su menú, ofrecer una mayor variedad de libros, servicios adicionales como son celebraciones de fechas especiales, ofrecer un servicio oportuno y de calidad en los domicilio, todo gracias a su capacidad de adaptación, flexibilidad en el modelo de negocio y a la implementación de estrategias que permitieron ver un crecimiento significativo.

Siempre manteniendo el propósito firme de ofrecer a sus clientes un lugar innovador con una experiencia única desde el servicio y atención al cliente hasta la calidad e innovación en cada uno los platos que se ofrecen; contando con personal capacitado constantemente, en donde se cumplen con todas las obligaciones de ley y brindándoles a los mismos espacios que contribuyen en la salud mental, bienestar físico y reconocimientos al mejor trabajador, lo cual se traduce en mejorar la productividad de Star Books; otros aspectos son los relacionados a que siempre se mantiene estrategias de publicidad y mercadeo por las diferentes redes sociales, mostrando lo que se ofrece en productos y servicios de manera constante, con el objetivo de atraer potenciales clientes que se enamoren de este lugar, lo cual en medio de la emergencia sanitaria fue lo que impulso a mantenerse en el mercado y mejorar su crecimiento empresarial.

4.2 Segundo objetivo

Diagnosticar los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER.

Para el desarrollo del segundo objetivo, se parte realizando el análisis bajo la metodología de PESTEL, con el fin de llevar a cabo el diagnóstico de los factores externos del sector restaurantes en la ciudad de San Juan de Pasto.

Cuadro 18. Metodología PESTEL

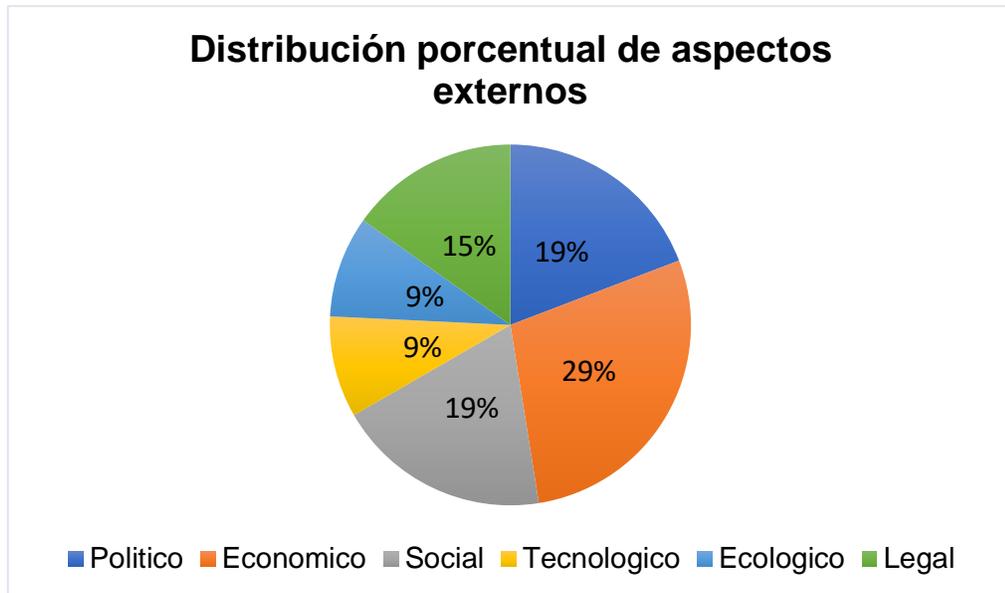
Factor	Aspectos	Tiempo de impacto					
		Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	Positivo	Negativo	Indiferente
POLITICO	Subsidio por parte del gobierno			X		X	
	Responsable de impuesto al consumo			X			X
	Cambio de las NIIF			X			X
	Pago de impuestos			X		X	
ECONOMICO	Número de empleados			X			X
	Financiación			X	X		
	Recorte de personal durante la emergencia sanitaria	X			X		
	Disminución del salario durante la emergencia sanitaria	X			X		
	Estrato social del propietario			X			X
	Medidas en medio de la emergencia sanitaria	X				X	
SOCIALES	Nivel de educación del propietario			X			X
	Edad del propietario			X			X
	Personal con discapacidad			X		X	
	Estado civil del propietario			X			X
TECNOL	Implementación de medios online para mercadeo	X				X	

	Estrategias de innovación		X			X	
ECOLOGICO O	Contaminación del establecimiento			X	X		
	Estrategias para disminución de los impactos de la contaminación-Responsabilidad social empresarial			X	X		
LEGALES	Implementación de seguridad social			X		X	
	Implementación de prestaciones sociales			X		X	
	Implementación de normas de seguridad y salud en el trabajo			X	X		
TOTAL		4	1	16	6	9	6

Fuente: Elaboración propia

A partir de la metodología PESTEL teniendo en cuenta los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales se logró analizar 21 aspectos distribuidos de la siguiente manera

Gráfico 44. Distribucion metodología PESTEL

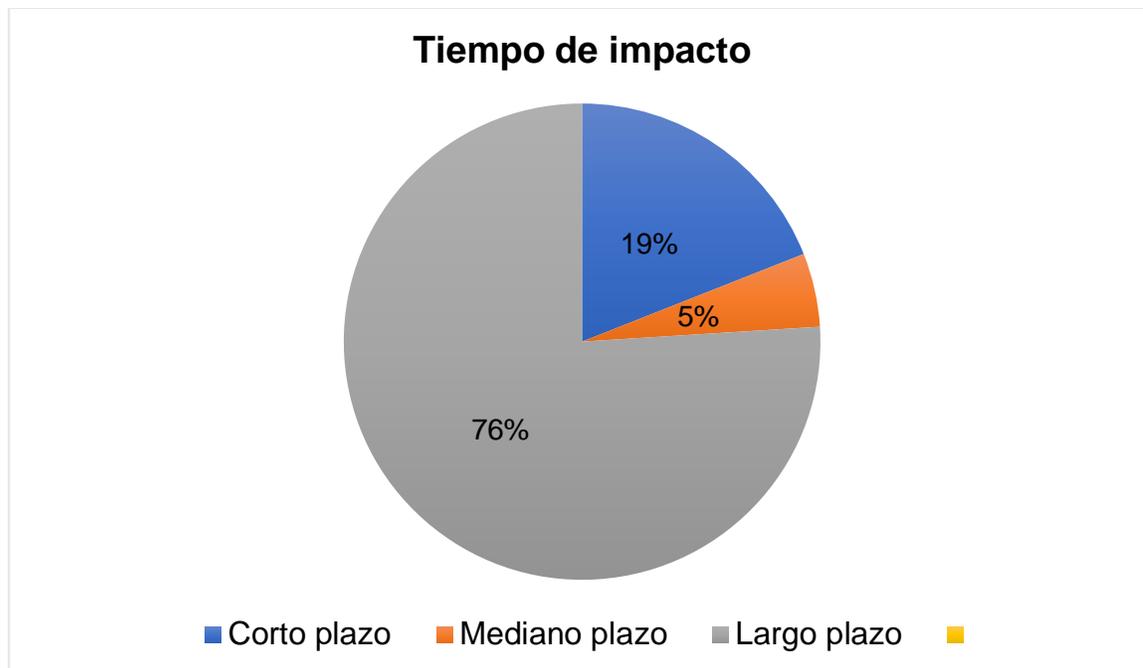


Fuente: Elaboración propia

El factor que tiene mayor influencia en el desarrollo de las encuestas realizadas en el sector restaurantes de la ciudad de Pasto es el económico con un porcentaje de 29% de participación distribuidos en 4 preguntas, seguido por el factor político con 4 preguntas, siendo equivalente al 19%, y por el factor tecnológico con el mismo porcentaje, el factor legal con el 15% que equivale a 3 preguntas y por último el factor ecológico y tecnológico que registraron una participación del 9% respectivamente que equivalen a 2 preguntas. La importancia de los factores económico, social y político sobre la búsqueda de acciones de mejoramiento para obtener una buena reactivación y poder fortalecer la economía del sector de los restaurantes tiene un gran impacto para el mismo con la caracterización de las 21 preguntas a continuación se define la participación positiva y negativa de los factores estratégicos para desarrollar el objeto de estudio.

Análisis del tiempo de impacto en factores estratégicos

Gráfico 45. Análisis tiempo de impacto

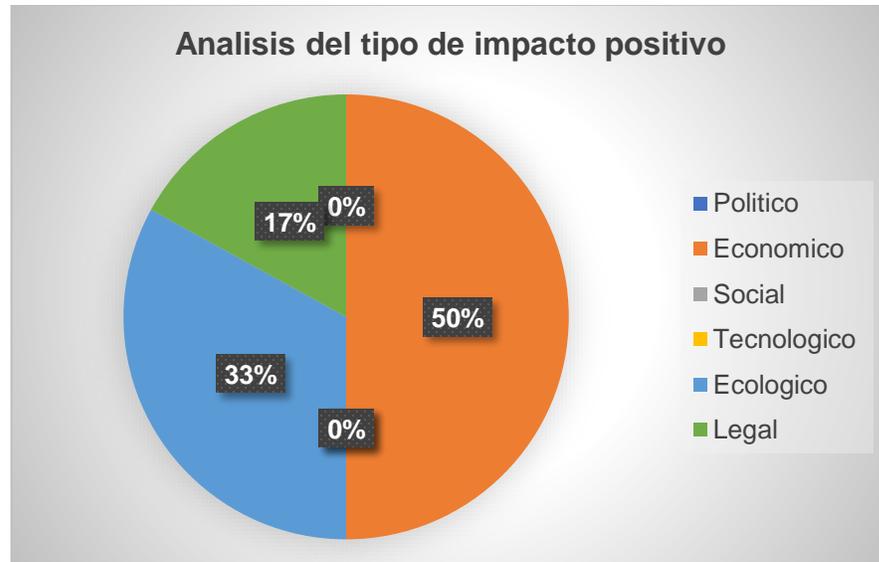


Fuente: Elaboración propia

A partir de la caracterización y análisis de la información proveniente de la metodología PESTEL se logra identificar que el 76% de los aspectos estratégicos tienen un impacto a largo plazo, a mediano plazo afectan el 5% y a corto plazo el 19%. A partir de la información recolectada se logra evidenciar que se deben tomar medidas de atención para fortalecer la reactivación económica del sector de restaurantes.

Análisis del tipo de impacto de los factores estratégicos

Gráfico 46. Análisis impacto positivo



Fuente: Elaboración propia

Se logra evidenciar a través de la metodología de PESTEL cómo se comportan los factores estratégicos del sector restaurantes, se identifica que el sector con mayor influencia positiva es el económico el cual equivale al 50% de 6 preguntas.

4.2.1 PESTEL. Para el respectivo diagnóstico de los diferentes factores que integran el análisis PESTEL en el sector restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto, es necesario tener en cuenta lo que menciona Delgado Laura¹⁴², la metodología PESTEL es un instrumento de planificación estratégica que se utiliza para el análisis e identificación de las fuerzas que, a nivel macroeconómico, pueden influir sobre una empresa, entre los cuales se encuentra factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos o ambientales y legales que afectan la estrategia.

4.2.1.1 Factor político. Es importante tener en cuenta lo que manifiesta Laura Delgado¹⁴³, el factor político hace referencia a la normatividad aplicable al país o región en la cual tiene incidencia la empresa, al igual que la posición de los líderes del gobierno ante determinadas situaciones, la estabilidad o inestabilidad del gobierno, exenciones y acuerdos comerciales con otros países de la región. En el sector restaurante de la ciudad de San Juan de Pasto, permite determinar a través de la encuesta realizada en la presente investigación, que no se cuenta con

¹⁴² DELGADO, Laura. Análisis PESTEL: qué es, cuándo y cómo hacerlo. (en línea). En: PENSEMOS.(s.l) (consultada: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/analisis-pestel-que-es-cuando-como-ejecutarlo>

¹⁴³ Ibíd.p.12.

subsidios que permitan apoyar la recuperación de la economía de micro y pequeñas empresas de este sector, el cual fue uno de los más afectados que dejó la pandemia del SARS-CoV-2 en consecuencia deja un impacto negativo.

En lo relacionado al impuesto nacional al consumo, se evidencia que no se puede determinar si el impacto es positivo o negativo debido a que existe desconocimiento de la norma tributaria, mala interpretación de la norma o no se cumplen con los requisitos necesarios para el pago del impuesto, lo anterior influye en los recursos que ingresan al Estado con el fin de financiar los gastos e inversiones del País.

Mediante la investigación realizada por la Pontificia Universidad Javeriana¹⁴⁴, se logró evidenciar que uno de los sectores en donde se observa el flagelo de la evasión de los contribuyentes es en bares y restaurantes, porque existe falta de conciencia tributaria que se ha desarrollado debido a que la sociedad no cuenta con una actitud de cooperar con el Estado, desconociendo que para vivir en una sociedad organizada implica que todos deben aportar los recursos para las necesidades colectivas, por otra parte contar con un sistema tributario deficiente y poco confiable esto se refleja en el incumplimiento de los requisitos indispensables para la existencia de un buen sistema como tal, en donde no es clara las funciones de los impuestos y de la Administración Tributaria con respecto a las exenciones, subsidios, beneficios, etc.

Se logra evidenciar, tomando como referencia la presente investigación que en el sector restaurantes de la ciudad de Pasto, respecto al cambio de NIIF por medio de la ley 1314 de 2009, (Normas internacionales de información financiera) ha traído un impacto que no se puede calcular debido a que en su mayoría no llevan contabilidad, lo cual no ha permitido la convergencia a esta norma, registra impactos adversos a la implementación de la norma en cita, por cuanto en la mayoría de actores del sector mencionado no llevan contabilidad que impide la convergencia de esta norma.

En temas del pago de impuestos, teniendo en cuenta la presente investigación en el sector restaurantes de la ciudad de Pasto, se logra evidenciar, que no se puede determinar si afecta de manera positiva o negativa , ya que en su mayoría son establecimientos informales no cumplen con los requerimientos de ley como matrícula mercantil, ARL, bomberos, uso de suelos , concepto sanitario, Sayco y Acinpro ,registro nacional de turismo y tampoco llevan contabilidad lo cual implica que existan efectos en incrementar la evasión fiscal, disminución de los ingresos tributarios que percibe el Estado, salarios bajos y también influye en el crecimiento del PIB, cabe resaltar que en el año 2020 se generó una contracción en la

¹⁴⁴FIGUEROA, Patricia. El impuesto nacional al consumo y su efectividad como Mecanismo de control para la evasión en el servicio de bares y Restaurantes: Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Especialización de derecho tributario,2019.

economía de -6,8% esto expresa la caída del PIB ,además la informalidad implica no estar en el radar del estado para fijar políticas públicas para ellos y por ende la evasión fiscal. Así mismo la informalidad no permite la estabilidad laboral con prestaciones sociales.

Como menciona la investigación realizada por Conde Ignacio & Pacheco Lorena¹⁴⁵, el DANE registran que la informalidad ronda el 80% del total de los negocios gastronómicos (restaurantes, panaderías, cafeterías, servicios de catering) del país. Su crecimiento en los últimos años, según estimaciones de Acodres, se ha visto estimulado por el crecimiento de las plataformas de domicilios, las cuales son utilizadas por establecimientos que no siempre cumplen con los requisitos legales, generando un ambiente de competencia desleal en un sector que influye directamente en la salud de los consumidores.

4.2.1.2 Factor económico. El factor económico como menciona Delgado Laura¹⁴⁶, hace referencia a todo lo relacionado con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero y de bienes y servicios, tanto a nivel nacional o internacional. Aquí debemos considerar la situación económica del país o región en la cual tiene incidencia la empresa y los cambios de ciclos económicos.

Mediante la presente investigación, los establecimientos que conforman el sector restaurantes de la ciudad de Pasto, son en su mayoría microempresas las cuales en medio de la emergencia sanitaria no optaron por realizar recorte de personal, disminución de salario y tomaron como medida el cerrar los establecimientos de manera parcial, en ese sentido los restaurantes de la ciudad de Pasto informaron que las ventas bajaron hasta en un 80% debido al costo de los alimentos básicos ,según la cámara de comercio¹⁴⁷, en el año 2020 se presentaron 1.803 solicitudes de cancelación de la matrícula mercantil, lo cual está relacionado con medidas que tomo el gobierno nacional con el fin de mitigar la propagación de la pandemia y ocasiono el cierre de los establecimientos de comercio. Por otra parte, cabe mencionar que, para evitar el cierre total de los establecimientos, por lo cual se recurrió en ayudas a través de herramientas tecnológicas, distribución por turnos o jornadas continuas como alternativa para continuar sus operaciones, lo cual permitió que no se incrementaran los niveles de desempleo en este sector.

¹⁴⁵ CONDE, Ignacio. & Pacheco Lorena. Retos y oportunidades para el sector gastronómico: un llamado para reinventar su modelo de negocio.

¹⁴⁶ DELGADO, Laura. Análisis PESTEL: qué es, cuándo y cómo hacerlo. (en línea). En:PENSEMOS. (consultada: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/analisis-pestel-que-es-cuando-como-ejecutarlo>

¹⁴⁷ CAMARA DE COMERCIO DE PASTO. Impacto económico por covid-19 en Nariño (en línea).En:Camara de comercio de Pasto.3,mayo,2020. Disponible en la dirección electrónica: www.ccpasto.org.co

4.2.1.3 Factores sociales. En el análisis de factores sociales que como menciona Delgado Laura¹⁴⁸, debe considerar cómo las relaciones, la demografía, la estructura social, la cultura y el entorno afectan el negocio. En este sentido, es necesario analizar la situación del público objetivo y entender la relación real con el producto o servicio prestado.

En el sector restaurantes de la ciudad de Pasto, se evidencia según la encuesta realizada en la investigación, que los propietarios de los establecimientos en su gran mayoría se encuentran en un nivel educativo de básica primaria y bachillerato, están en una etapa de adultez y son establecimientos creados en familia, lo anterior es indiferente en este factor.

En lo referente a la contratación de personal con discapacidad, impacta de manera negativa, ya que en la mayoría este sector de restaurantes en la ciudad de Pasto, no brinda inclusión laboral y, por lo tanto, también no accede a beneficios tributario que brinda la norma.

Cabe resaltar que, en el departamento de Nariño según el DANE¹⁴⁹, se cuenta con una población con condición de discapacitadas que equivale al 3.8% de la población objetivo lo que hace referencia a 51.515 personas. A nivel nacional las personas contratadas en el sector de alojamiento y servicios de comida es del 6,9% lo que refleja que este sector aplica en bajas cantidades la inclusión de este personal.

4.2.1.4 Factor tecnológico. Los factores tecnológicos que según Delgado Laura¹⁵⁰, son decisivos actualmente, pues es un factor en evolución constante. La compañía debe estar en la capacidad de entender que la tecnología que se está desarrollando va a cambiar en un futuro cercano y la empresa no será ajena a esta situación. Se incluyen también aspectos como las actividades de investigación y desarrollo, automatización, incentivos tecnológicos y políticas de innovación.

Tenido en cuenta la encuesta realizada en la presente investigación, se evidencia que en su mayoría no se hace uso de medios online para realizar publicidad y marketing digital, lo cual implica que no se brinde al consumidor canales de

¹⁴⁸ *Ibíd.*p.16

¹⁴⁹ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA.Mercado laboral personas en condición de discapacidad (en línea) En: DANE 2022 (s.l.) (consultada:9, marzo,2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-de-las-personas-con-discapacidad/mercado-laboral-de-las-personas-con-discapacidad-informacion-historica>

RRHHPRESS. Los mayores problemas de las empresas durante la crisis del covid-19 (en línea). En: RRHHPRESS 29, noviembre,2020. (s.l) (consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.rrhhpress.com/organizaciones/50965-los-mayores-problemas-de-las-empresas-durante-la-crisis-del-covid-19>

¹⁵⁰ *Ibíd.*20

publicidad, interacción con el público, ya que hoy en día los clientes buscan experiencias que sean únicas, fáciles, eficientes, etc.

Por lo anterior, es de gran importancia adaptarse a los cambios que exige el entorno a través de la implementación de herramientas tecnológicas que generen beneficios a los establecimientos para ser más productivos, competentes y también que permita fidelizar a los clientes, tomando como referencia la encuesta realizada a los restaurantes de la ciudad de Pasto se llega a la conclusión que un 31% hace uso de medios online, así de ese modo realiza la publicidad y mercadeo de los establecimientos de comercio

4.2.1.5 Factor ecológico-ambiental. Los factores ecológicos como menciona Auza Oscar¹⁵¹, son aquellos que guardan relación directa o indirecta con el medioambiente. Aspectos a tener en cuenta son como todo lo que afecte el cambio climático, el uso del plástico, las políticas de reciclaje y la reutilización de residuos.

Tomando como referencia la encuesta realizada en la presente investigación se logra determinar que tiene impacto de manera positiva, debido a que a pesar de que no se cuentan con políticas medioambientales definidas por los propietarios de los establecimientos, realizan estrategias que para contribuir a disminuir la contaminación en este sector, según la investigación realizada cabe resaltar que es su gran parte mayoría implementan el reciclaje que equivale a un 89%, el uso de empaques biodegradables el 9%, lo cual denota responsabilidad social y ambiental. Por lo que se puede concluir que dentro de los restaurantes del departamento de Nariño de la ciudad de Pasto.

4.2.1.6 Factores legales. Los factores legales que como menciona Auza Oscar¹⁵², son todos aquellos relacionados con la obligación de cumplir las leyes establecidas. Es necesario conocer la legislación y los cambios en la normativa relacionada con la empresa, que pueda afectar tanto de forma directa como indirecta. Se deben incluir las nuevas políticas internacionales, en muchos casos potenciadas desde organismos internacionales que incluyen leyes contra la discriminación, a favor de la igualdad, leyes para defensa del consumidor y leyes antimonopolio, entre otras.

En el sector restaurantes de la ciudad de Pasto se logra determinar que lo relacionado en seguridad social y prestaciones sociales, afecta de manera negativa ya que los trabajadores no cuentan con las garantías que la ley exige en la legislación laboral, lo cual causa que se pueda incurrir en sanciones, tales como: sanción por no realizar aportes a seguridad social, sanción por no pagar de cesantías e interés a cesantías de las mismas, sanción por no pago del contrato de trabajo, sanción por no contratar a aprendices entre otras.

¹⁵¹AUZA, Oscar. Análisis PESTEL. (en línea). En: Oscarauza.com (s.l) (consultada: 5, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://oscarauza.com/marketing/analisis-pestel/>

¹⁵²DELGADO, Op. Cit.p.25

En términos de normas de seguridad y salud en el trabajo, afecta de manera positiva ya que se tienen en cuenta el reconocimiento de riesgos que se pueden presentar en este sector de restaurantes.

Como se planteó en los objetivos específicos para el logro del segundo objetivo, el diagnóstico se lo complementa con otra estrategia, por lo tanto, a continuación, se presenta el análisis de los factores externo a través de la metodología de PORTER.

4.2.2 Fuerzas de PORTER. En primera instancia es necesario tener en cuenta que el modelo de las 5 fuerzas de Porter citado por Márquez María¹⁵³, en una matriz o diagrama que sirve para analizar la competencia que existe dentro del sector, cual es el entorno y así definir una estrategia de negocio efectiva a largo plazo.

Lo anterior permite detectar el potencial de rentabilidad del mercado, y como las 5 fuerzas influyen en el logro del mismo.

Las 5 fuerzas que conforman Porter son, poder de clientes, amenaza de nuevos competidores, poder de los proveedores, amenaza de productos sustitutos y rivalidad competitiva.

¹⁵³ MARQUEZ, Maria. Fuerzas de Porter. (en línea). En: Marketingandweb.es. (consultada: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.marketingandweb.es/marketing/cinco-fuerzas-de-porter/>

Figura 6. 5 fuerzas de Porter



Fuente. International Organization for Standardization & International Accreditation Forum.

4.2.2.1 Poder de los clientes. Como menciona IEBS,¹⁵⁴ esta fuerza examina el poder del consumidor y su efecto sobre los precios y la calidad. Porter cree que cuanto más organizados se vuelven los consumidores, más demandas y condiciones establecen en cuanto a precio, calidad o servicio. Por lo tanto, la empresa tiene un margen más bajo y el mercado es menos atractivo.

Por lo cual, en el sector restaurantes de la ciudad de Pasto el poder del cliente es alto, por la cantidad de establecimientos dedicados a esta actividad; pero lo cual se ve contrarrestado con que, en gran parte los establecimientos se diferencian de la competencia realizando ofertas, mejorando la calidad del producto que se ofrece; realizando publicidad por medio de redes sociales, vallas publicitarias y el voz a voz

¹⁵⁴BELLO, Elena. Las 5 fuerzas de Porter: Qué son, ejemplos y cómo aplicarlo a tu negocio (en línea). En: IEBSCHOOL (s.l) (consultada: 2, marzo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>

, debido a que en el mercado se encuentran una gran variedad de productos que influyen en el alto poder que tiene cliente para adquirir los productos y servicios, optando por aquel que satisfaga las necesidades del cliente en torno al precio, calidad y servicio.

Es importante recordar que el poder de negociación del cliente puede ser menor si el producto y/o servicio es único o se ofrece una experiencia en la prestación del servicio, lo cual genera un plus que permitiría que el cliente no tenga más opción que adquirirlo.

4.2.2.2 Amenaza de nuevos competidores. Como menciona The Power¹⁵⁵, se refiere a que las barreras de entrada a una industria no son muy accesibles, entonces, no es atractiva. La amenaza está en que pueden llegar otras empresas con los mismos productos y nuevos recursos que se adueñan de esa parte del mercado.

En el sector restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto, esta fuerza es alta debido a que el sector restaurantes está en constante crecimiento, por lo cual los propietarios de los establecimientos han tomado como medidas brindar una atención personalizada dependiendo de las exigencias que se tenga frente a los productos y servicios, también como estrategias para mejorar la competitividad con otros establecimientos se realiza reducción de precios, innovación de productos y ofertas.

En referencia a los nuevos competidores, se deben tener en cuenta las ventajas competitivas y comparativas al interior del sector de restaurantes, por ello para generar sostenibilidad se debe generar actividades claves diferenciadoras con el fin de satisfacer las necesidades del cliente más allá de sus expectativas.

4.2.2.3 Poder de los proveedores. Según Simla¹⁵⁶, esta región de la matriz indica que, si existe mejor agrupación de los proveedores en lo que respecta a pedidos, recursos y precios, estos generarán un mercado mucho más atrayente. Sin embargo, un mercado con pocos proveedores no puede ofrecer el nivel adecuado de recursos a cualquier empresa.

Esta fuerza es alta en el sector restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto, debido a que los propietarios tienen a contar en su mayoría con 1 y 5 proveedores, lo cual genera que exista poder de negociación en este aspecto.

¹⁵⁵ThePower. Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa. (en línea). En: ThePowerMBA. (s.l) (consultada: 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter>

¹⁵⁶ Ibíd.p.6

Por lo anterior es importante contar con un mayor número de proveedores para evitar depender de uno solo y poder mejorar las opciones que beneficien a la empresa respecto al precio, calidad de productos, condiciones de entrega etc. Además, en el sector restaurantes se evidencia que existen alianzas a largo plazo con los proveedores.

4.2.2.4 Rivalidad competitiva. Según Márquez María¹⁵⁷, en esta fuerza se encuentran los datos necesarios para determinar las estrategias de posicionamiento en el mercado.

Es decir, a mayor número de competidores más difícil será tener el poder. Por lo cual se deberá adaptar al mercado e intentar diferenciarse. Si se tiene mucha competencia, es necesario trabajar las condiciones que se ofrecerán a los clientes.

Además de esto es importante tener en cuenta que la competitividad empresarial es el término que se aplica a aquellas empresas que, aunque aún no forman parte del mismo mercado, pueden hacerlo de forma inmediata. Normalmente son entidades que poco a poco se hacen con ventajas competitivas que les ayudan a incorporarse al escenario.

Es muy importante analizar el sector y tratar de cubrir todas las necesidades de los clientes, incluso ir más allá brindando nuevas alternativas de productos siendo innovadores además que cuenten con una excelente calidad, al menor tiempo posible y brindar lugares con óptimas condiciones de higiene, entre otras opciones para satisfacer al cliente y hacer que el cliente siga asistiendo al establecimiento.

Esta fuerza es alta en el sector restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto, debido a que las empresas en su gran mayoría prefieren no asociarse con otras organizaciones para mejorar su posición, lo cual influye en que no se pueda llegar a dar a conocer con otras organizaciones y con nuevos clientes para generar alianzas estratégicas y por ende obtener mayores ventajas competitivas, implica tener la capacidad y la aptitud de mantenerse en mercado por lo cual se ve reflejado en términos de ventas, debido a que es una alternativa que contribuye a obtener beneficios para las organizaciones que se asocian.

Según Rueda y Ruano¹⁵⁸, en los últimos años se evidenciaron cambios en el sector restaurantes en Pasto, se cuenta con aproximadamente 1.830 establecimientos

¹⁵⁷ MARQUEZ, Maria. Fuerzas de Porter. (en línea). En: Marketingandweb.es. (s.l) (consultada: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.marketingandweb.es/marketing/cinco-fuerzas-de-porter/>

¹⁵⁸ RUEDA, Nelson; RUANO, Juan. Elaboración de un plan de mercadeo para el restaurante “El migrante”. Trabajo de grado en magister en mercadeo Santiago de Cali: Universidad ICESI. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Programa de Mercadeo.

dedicados al servicio de restaurante o alojamiento, de los cuales 1.804 son microempresas, 18 empresas pequeñas y 8 son empresas medianas, entre ellos se encuentra unas de las más importantes como son Restaurante La Merced el cual es una empresa de tradición, con bastante reconocimiento en la ciudad de Pasto. Cuenta con 4 puntos de atención en el sector de la Panamericana, Avenida Boyacá, Único y el centro, se enfoca en platos a la carta, pizzería y pastelería; Restaurante Sausalito, el cual es un establecimiento de tradición en Pasto, con más de 20 años de trayectoria, ofrece un menú que mezcla la cocina del Pacífico Nariñense con la gastronomía de Alemania; Restaurante Pueblito se lo puede describir como una versión más económica del Restaurante Sausalito, es un restaurante comprometido con la calidad en cada plato, ofreciendo productos de alta personalidad y gran sabor; mariscos y carnes la cual es su especialidad; Restaurante San Julián, es un restaurante gourmet, el cual su especialidad es la comida de mar y además presenta una variedad de carnes, postres y licores.

4.2.2.5 Amenaza de productos sustitutos. Es necesario tener en cuenta lo que manifiesta Márquez María¹⁵⁹, el entorno evoluciona semana tras semana y las empresas deben adaptarse o morir.

Más aún hoy en día, cuando las nuevas tecnologías tienen un papel tan importante. Los productos sustitutos pueden fastidiar el modelo de negocio e incluso llegar hasta la quiebra.

En el sector restaurantes de la ciudad de Pasto, esta fuerza es media debido a que en su mayoría hay alternativas que reemplazan los productos y/o servicios que ofrecen los diferentes establecimientos, pero se trata de contrarrestar ofreciendo o presentando características innovadoras en los productos y servicios por esta razón se deben tener en cuenta nuevas estrategias como por ejemplo implementar otras opciones en el menú como lo es la comida sin gluten y platos para personas vegetarianas, también mejorar la calidad de los platos que se ofrecen, tener personal capacitado para el manejo de alimentos, óptimas condiciones de higiene entre otras estrategias que se van a mencionar posteriormente.

4.3 Tercer objetivo

Proponer estrategias para disminuir los impactos financieros de la pandemia SARS-CoV-2.

¹⁵⁹ Ibíd.p.6

Para desarrollar el presente objetivo, se parte tomando como referencia lo que menciona Roncancio Gabriel¹⁶⁰ en la definición de estrategia que es el direccionamiento de la organización a través de ideas, planes o perspectivas que se plasman en la Misión, Visión empresarial y los Valores, que responde a las preguntas ¿Qué hago? ¿Cómo lo hago? ¿A dónde quiero llegar? ¿Cuál será mi valor agregado? ¿Cómo lo haré? ¿Cuáles son mis recursos?, pero sobre todo es lo que pondrá a la empresa por encima de las demás, en ventaja competitiva.

Posteriormente se plantearán estrategias para disminuir los impactos financieros tanto de los restaurantes de la ciudad de Pasto como también estrategias para Star Books con el fin de contrarrestar los efectos negativos que se pueden ocasionar en próximas emergencias.

¹⁶⁰RONCANCIO, Gabriel. Estrategia: ¿Qué es? y las herramientas para crearla. (en línea). En: Pensemos. (consultada: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/estrategia-que-es-y-las-herramientas-para-crearla>

Cuadro 19. Matriz de estrategias

ESTRATEGIAS	OBJETIVOS	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	INDICADOR	RECURSO FINANCIERO	PLAZO DE EJECUCIÓN
Formular planes de emergencia	Evaluar las debilidades y fortalezas de los restaurantes para plantear soluciones en momentos de crisis	Conformar un comité de emergencias dentro de los restaurantes	Área administrativa	(Número de planes de emergencia formulados) / (Total de riesgos identificados) x 100	1.500.000	4 meses
		Identificar posibles emergencias como: inundaciones, asonadas, emergencias sanitarias desastres naturales y problemáticas sociales				
	Disminuir el impacto negativo para próximas contingencias de caso mayor o fortuito	Formulación del plan de emergencias para aquellas identificadas				
Establecer una metodología para	Evaluar y priorizar los riesgos dentro	Identificar metodologías existentes para la evaluación de riesgos	Área administrativa	(Número de riesgos evaluados) / (Número total de	500.000	1 mes

evaluar los riesgos	de los restaurantes	Definir la metodología para evaluar los riesgos		riesgos identificados) x 100		
		Documentar la metodología seleccionada para la evaluación de riesgos				
		Divulgar la metodología seleccionada para la evaluación de riesgos				
		Aplicar la metodología para la evaluación de riesgos				
Propender por el bienestar físico y mental de los colaboradores	Generar sentido de pertenencia de los colaboradores con el fin de crear ambientes saludables para lograr mayor efectividad y productividad de los mismos	Establecer un plan de pausas activas	Área administrativa	(Número de participantes de jornada de actividades de pausas activas) / (total de trabajadores) x 100	3.000.000	6 meses
		Socializar el plan de pausas activas				
		Ejecutar el plan de pausas activas				
		Evaluar el plan de pausas activas				
		Establecer un plan de Incentivos				
		Formular un plan de capacitación				
				cumplimiento del plan de incentivos		
				Número de personas evaluadas satisfactoriamente/ Número de personas capacitadas		

		Implementar el sistema de seguridad y salud en el trabajo		Numero de estándares cumplidos /Número total de estándares aplicables		
Implementar el servicio a domicilio de manera responsable	Incrementar la satisfacción de los clientes de manera oportuna y de buena calidad	Eficiencia en la recepción y entrega de pedidos	Área administrativa	(Tiempo de respuesta en la recepción de pedidos) / (tiempo planificado de respuesta) x 100	1.160.000	2 semanas
		Contratar personal responsable y con las condiciones legales óptimas				
		Planificar los tiempos de recepción y entrega, según las rutas				
		Planificar rutas de servicio				
Implementar estrategias de marketing digital	Dar a conocer a los restaurantes al público a través de medios masivos de publicidad	Crear páginas de Facebook, Instagram y WhatsApp de los diferentes restaurantes de la ciudad	Área administrativa	(Número de estrategias de marketing ejecutadas) / (Número de estrategias de marketing planificadas) x 100	700.000	1 mes
	Incrementar el posicionamiento en el mercado					

Campañas sobre cultura tributaria	Informar los beneficios de la formalización de los restaurantes de la ciudad de Pasto para que así tengan oportunidad de aprovecharlos	Formulación y divulgación de campañas y de la información a través de medios masivos de comunicación	Acudir a entidades como es la DIAN	Número de campañas de cultura tributaria recibidas / Número de campañas de cultura tributaria planificadas	1.200.000	3 meses
	Conocer los deberes y obligaciones de la parte tributaria					
Protocolo de mantenimiento y aseo en las instalaciones	Generar un ambiente idóneo para satisfacer las necesidades del cliente	Limpieza y desinfección de áreas de cocina como también el área de prestación del servicio	Personal de aseo de la empresa	Numero de jornadas de orden y aseo ejecutadas/Numero de jornadas de orden y aseo planificadas	1.160.000	12 meses
Celebración de convenios con nuevos	Disminuir los costos de producción	Buscar nuevos contactos con proveedores para identificar cuáles son los que ofrecen	Área financiera o administrativa	Número de nuevos convenios celebrados en el año / Número de	110.000	1 mes

proveedores		mejores precios y productos		convenios planificados		
		Aprovechar descuentos por pronto pago				
Manejo de una reserva financiera	Solventar gastos que no se tenían planificados dentro de un determinado periodo	De las utilidades obtenidas destinar un porcentaje a la reserva financiera	Área financiera o administrativa	% de utilidades destinadas a la reserva anualmente / % proyectado de reserva a realizar anualmente	-	12 meses

Fuente. La presente investigación

CONCLUSIONES

Respecto al análisis financiero del primer objetivo en la empresa Star Books, se obtuvo que en el periodo de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, tomando como referencia el análisis realizado en el árbol de rentabilidad, se determinó que se consiguió un rendimiento del patrimonio en el año 2021 de 57,6% y para el 2020 de 43,4%, por lo que muestra que presentó un incremento en la rentabilidad en un 8,14%, respecto a la capacidad que tiene la empresa en generar valor, lo cual permite establecer que la Star Books no tuvo impactos negativos, pese a las medidas que se establecieron en medio la emergencia Sanitaria SARS-CoV-2, sino que fue un periodo de crecimiento en todos los aspectos desde cambiar su establecimiento de comercio de la Av. Boyacá a la Av. de los estudiantes, con el fin de brindar a sus clientes un espacio más amplio, con lugares aptos para toda la familia, incrementar número de colaboradores, ampliar su menú, ofrecer una mayor variedad de libros, servicios adicionales como son celebraciones de fechas especiales, ofrecer un servicio oportuno y de calidad en los domicilio, todo gracias a su capacidad de adaptación, flexibilidad en el modelo de negocio y a la implementación de estrategias que permitieron ver un crecimiento significativo.

Star Books desde sus inicios buscó ofrecer a sus clientes un lugar innovador con una experiencia única desde el servicio y atención al cliente hasta la calidad e innovación en cada uno los platos; contando con personal capacitado constantemente, en donde se cumplen con todas las obligaciones de ley y brindándoles a los mismos espacios que contribuyen en la salud mental, bienestar físico y reconocimientos por su labor realizada en la empresa, lo cual se traduce en mejorar la productividad de Star Books.

Otros aspectos son los relacionados a que siempre se mantiene estrategias de publicidad y mercadeo por las diferentes redes sociales, con el objetivo de atraer potenciales clientes que se enamoren de este lugar en conjunto con brindar servicio a domicilio, lo cual en medio de la emergencia sanitaria fue lo que impulso a mantenerse en el mercado y mejorar su crecimiento empresarial.

Posteriormente se evidencia que tras la evaluación del sector restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto que se plantea en el segundo objetivo , se identifica cuáles fueron los factores externos que afectan al sector restaurante de la ciudad de Pasto, por este motivo se plantearon estrategias para evitar los impactos negativos y así promover la reactivación económica, fortalecer la cultura tributaria, la evaluación de riesgos, implementar medidas de seguridad y de aseo además la implementación del marketing digital para que de este modo los restaurantes sean un sector que pueda aportar significativamente a la economía y a la generación de empleo de la ciudad de Pasto.

Como conclusión del tercer objetivo, partiendo de todos los aspectos negativos, se brindan estrategias en el sector restaurantes, enfocadas en implementar planes de emergencia, metodología para evaluar riesgos, velar por el bienestar físico y mental de los colaboradores, implementar el servicio a domicilio de manera responsable, implementar el uso de estrategias de marketing digital, buscar organismos que brinden información sobre cultura tributaria, crear protocolos de mantenimiento y aseo dentro de los restaurantes, buscar convenios con nuevos proveedores y el manejo de una reserva financiera; lo anterior con el fin de disminuir los impactos que puedan ser generados por hechos de fuerza mayor o casos fortuitos.

Como conclusión general se logró determinar que la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en la empresa Star Books, generó impactos positivos en el modelo de negocio a pesar de la corta trayectoria que tiene en el mercado, debido principalmente a que esta empresa supo adaptarse de manera eficiente, logrando continuar con sus operaciones, mediante estrategias, como la implementación del servicio a domicilio con calidad y efectividad, estrategias de marketing digital por las diferentes redes sociales, manejo adecuado y responsable en cuanto a al cumplimiento de los protocolos de bioseguridad, lo que fue fundamental para incrementar las ventas en ese periodo.

Posteriormente se evidencia que tras la evaluación del sector restaurantes de la ciudad de San Juan de Pasto, realizado en el segundo objetivo se presentan debilidades respecto a que no cuentan con otras alternativas de venta diferente a la que se realiza en el punto físico del establecimiento de comercio, lo que se tradujo en cerrar de manera parcial y total y por ende no se generaran ingresos como consecuencia el despido de colaboradores; falencias en la parte de contar con redes sociales empresariales y promover en las mismas estrategias de marketing digital; estos puntos fueron indispensables en medio de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, lograr potencializarlos para continuar operando.

RECOMENDACIONES

Como recomendaciones del primer objetivo se denota que es necesario implementar en la empresa Star Books, el respectivo análisis de los estados financieros, debido a que se cuenta con la información contable que permitirá realizar este proceso, y así poder evaluar de manera más exacta, a través de las diferentes herramientas de análisis financiero como son método del análisis vertical y horizontal, indicadores financieros y árbol de rentabilidad; que permita evaluar y comparar la posición financiera ya sea pasada, presente y que permite proyectarse al futuro; con el fin de contribuir en la toma de decisiones que beneficien a la empresa con base en la realización de préstamos con entidades financieras , inversiones, generar estrategias que permitan aumentar el volumen de ventas y además dar a conocer la situación a grupos de interés y velar porque la información contable que se encuentra reflejada en los estados financieros cuente con las respectivas notas contables.

Se recomienda implementar un fondo de emergencia o reserva de las utilidades generadas en cada periodo, con el objetivo de incrementar el efectivo y equivalente al efectivo y también que permita en momentos de dificultad ayudar a disminuir los impactos negativos que puedan ocurrir.

Celebrar alianzas estrategias en Star Books, con caficultores de la región, con el objetivo ofrecer el café de Nariño; buscar convenios afines en la parte la actividad económica de venta de libros en donde se buscaría empresas especializadas en dictar cursos y Star Books ofrecería su variedad de libros y servicios de comida para complementar esta alianza se enfocaría principalmente en los jardines infantiles.

Para el segundo objetivo se plantean las siguientes recomendaciones, que los establecimientos informales realizasen su respectiva formalización empresarial, se recomienda la implementación de la contabilidad a través de profesionales especializados y capacitados, propender por contribuir en mejorar el bienestar laboral de los colaboradores, con el fin de realizar actividades para mejorar su bienestar físico y psicológico además otorgar capacitación constante a los colaboradores en áreas afines a su cargo, generar responsabilidad social, en la contratación de personal con discapacidad, ya que no solo benefician a las personas contratadas sino que existen beneficios tributarios

Por otra parte, la importancia de que los establecimientos gastronómicos, adquieran un compromiso medioambiental. Con el objetivo de reducir el impacto sobre el entorno teniendo un adecuado manejo de residuos orgánicos, ofrecer cartas digitales, mediante el uso de los códigos QR, implementación de empaques responsables, para la venta de comida, principalmente para los destinados a los domicilios, crear canales digitales empresariales, que sirvan como un punto de venta, por ejemplo las diferentes redes sociales y páginas web y por ultimo diversificar las actividades económicas, en este caso de la parte de restaurante

ofreciendo no solo el servicio de comida, sino alternativas que sean complementarias o se relacionen, con el fin de obtener otras fuentes de ingresos.

Como recomendación para el tercer objetivo se establece que es necesario el aplicación y ejecución de las estrategias planteadas con anterioridad en la presente investigación.

BIBLIOGRAFÍA

ACTUALICESE. Definición de indicadores financieros (en línea). En: Actualicese.com. (s.l.): 26, febrero, 2015 (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://actualicese.com/definicion-de-indicadores-financieros/>.

ACTUALÍCESE. Rotación de proveedores y la importancia de aprovechar su apalancamiento (en línea). En: Actualicese.com.5, octubre,2018 (s.l.) (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://actualicese.com/rotacion-de-proveedores-y-la-importancia-de-aprovechar-su-apalancamiento/>

ALTOS EMPRESARIOS. Margen bruto de utilidad: indicador de eficacia (en línea). En: Altos empresarios (s.l.): 4, noviembre, 2020 (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.altosempresarios.com/noticias/margen-bruto-de-utilidad-indicador-de-eficiencia>

ALTOS EMPRESARIOS. Rentabilidad sobre el patrimonio: indicador de eficacia (en línea). En: Altos empresarios.17, noviembre, 2020 (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.altosempresarios.com/noticias/indicador-de-eficacia#:~:text=El%20margen%20de%20rentabilidad%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20de%20los%20accionistas>.

ALTOS EMPRESARIOS. Rotación de activos: indicador de eficiencia (en línea). En: Altos empresarios.20, octubre, 2020 (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.altosempresarios.com/noticias/rotacion-de-activos-indicadores-de-eficiencia>

ALVARADO, Marisela. La pandemia, oportunidad para la transformación del negocio de las pequeñas y medianas empresas (en línea). En: Sela (s.l.): 4, agosto,2020. (Consultada: 24, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sela.org/es/prensa/articulos/a/66413/resilienciapymes>

ÁLZATE, María. Reapertura de restaurantes en Colombia: el anuncio más esperado del sector (en línea). En: Institucional Colombia (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/reapertura-restaurantes-colombia-sector/>

AUZA,Oscar. Análisis PESTEL. (en línea). En: Oscarauza.com (s.l) (consultada: 5, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://oscarauza.com/marketing/analisis-pestel/>

BAENA, Diego. Análisis financiero: Enfoque y Proyecciones. Colombia: Bogota,2011. p.18.

BARTALENT LAB. La importancia de los proveedores: clasificación y elección (en línea). En:Bartalent lab, (s.l.): (consultada: 25,agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bartalentlab.com/academy/gestion-hostelera/como-elegir-proveedores>

BECERRA, Laura. Consumidores redujeron el gasto en comida fuera de casa y la compra de ropa nueva (en línea). En: La república (Colombia): 18, julio,2020. (Consultada: 14, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/empresas/consumidores-redujeron-el-gasto-en-comida-fuera-de-casa-y-la-compra-de-ropa-nueva-3032920>

BELLO, Elena. Las 5 fuerzas de Porter: Qué son, ejemplos y cómo aplicarlo a tu negocio (en línea). En: IEBSSCHOOL (s.l) (consultada: 2, marzo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>

BELTRAN, Gerson. Los estratos bajos se endeudan para emprender (en línea). En: La república (s.l.):4, noviembre,2015 (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/finanzas/los-estratos-bajos-se-endeudan-para-emprender-2318781>

BIZNEO. ¿Qué es la estructura organizacional? (en línea). En: Bizneo. (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bizneo.com/blog/estructura-organizacional/#:~:text=La%20estructura%20organizacional%20es%20el,se%20ramifica%20en%20un%20%C3%A1rbo>

BOLAÑOS, Fernando. ¿Para qué utilizar la información de un análisis financiero? (en línea). En: MONEX-Grupo financiero. (s.l.): 30, noviembre, 2021 (consultada: 27, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.monex.com.mx/escuela-de-finanzas/para-que-utilizar-la-informacion-de-un-analisis-financiero>.

BOLD. 5 indicadores de eficiencia o actividad financiera que debes revisar (en línea). En: BOLD- consulting group (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://bold.com.ec/indicadores-de-eficiencia-o-actividad-que-debes-revisar/>

BOLD. Indicadores financieros (en línea). En: Bold.com (s.l.): (Consultada: 29, mayo,2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://bold.com.ec/indicadores-financieros/>

BONET, Jaime, et al. Impacto económico regional del Covid-19 en Colombia: un análisis insumo-producto (en línea). En: Investiga banco de la república (s.l.): 7, mayo,2020 (consultada: 19, mayo,2022). Disponible en la dirección electrónica: https://investiga.banrep.gov.co/es/dtser_288

CAMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. Cuestión de supervivencia: 22 mil restaurantes han cerrado sus puertas (en línea). En: Clúster Bogotá gastronómica (Bogotá): noviembre,2020. (Consultada: 14, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Alimentos-y-Gastronomia/Noticias/2020/Noviembre-2020/Cuestion-de-supervivencia-22-mil-restaurantes-han-cerrado-sus-puertas>

CAMARA DE COMERCIO DE PASTO, Boletín estadístico movimiento de registro público de cámara de comercio de Pasto 2020. Colombia: Pasto,2020. p.45.

CAMARA DE COMERCIO DE PASTO. Impacto económico por covid-19 en Nariño (en línea). En: Cámara de comercio de Pasto. (s.l.): 3, mayo,2020. Disponible en la dirección electrónica: www.ccpasto.org.co

CANAL INSTITUCIONAL Tipos de contratos laborales en Colombia: beneficios y condiciones (en línea). En: Canal institucional (s.l.):3, mayo,2022 (consultada: 21, septiembre,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.canalinstitucional.tv/contratos-laborales-en-colombia-beneficios-y-condiciones>

CANIVE, Teresa. Investigación cuantitativa. características del método cuantitativo (en línea). En: Sinnaps (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>

CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL. Covid-19: el gran confinamiento y su impacto en las pequeñas empresas (en línea). En: International Trade Centre (s.l.): 2020 (consultada:8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/ITC_SMECO-2020ExSummary-Spanish.pdf

CERTUS. ¿Cómo asignar un precio? 5 estrategias de fijación de precios (en línea). En: Zendesk. (s.l.): 24, marzo,2020 (consultada: 20, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.certus.edu.pe/blog/estrategias-fijacion-precios/>

CHUBB RSE: ¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial, ¿cómo funciona y cuáles son sus beneficios? (en línea). En: Chubb.com. (s.l.): (consultada: 16, abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.chubb.com/ar-es/personas-y-familias/recursos/que-es-la-responsabilidad-social-empresarial.html>

CLARABOYA. Actividades económicas (en línea). En: Claraboya. (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.claraboya.com.mx/glosario-definicion/Actividades%20econ%C3%B3micas#:~:text=Una%20actividad%20econ%C3%B3mica%20es%20cualquier,a%20la%20econom%C3%ADa%20de%20ella.>

CLAVIJO,Camilo. Competitividad empresarial (en línea) En:Blog Hubspot, (s.l.): (consultada: 25,agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.hubspot.es/sales/competitividad-empresarial>

COLOMBIA. Estatuto tributario. Régimen simplificado del impuesto nacional al consumo de restaurantes y bares, artículo 512-13. <https://estatuto.co/512-13>

COLOMBIA.CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 1314 de 2009 (13, julio ,2009), Por la cual se regulan los principios y normas de contabilidad e información financiera y de aseguramiento de información aceptados en Colombia, se señalan las autoridades competentes, el procedimiento para su expedición y se determinan las entidades responsables de vigilar su cumplimiento. Diario oficial. Bogotá, 2009.No 47409.

COLOMBIA.CONGRESO DE LA REPUBLICA. Ley 590 (10, julio,2000). Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. dentro de los límites del bien común. Diario oficial. Bogotá, 2000.No 46.700.

COLOMBIA.CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA (1991). Capítulo 1: de las disposiciones generales, articulo 333. <http://www.secretariassenado.gov.co/index.php/constitucion-politica>.

COLOMBIA.EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 350 (1, marzo,2022) Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para el desarrollo de las actividades económicas, sociales, culturales y del Estado. Bogotá, 2022.

COLOMBIA.EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 385 (12, marzo,2020) Por la cual se declara la emergencia sanitaria por causa del coronavirus COVID-19 y se adoptan medidas para hacer frente al virus. Bogotá, 2020.

COLOMBIA.EL MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCION SOCIAL. Resolución 666 (28, abril,2022) Por la cual se prorroga la emergencia sanitaria por el coronavirus COVID-19, declarada mediante resolución 385 de 2020. Bogotá, 2022.

COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Decreto 2706(28 diciembre,2012) Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo de información financiera para las microempresas. Diario oficial, Bogotá, 2020.No 48657.65 p.

COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Decreto 457 (22, marzo,2020). Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19 y el mantenimiento del orden público. Diario oficial, Bogotá, 2020.No 51264.1 p.

COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Decreto 579 (15, abril,2020) Por el cual se adoptan medidas transitorias en materia de propiedad horizontal y contratos de arrendamiento, en el marco del Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica. Diario oficial, Bogotá, 2020.

COLOMBIA.PRESIDENTE DE LA REPUBLICA. Decreto 298 (28, febrero,2022). Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID - 19, y el mantenimiento del orden público, se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable y la reactivación económica segura. Gestor normativo. Bogota,2022.

CONDE, Ignacio. & Pacheco Lorena. Retos y oportunidades para el sector gastronómico: un llamado para reinventar su modelo de negocio.

CORTES, Luisa. NIIF en Colombia: su importancia (en línea). En: SIIGO.COM. (s.l.): 18, enero, 2018 (consultada: 22, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.siigo.com/blog/contador/niif-en-colombia-su-importancia-en-2018/#:~:text=El%20objetivo%20de%20las%20NIIF%20es%20regular%20la%20preparaci%C3%B3n%20de,calidad%20de%20la%20informaci%C3%B3n%20financiera>.

CRECER. Misión y visión en la empresa. ¿por qué son importantes? (en línea). En: Crecer. (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://www.crecer.cl/importancia-mision-vision-empresas/#:~:text=La%20misi%C3%B3n%20y%20visi%C3%B3n%20permite,para%20qu%C3%A9%20ha%20sido%20creada>.

DEBITOOR. Liquidez - ¿Qué es la liquidez? (en línea). En: Debitoor. (s.l.): (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://debitoor.es/glosario/definicion-liquidez>

DELGADO, Laura. Análisis PESTEL: qué es, cuándo y cómo hacerlo. (en línea). En: PENSEMOS. (s.l.): (consultada: 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/analisis-pestel-que-es-cuando-como-ejecutarlo>

DELGADO, Laura. Análisis PESTEL: qué es, cuándo y cómo hacerlo. (en línea). En: PENSEMOS. (s.l.): (consultada: 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/analisis-pestel-que-es-cuando-como-ejecutarlo>

DELOITTE. Atendiendo el impacto financiero del Covid-19 Los retos de la gestión de caja y el impacto en la liquidez (en línea). En: Deloitte (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www2.deloitte.com/co/es/pages/finance/articles/atendiendo-el-impacto-financiero-del-COVID19.html>

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. Mercado laboral personas en condición de discapacidad (en línea) En: DANE 2022 (s.l.) (consultada: 9, marzo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-de-las-personas-con-discapacidad/mercado-laboral-de-las-personas-con-discapacidad-informacion-historica>

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. Registro estadístico de relaciones laborales-RELAB (en línea) En: DANE 2021 (s.l.) (consultada: 8, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#empleo-y-desempleo>.

DIAZ, Alejandra. La importancia del servicio a domicilio (en línea). En: Point.4, septiembre, 2020 (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://blog.pointmeup.com/es/la-importancia-del-servicio-a-domicilio>

DRIP CAPIATAL. Diferencia entre ROE, ROA y ROI (en línea). En: Dripcapital.com (Ciudad de México): 19, octubre, 2022 (consultado: 25, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/finanzas-guias/roe-roa-roi>

ECONOMIPEDIA. Innovación de producto (en línea). En: Economipedia.com. 4, septiembre, 2020 (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-de->

GERENCIE. Prestaciones sociales (en línea). En: Gerencie.com.21, diciembre (s.l.):,2021 (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/prestaciones-sociales.html#:~:text=El%20art%C3%ADculo%20306%20del%20c%C3%B3digo,d%C3%ADas%20del%20mes%20de%20diciembre>.

GERENCIE. Qué hacer si el empleador no paga la seguridad social (en línea). En: Gerencie.com.22, febrero,2022 (s.l.): (consultada: 5, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gerencie.com/que-hacer-si-el-empleador-no-paga-la-seguridad-social.html#:~:text=En%20cuanto%20al%20empleador%2C%20al,que%20quede%20en%20tal%20condici%C3%B3n>.

GERENCIE. Rotación de inventarios (en línea). En: Gerencie.com.25 (s.l.): septiembre,2020 (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gerencie.com/rotacion-de-inventarios.html#Lo_que_determina_la_rotacion_de_inventarios

GERENCIE. Sistema o índice Dupont (en línea). En: Gerencie.com.29, octubre,2021 (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.gerencie.com/sistema-dupont.html#Utilidad_del_sistema_o_indice_Dupont

GITMAN, L. & CHAD J, Principios de Administración Financiera (Décimo segunda Edición). México: Pearson Educación, Citado por HERRERA, Alexander; HERRERA, Alex; VEGA, Sara y VIVANCO, Estefanía. Razones financieras de liquidez en la gestión empresarial para toma de decisiones. Lima: Peru,2016. p.157.

GOMEZ, Giovanni. Presupuesto financiero: fuentes, fijación de precios y márgenes de ganancia (en línea). En: Geopolis (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gestiopolis.com/presupuesto-financiero-basico/#:~:text=El%20presupuesto%20financiero%20se%20refiere,costo%20de%20adquirir%20nuevos%20recursos>.

GREEN, Anoushka. ¿Qué es la innovación empresarial y por qué es importante? (en línea). En: Wework ideas. (s.l.):29, julio,2021 (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.wework.com/es-LA/ideas/professional-development/what-is-business-innovation>

HERERA, José. Las prácticas investigativas contemporáneas. Los retos de sus nuevos planteamientos epistemológicos (en línea). En: Instituto internacional de investigación y desarrollo tecnológico educativo (INDTEC). (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.indteca.com/ojs/index.php/Revista_Scientific/article/view/173

IMPLIKA. Las emergencias sanitarias y la medicina de urgencia (en línea). En: Implika. (s.l.): 9, marzo,2021(consultada:19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.implika.es/blog/que-es-emergencias-sanitarias>

INSIGNIA. La importancia del servicio al cliente en un Restaurante (en línea). En: Insignia(s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica:

<https://elinsignia.com/2017/06/27/la-importancia-del-servicio-al-cliente-en-un-restaurante-marcelo-oscar-vazquez/>

INSTITUCIONAL COLOMBIA. Reapertura de restaurantes en Colombia: el anuncio más esperado del sector (en línea). En: Institucional (s.l.) (consultada: 8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.institucionalcolombia.com/tendencias-gastronomicas/reapertura-restaurantes-colombia>

INSTITUTO NACIONAL DE SALUD. Módulo de datos COVID-2019 en Colombia (en línea) En:INS en Colombia (s.l.) (consultada:18, marzo,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ins.gov.co/Direcciones/ONS/modelos-covid-19>

JURADO, Janneth. Gastronomía nariñense: una despensa de sabores para degustar (en línea). En: Radio Nacional de Colombia (Nariño):2, noviembre,2017 (consultado: 28, febrero2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.radionacional.co/cultura/gastronomia-narinense-una-despensa-de-sabores-para-degustar>

LA REPÚBLICA. Los restauranteros prevén pérdidas por \$155.000 millones por restricciones en enero (en línea). En: La república en Colombia (s.l.): 14, enero,2021 (consultada: 8, febrero,2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/empresas/los-restauranteros-preven-perdidas-por-155000-por-las-restricciones-en-enero-3110532#:~:text=Precisamente%2C%20el%20fuerte%20impacto%20de,de%20230.000%20puestos%20de%20trabajo>

LA REPUBLICA. Por efecto de la pandemia del covid-19 han cerrado 22.000 de 90.000 restaurantes (en línea). En: La república (Colombia): 13, mayo, 2020. (Consultada: 14, septiembre,2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.larepublica.co/ocio/por-la-crisis-actual-cerraron-de-manera-definitiva-22000-de-90000-restaurantes-3004985>

LAVU.La importancia de la contabilidad en un restaurante (en línea). En: Lavu.com. (s.l.): (consultada: 10, abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://lavu.com/es/blog/la-importancia-de-la-contabilidad-en-un-restaurante/#:~:text=La%20contabilidad%20de%20restaurantes%20le,de%20tu%20negocio%20sin%20comprometerlo.>

Ley 1996 (26agosto,2019). Por medio de la cual se establece el régimen para el ejercicio de la capacidad legal de las personas con discapacidad mayores de edad. Diario oficial. Bogotá.

LUGO, Zara. Población y muestra (en línea). En: Diferenciador (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/#:~:text=La%20poblaci%C3%B3n%20estad%C3%ADstica%2C%20tambi%C3%A9n%20conocida,comparten%20alguna%20caracter%C3%ADstica%20en%20com%C3%BAn.>

MARQUEZ, Maria. Fuerzas de Porter. (en línea). En: Marketingandweb.es. (consultada: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.marketingandweb.es/marketing/cinco-fuerzas-de-porter/>

MBA. La rivalidad entre los competidores (en línea). En: Mbaonline, (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mbaonline.es/blog/rivalidad-entre-competidores.html#:~:text=Una%20rivalidad%20entre%20oponentes%20tiene,incrementa%20el%20servicio%20al%20cliente.>

MEJIA, Tatiana. Investigación descriptiva: características, técnicas, ejemplos (en línea). En: Lifeder (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>

MEZA, Adriana. El diagnóstico organizacional (en línea). En: Mi espacio (s.l.): 3, enero, 2020 (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.infosol.com.mx/miespacio/el-diagnostico-organizacional-elementos-metodos-y-tecnicas/>

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Formalización empresarial (en línea). En: Mipymes.gov.co. (s.l.):(consultada: 10, abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial#:~:text=Protege%20el%20nombre%20de%20la,y%20la%20obtene%C3%B3n%20de%20cr%C3%A9ditos.>

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Formalización empresarial (en línea). En: Mipymes.gov.co. (s.l.):(consultada: 10, abril, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mipymes.gov.co/programas/formalizacion-empresarial#:~:text=Protege%20el%20nombre%20de%20la,y%20la%20obtene%C3%B3n%20de%20cr%C3%A9ditos.>

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Perfiles económicos departamentales (en línea) En: Mincit. (s.l.): (consultada: 21, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mincit.gov.co/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos>

MINISTERIO DEL TRABAJO. Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (en línea). En: Mintrabajo,(consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>

MORALES, Cindy. ¿Cuánto tardan en descomponerse los empaques de los alimentos? (en línea). En: Finanzaspara.com. (s.l.):16, octubre, 2018 (consultada: 25, marzo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.eltiempo.com/vida/medio-ambiente/cuanto-tardan-en-descomponerse-los-empaques-de-los-alimentos-280478>

MURGUIA, María. La importancia de los Estados Financieros en la toma de decisiones (en línea). En: Decisión de empresario (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la

dirección electrónica: <https://www.decisiondeempresario.com/la-importancia-de-los-estados-financieros-en-la-toma-de-decisiones/>

NAVA, Marbelis. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Venezuela: Maracaibo,2009. p.610-617

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO PARA LOS PAISES ANDINOS (OIT). Impacto de la COVID-19 en las Mipymes colombianas (en línea) En: OIT en Colombia(s.l.): noviembre,2020 (consultada:30, marzo,2022). Disponible en la dirección electrónica: https://www.ilo.org/lima/publicaciones/WCMS_774974/lang--es/index.htm

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. La importancia del servicio a domicilio (en línea). En: OIT.diciembre,2016 (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/The-win-win-of-disability-inclusion#the-win-win-of-disability-inclusion>

ORTIZ ANAYA, Héctor. (2018). Análisis financiero aplicado bajo NIIF. Universidad Externado de Colombia.

POLO, David. Diagnóstico de una empresa. ¿Por qué y para qué? (en línea). En: GESTIONAR-Fácil (s.l.): (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.gestionar-facil.com/diagnostico-de-una-empresa/>

PORTAFOLIO. Los subsidios que se crearon en pandemia y siguen vivos (en línea). En: PORTAFOLIO.22, febrero, 2022 (consultada: 22, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.google.com/amp/s/www.portafolio.co/amp/economia/gobierno/subsidios-en-pandemia-cuales-seguiran-en-2022-561540>

PORTAFOLIO. Riesgos para las empresas de tener trabajadores sin seguridad social (en línea). En: Portafolio 21, (s.l.): noviembre,2021 (consultada: 5, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/riesgos-para-las-empresas-de-tener-trabajadores-sin-seguridad-social-558764>

PORTUGAL, Víctor.Diagnostico empresarial (en línea). Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina,2017,10p. (consultado 19,mayo,2022).ISBN: 9789585460034

POSTED IN. ¿Qué es marketing digital? (en línea). En: Posted in (s.l.): (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.postedin.com/marketing-digital/>

QUADRANS. ¿Por qué son importantes los estados financieros? (en línea). En: QuAdrans law and finance. (s.l.): 9, octubre,2019 (consultada: 19, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://quadranslawandfinance.com/blog/por-que-son-importantes-los-estados-financieros/>

QUINTAL, Paola. Restaurantes: cómo innovar tras el Covid-19 (en línea). En: Cooking Depot.com. (s.l.): 29, agosto,2021 (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección

electrónica: <https://www.elpais.com.co/informacion-comercial/negocios-digitales-la-nueva-revolucion-empresarial.html><https://blog.cookingdepot.com/restaurantes-como-innovar-tras-el-covid-19>

REPSOL. Economía circular Economía circular (en línea). En: Repsol.com (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.repsol.com/es/sostenibilidad/economia-circular/index.cshtml>

REVISTA MEDICA CLINICA LAS CODES. Emergencia de sars-cov-2. aspectos básicos sobre su origen, epidemiología, estructura y patogenia para clínicos (en línea). En: Elsevier. (s.l.) : (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elsevier.es/es-revista-revista-medica-clinica-las-condes-202-articulo-emergencia-de-sars-cov-2-aspectos-basicos-S0716864020300924>

RODRIGUEZ, Alejandra. Pierden empleo 335 mil trabajadores de restaurantes y bares por el covid (en línea). En: El financiero (Colombia): 29, marzo, 2021. (Consultada: 14, septiembre, 2021). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/pierden-empleo-335-mil-trabajadores-de-restaurantes-y-bares-por-el-covid/>

RODRIGUEZ, Andrés; PEREZ, Alipio. Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Colombia: Bogota, 2017. p.11.

ROLDAN, Paula. Análisis financiero. (en línea). En: Economipedia. (s.l.): (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-financiero.html>

ROMERO, Mauricio. 5 beneficios del empleo inclusivo para las empresas en Colombia (en línea). En: Investinbogota (consultada: 21, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://es.investinbogota.org/bogotabigideas/beneficios-del-empleo-inclusivo/>

RONCANCIO, Gabriel. Estrategia: ¿Qué es? y las herramientas para crearla. (en línea). En: Pensemos. (consultada: 1, octubre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/estrategia-que-es-y-las-herramientas-para-crearla>

RUEDA, Nelson; RUANO, Juan. Elaboración de un plan de mercadeo para el restaurante “El migrante”. Trabajo de grado en magister en mercadeo Santiago de Cali: Universidad ICESI. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Programa de Mercadeo, 2017.

RRHHPRESS. ¿Qué es coworking? definición y todo lo que debes saber (en línea). En: Shed Co (s.l.) : (consultada: 8, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.theshedcoworking.com/coworking-que-es-coworking/>

RRHHPRESS. Los mayores problemas de las empresas durante la crisis del covid-19 (en línea). En: RRHHPRESS 29, noviembre, 2020. (consultada: 8, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.rrhhpress.com/organizaciones/50965-los-mayores-problemas-de-las-empresas-durante-la-tesis-del-covid-19>.

RUBIO, Pedro. Manuel de análisis financiero, Citado por NAVA, Marbelis. Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Venezuela: Maracaibo,2009. p.610.

SERVICIO MEDIOANBIENTAL DE VALENCIA. Cómo se realiza la gestión de residuos en restaurantes (en línea). En: smv.es. (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.smv.es/como-se-realiza-gestion-residuos-restaurantes/>
SILVA, Douglas. Importancia de la calidad en el servicio al cliente (en línea). En: Zendesk.22, septiembre,2020 (s.l.): (consultada: 20, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.zendesk.com.mx/blog/importancia-calidad-servicio-cliente/>

TELLEZ, Alejandro. ¿Qué es el sistema de análisis Dupont y para qué sirve? (en línea). En: Finanzaspara.com. (s.l.):19, octubre,2022 (consultada: 25, marzo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: https://finanzaspara.com/finanzas/finanzas_para_estudiantes/que-es-el-sistema-de-analisis-dupont-y-para-que-sirve/

TERRIDATA. Departamento de Nariño (en línea). En: Terridata (Nariño): (consultado: 19, febrero2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/52000>

TETTAY, Juan. Un ABC de los empaques responsables (en línea). En: Revistalabarra. (s.l.): 11, octubre,2022 (consultada: 25, marzo, 2023). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.revistalabarra.com/es/noticias/un-abc-de-los-empaques-responsablesfinancieros#:~:text=El%20objetivo%20de%20las%20notas,para%20la%20ma%20de%20decisiones.>

ThePower. Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa. (en línea). En: ThePowerMBA. (consultada: 3, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.thepowermba.com/es/blog/las-5-fuerzas-de-porter>

UNADE. Calidad del producto (en línea). En: UNADE.17, diciembre,2019 (s.l.): (consultada: 20, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://unade.edu.mx/calidad-del-producto/>

UNIVERSIDAD DE NEGOCIOS ISEC. Finanzas empresariales: claves para lograr una empresa exitosa (en línea). En: ISEC 24, agosto,2021 (s.l.): (consultada: 19, mayo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://uneg.edu.mx/blog/finanzas-empresariales/>

UNIVERSIDAD DE SEVILLA. Ventajas y desventajas de tener una empresa familiar (en línea). En: Institucionales.19, julio (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <http://institucionales.us.es/empresafamiliar/ultimas-noticias/ventajas-y-desventajas-empresa-familiar/>

UP SPAIN, Beneficios de ser una empresa respetuosa con el medio ambiente (en línea). En:Up. (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.up-spain.com/blog/beneficios-empresa-medio-ambiente/>

V, Julian. Qué es, cómo se calcula y para que se usa el margen operacional (en línea). En: BURSITIA (s.l.): 25, julio, 2021 (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://www.bursitia.com/2021/07/25/que-es-como-se-calcula-y-para-que-se-usa-el-margen-operacional/>.

VALENZUELA, América. Restaurantes sostenibles: cuidando el planeta desde la cocina (en línea). En: Hablando en vidrio. (s.l.): (consultada: 29, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://hablandoenvidrio.com/restaurantes-sostenibles-cuidar-planeta-desde-cocina/>

VESGA, Gamaliel. 5 fuerzas de Porter: ¿qué son y cómo usarlas a partir de ejemplos? (en línea). En: Pensemos, (s.l.): (consultada: 25, agosto, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://gestion.pensemos.com/5-fuerzas-de-porter-que-son-como-usarlas-ejemplos>

VILLAMUZIO. 10 razones por las que debes formalizar tu empresa (en línea). En: estudiocontablevmc. (s.l.): (consultada: 1, septiembre, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://estudiocontablevmc.pe/10-razones-por-que-debes-formalizar-tu-empresa/>

WESTREICHER, Guillermo Estrategia clínicos (en línea). En: Economipedia. (s.l.): (consultada: 12, febrero, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html#:~:text=La%20estrategia%20es%20un%20procedimiento,se%20busca%20lograr%20una%20meta.>

WESTREICHER, Guillermo. Margen neto (en línea). En: Economipedia (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/margen-neto.html>

WESTREICHER, Guillermo. Rentabilidad de los activos – ROA (en línea). En: Economipedia (s.l.): (consultada: 28, marzo, 2022). Disponible en la dirección electrónica: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-de-los-activos-roa.html>

ANEXOS

Anexo A. Carta de autorización

San Juan de Pasto

8 de septiembre de 2021

Señora

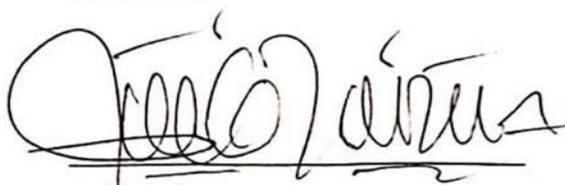
Sandra Lucia Goyes Eraso

Cordial saludo,

Por medio de la presente yo, José Luis Jiménez cofundador de Star books "un café con propósito", ubicado en la dirección cra 34 a # 20-70 avenida los estudiantes, otorgo la presente carta de consentimiento para realizar la investigación: "efectos financieros de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en la empresa Star books de la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2019- 2021". A las estudiantes:

- Angie Lorena Castro, identificada con cedula de ciudadanía 1.010.150.556 de Pasto.
- Laura Valentina Jimenez, identificada con cedula de ciudadanía 1.193.467.578 de Pasto.
- Nathalia Elizabeth Pupiales, identificada con cedula de ciudadanía 1.085.347.706 de Pasto.

Atentamente,



José Luis Jimenez

Cel: 316 275 4756 – 316 649 8860

Correo electrónico: starbookspasto@gmail.com

Anexo B. Formato entrevista dirigido a la administración de Star Books

UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CONTADURIA PUBLICA
ENTREVISTA
DIRIGIDO A LA PARTE ADMISTRITATIVA DE LA EMPRESA STAR
BOOKS



OBJETIVO:Elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros para determinar cuáles son los problemas dentro del marco de la pandemia del SARS-CoV-2.

Fecha: _____

Nombre del entrevistado: _____

Cargo: _____

1. ¿Cómo nació Star Books?
2. ¿Cómo está constituida legalmente Star Books?
3. ¿Cuál es la misión y visión de la empresa?
4. ¿Con cuántos empleados cuenta la empresa?
5. ¿Cuáles son las actividades económicas que desarrolla Star Books?
6. ¿Qué estrategias implemento o implementa en la empresa Star Books para disminuir el impacto de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2?
7. ¿Cuáles fueron las principales dificultades presento en medio de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2?

Gracias por su colaboración

Anexo C. Formato entrevista dirigido a el área contable de Star Books

UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CONTADURIA PUBLICA
ENTREVISTA
DIRIGIDO A LA PARTE CONTABLE DE LA EMPRESA STAR BOOKS



OBJETIVO:Elaborar un diagnóstico financiero para la empresa Star Books estudiando sus estados financieros para determinar cuáles son los problemas dentro del marco de la pandemia del SARS-CoV-2.

Fecha: _____

Nombre del entrevistado: _____

Cargo: _____

1. ¿En que periodos se presenta a los propietarios de Star Books la información de los estados financieros?
2. ¿Cómo financia el funcionamiento de la empresa según sus areas?
3. ¿Las decisiones que toma financieramente son de manera empirica o tecnica?, ¿Cómo lo realiza?
4. ¿Cuáles son los efectos financieros que tuvo la empresa debido a la emergencia sanitaria SARS-CoV-2?
5. ¿En los años 2019-2021 se generaron utilidades y/o perdidas?
6. ¿ En los años 2019-2021 se generaron incrementos de gastos por motivo de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2? ¿Cuáles son?

Gracias por su colaboración

Anexo E. Formato encuesta dirigido a los restaurantes de la ciudad de Pasto

UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CONTADURIA PUBLICA
ENCUESTA
DIRIGIDO A LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE SAN
JUAN DE PASTO



OBJETIVO: Diagnosticar los factores externos que afectan al sector restaurantes, a través de la metodología PESTEL Y PORTER.

DATOS DE LA EMPRESA

Razón social: _____
Nombre del representante legal, gerente o contacto: _____
Dirección: _____
Correo electrónico: _____

INFORMACIÓN GENERAL

1. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento la empresa?
 - A. Menor a un 1 año
 - B. Entre 1 y 5 años
 - C. Mas de 5 años

2. El local comercial donde funciona su restaurante es:
 - A. Arrendado
 - B. Anticresis
 - C. Propio
 - D. Prestado

PESTEL

POLITICOS

3. Cuenta con algún subsidio por parte del gobierno
 - A. Si
 - B. No

Si la respuesta es sí ¿Cuál es o cuáles son? _____

4. ¿Su restaurante es responsable de impoconsumo?

- A. No responsable de impoconsumo
- B. Responsable de impoconsumo
- C. No sabe no responde

5. ¿En su empresa afecto el cambio de las NIIF (Normas internacionales de información financiera)?

- A. Si
- B. No
- C. No aplica

6. La empresa paga impuestos

- A. Si
- B. No

Si la respuesta es sí ¿Cuál es o cuáles son? _____

ECONOMICOS

7. ¿Con cuántos empleados cuenta el restaurante?

- A. Menos de 10 empleados
- B. De 11 a 50 empleados
- C. De 51 a 200
- D. Mas de 200 empleados

8. ¿Como está financiada su empresa?

- A. Créditos
- B. Aportes de socios
- C. Créditos y aportes de socios

9. Durante la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, hubo recorte de personal

- A. Si
- B. No

Si la respuesta es si, ¿Cuántos empleados se despidieron? _____

10. Durante la emergencia sanitaria SARS-CoV-2, hubo disminución de salario

- A. Si
- B. No

Si la respuesta es si, ¿Cuánto fue la disminución del salario? _____

11. ¿Cuál es el estrato social del propietario del restaurante?

- A. Estrato 1
- B. Estrato 2
- C. Estrato 3
- D. Estrato 4
- E. Estrato 5
- F. Estrato 6

12. ¿Qué medidas adopto en medio de la emergencia sanitaria SARS-CoV-2 en su restaurante?

- A. Cierre parcial de actividades
- B. Cierre total de actividades
- C. No ha tomado medidas
- D. Otras, ¿Cuál o cuáles _____

SOCIALES

13. ¿Qué nivel de educación tiene el propietario

- A. Básica primaria
- B. Bachillerato
- C. Técnico
- D. Tecnólogo
- E. Profesional
- F. Posgrado
- G. Otro,

¿Cuál?

14. ¿Cuántos años tiene el propietario?

- A. Entre 14 y 26 años
- B. Entre 27 y 59 años
- C. Entre 60 años y mas

15. ¿Dentro de su restaurante cuenta con personal con discapacidad?

- A. Si
- B. No

16. ¿Cuál es el estado civil del propietario del restaurante?

- A. Soltero
- B. Casado

- C. Unión libre
- D. Viudo

TECNOLOGICOS

17. Hace uso de medios online para publicidad y mercadeo

- A. Si
- B. No

Si la respuesta es sí ¿Cuál es o cuáles son? _____

18. Cuenta con estrategias de innovación

- A. Si
- B. No

Si la respuesta es sí ¿Cuál es o cuáles son? _____

AMBIENTALES-ECOLOGICOS

19. ¿Cómo contamina su restaurante al medio ambiente?

- A. No realiza reciclaje
- B. Desperdicia agua
- C. Contaminación visual
- D. Contaminación auditiva
- E. Ninguna de las anteriores

Otras, ¿Cuál o cuáles? _____

20. Que estrategias utiliza la empresa para disminuir los efectos negativos de la contaminación

- A. Reciclaje
- B. Implementación de empaques biodegradables
- C. Utiliza energía renovable
- D. Economía circular

Otras, ¿Cuál o cuáles? _____

LEGALES Y JURIDICAS

21. Los trabajadores cuentan con seguridad social

- A. Si
- B. No

22. Los trabajadores cuentan con prestaciones sociales

- A. Si
- B. No

23. Los trabajadores cuentan con normas de seguridad y salud en el trabajo

- A. Si
- B. No

PORTER

PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES

24. ¿Qué estrategias implemento para fidelizar a los clientes de su empresa?

- A. Estrategias de innovación
- B. Ofertas de precios
- C. Mejorar la calidad del producto

Otras, ¿Cuál o cuáles? _____

25. ¿Qué canales o medios utiliza para hacer publicidad en su restaurante, con el fin de atraer clientes?

- A. Páginas web
- B. Redes sociales
- C. Vallas publicitarias
- D. Volantes
- E. Radio
- F. TV
- G. Marketing digital

Otras, ¿Cuál o cuáles? _____

PROVEEDORES

26. Usted establece alianzas a largo plazo con los proveedores

- A. Si
- B. No

27. Con cuantos proveedores cuenta

- A. 1-5
- B. 6-10
- C. 11-15

COMPETIDORES

28. Cuenta con atención personalizada a cada cliente

- A. Si
- B. No

29. Que estrategias implementa para mejorar la competitividad

- A. Reducción de precios
- B. Innovación de productos
- C. Ofertas

Otras, ¿Cuál o cuáles? _____

RIVALIDAD

30. Usted se asocia con otras organizaciones, para mejorar su posición entre competidores

- A. Si
- B. No

31. Que tan competitivos se consideran en términos de ventas

- A. Mucho
- B. Poco
- C. Casi nada

PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

32. Es sencillo encontrar alternativas para su restaurante

- A. Si
- B. No

Si la respuesta es sí, ¿Cuáles son esas alternativas? _____

33. Las características de sus productos son innovadoras

- A. Si
- B. No

Gracias por su colaboración

Anexo a.Formato encuesta dirigida a los clientes de Star Books

UNIVERSIDAD CESMAG
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CONTADURIA PUBLICA
ENCUESTA
DIRIGIDO A LA CLIENTES DE LA EMPRESA STAR BOOKS



1. ¿Qué le ha parecido los precios ofrecidos por Star Books?
 - A. Excelente
 - B. Buena
 - C. Regular
 - D. Mala

2. ¿Qué le ha parecido la calidad ofrecida por Star Books?
 - A. Excelente
 - B. Buena
 - C. Regular
 - D. Mala

3. ¿Cómo calificaría el servicio ofrecido por Star Books?
 - A. Muy Satisfecho
 - B. Satisfecho
 - C. Neutro
 - D. Insatisfecho
 - E. Muy insatisfecho

4. ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende a Star Books a sus conocidos?
 - A. Es muy probable
 - B. Es poco probable
 - C. Ya los recomiendo

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD
CESMAG
TEL: 002 199 287-7
TEL: 002 199 287-7

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL

CÓDIGO: AAC-BL-FR-031

VERSIÓN: 1

FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Angie Loiena Caspio Jajoo	Documento de identidad: 1010150556
Correo electrónico: angieloiencaspio310@gmail.com	Número de contacto: 3217330741
Nombres y apellidos del autor: Nathalia Elizabeth Popiales Cuatrecasas	Documento de identidad: 1085347706
Correo electrónico: nathaliapopiales1@gmail.com	Número de contacto: 3128296435
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Título del trabajo de grado: Efectos Financieros de la emergencia Sanitaria Sars-Cov-2 en la Empresa Star Books de la ciudad de Pasto. Años 2019-2021.	
Facultad y Programa Académico: Contaduría Pública.	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento, abarca las siguientes características:

- La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve(mos) la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje(mos) de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NO. 000 100 301-7 TULUÁ - NEBUCÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

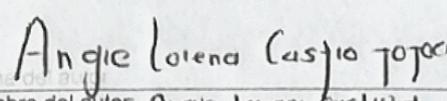
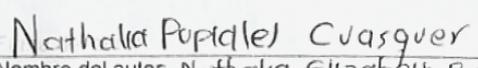
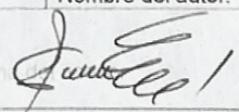
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.
- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello de(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 15 días del mes de 06 del año 2023

 <small>Firma del autor</small>	 <small>Firma del autor</small>
Nombre del autor: Angie Lorena Castiño J.	Nombre del autor: Nathalia Elizabeth Papiñales C.
<small>Firma del autor</small>	<small>Firma del autor</small>
Nombre del autor:	Nombre del autor:
 <small>Firma</small>	
Nombre del asesor: Fabio Cordero Bustos	