

**CRITERIOS APLICADOS POR LAS PEQUEÑAS EMPRESAS
COMERCIALIZADORAS DE CALZADO DE PEREIRA EN EL REPARTO DE
UTILIDADES PARA EL PERIODO 2006 - 2010**

JUAN DAVID OSORNO GOMEZ

Asesor

CARLOS ARTURO LONDOÑO

Ingeniero Industrial

UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PEREIRA

2011

***Quiero dedicarles este trabajo a
mis padres por su comprensión
y apoyo incondicional.***

AGRADECIMIENTOS

A mis padres Lucy Gómez Ríos y Abel Osorno Calderón ya que ellos me han apoyado durante el transcurso de este proceso que estoy culminando, para el desarrollo de mi vida como futuro profesional.

A Ericka Isabel Vélez Gutiérrez que estuvo conmigo en todo momento de éxitos y fracasos en los últimos semestres de mi carrera, quien fue de fundamental apoyo tanto en mi vida personal como futuro profesional y que estuvo tan involucrada en este proyecto como yo.

A mis familiares Leonela Ríos, Dr. Gloria Liliana Gómez Ríos y Oscar Alexander Arias; quienes estuvieron pendientes de mi desarrollo personal y profesional y que han intervenido en mi vida llenándome de amor y alegría.

A mi tutor Carlos Arturo Londoño que siempre estuvo a mi lado en cada momento para el desarrollo de esta investigación brindando su apoyo y conocimientos para sacar este proyecto adelante.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO	4
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
DESCRIPCIÓN ÁREA PROBLEMÁTICA	10
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	13
➤ DELIMITACIONES DE ESPACIO O TERRITORIO	13
➤ DELIMITACIONES DE TIEMPO	13
➤ DELIMITACIONES DE POBLACIÓN	13
OBJETIVOS	14
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
JUSTIFICACIÓN	15
MARCO DE REFERENCIA	17
MARCO TEÓRICO	17
MARCO CONTEXTUAL	26
Antecedentes	26
Contexto	29
MARCO CONCEPTUAL	34
METODOLOGÍA	39
➤ DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
➤ DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	39
➤ DETERMINACION DE LA MUESTRA	39
➤ FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	40

➤ TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	41
➤ PROCESO EN LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	41
TRABAJO DE CAMPO	42
ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	43
CONCLUSIONES.....	57
BIBLIOGRAFÍA	59

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: Base de datos de la Cámara de Comercio de Pereira de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado que se encuentran actualmente registradas en la ciudad.	61
--	----

TABLA DE APENDICES

APENDICE A: Empresas del subsector comercializador de calzado de la ciudad de Pereira seleccionadas para la muestra.....	64
APENDICE B: Formato de la encuesta aplicada a los empresarios de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira.	65

SÍNTESIS

En la administración de empresas, las decisiones que se pueden tomar en el ámbito financiero y administrativo dentro de una organización son las decisiones de financiación, de inversión y de pago de dividendos. En cuanto a la decisión de pago de dividendos que compete al presente trabajo, y que hace referencia a la proporción de las utilidades que se esperan repartir, lo cual depende de lo comprometidas que la organización tenga las utilidades obtenidas tras el ejercicio de la operación.

Por lo tanto, cuando se habla de políticas de dividendos específicamente como una decisión financiera, el reparto de utilidades se constituye como un costo de oportunidad, ya que si la empresa tiene que hacer algunas inversiones rentables no debería pagar dividendos puesto que, estas ganancias serían necesarias para financiar ciertos proyectos. De esta misma manera, el presente trabajo se encuentra enfocado en la realización de una descripción del subsector comercializador de calzado en la cual se encuentra tanto la historia como la evolución de dicho subsector en la ciudad de Pereira. Todo esto con el propósito de determinar los criterios y/o políticas que tuvieron en cuenta los empresarios de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado, para la repartición de utilidades en los años comprendidos entre el año 2006 y el 2010.

DESCRIPTORES: Dividendos, utilidades, inversión, financiación, subsector comercializador de calzado.

ABSTRACT

In business administration, decisions can be taken in the financial and administrative within an organization are funding decisions, investment and payment of dividends. Regarding the dividend payment decision it is for the present work, which refers to the proportion of profits that are expected deal, which depends on how committed the organization to have the profits obtained following the exercise of the operation.

Therefore, when discussing dividend policies specifically as a financial decision, profit sharing is set up as an opportunity cost, because if the company has to make some profitable investments should not pay dividends because these gains would necessary to fund certain projects. In the same way, the present work is focused on making a description of the marketer of footwear subsector which is both history and the evolution of this subsector in the city of Pereira. All this in order to determine the criteria and/or policies that took into account the small business marketers of footwear, for the distribution of profits in the years between 2006 and 2010.

KEYWORDS: Dividends, profits, investment, financing, sub-distributor of footwear.

INTRODUCCION

Así como el objetivo básico financiero, la política de dividendos debe ser evaluada en relación con el principal propósito de la empresa que se basa en maximizar el valor de la misma para sus accionistas y/o inversionistas. Si las empresas alcanzan este objetivo, se presume que la economía del país y en especial la de la región crecen en forma directamente proporcional. Sin embargo, desde hace algún tiempo el subsector comercializador de calzado en el AMCO ha venido decreciendo debido a que la producción se encuentra sujeta al consumo por temporadas, a la fuerte competencia agudizada por el contrabando proveniente principalmente de China y de Panamá, a las importaciones y el comercio informal que desempeñan también un factor amenazante.

Por lo tanto, se hace necesario para el crecimiento del subsector de calzado en la ciudad, conocer y aplicar de forma adecuada las diferentes decisiones financieras que ayuden en cada uno de los escenarios que se le pueda presentar a estas empresas. En la actualidad las decisiones financieras que se toman en una organización tienen que ser decisiones fundamentadas y analizadas para el crecimiento de la empresa, es por esto que las decisiones de reparto de utilidades es un tema que merece analizarse profundamente antes de tomarse la decisión.

Así pues, la política de dividendos debe ser evaluada en relación con el objetivo básico financiero que persigue cualquier empresa que se basa en maximizar el valor de la misma para sus accionistas y/o inversionistas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

DESCRIPCIÓN ÁREA PROBLEMÁTICA:

Según Zapata y Fajardo (2005), la cadena productiva del subsector calzado contiene actividades que se integran entre sí e incrementan el valor agregado de los productos terminados. El proceso inicia en el hato ganadero, o en el lugar donde se obtendrán los diversos insumos utilizados para la producción del calzado; para el caso del cuero que es la principal materia prima, éste se somete a un proceso de curtición y posteriormente se distribuye en diferentes grupos de producción. Adicionalmente, en la cadena productiva participan empresas, tales como: curtidurías, proveedores de insumos, fabricantes y comercializadores.

Ahora bien, con el objetivo de dar una idea general del concepto y de la situación actual de la industria de calzado en Colombia, se puede decir que, (C.D.E., 2009, p 52)

La industria del calzado se caracteriza por una actividad empresarial, organizada en función de patrones de producción y comercialización basados en los procesos de costos, sistema de rendimientos decrecientes, con predominio de una visión de corto plazo y contemplación del coste salarial como elemento competitivo para fijación del precio en un sistema de división de tareas, descentralización y especialización productiva flexible, propia de los años 80, de un tamaño de empresas pequeñas y la aparición de la industria auxiliar y de componentes, que hicieron más competitivas la fabricación, con fortaleza del sector en comparación a los competidores.

Por lo tanto, la industria de calzado se encuentra en un período de transición a medio camino entre la consolidación de un nuevo tipo de economía, que basa su funcionamiento en el uso de dotaciones crecientes de tecnologías digitales y de conocimiento en un contexto de producción global, y el mantenimiento de las estructuras organizativas y productivas tradicionales de la economía industrial y de servicios.

De igual forma, el subsector se encuentra caracterizado actualmente por una fuerte competencia entre productores nacionales recrudescida además por los altos volúmenes de contrabando, en su mayoría procedentes de Panamá y China causando un grave perjuicio a la producción nacional; así como el factor amenazante de las importaciones que desarrolla China, Ecuador, Brasil, Italia y Estados Unidos, conformando entre todos un gran volumen de importación que apenas se iguala o sobrepasa el nivel de las exportaciones realizadas por este subsector en el país. Además, se puede denotar que el producto que registra mayor importación es el calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado. (ICEX. 2005, p 11)

Las empresas del subsector se encuentran conglomeradas, en asociaciones tales como ASOFACAR (Asociación de fabricantes de calzado afines del Risaralda), ACICAM (Asociación colombiana de industriales del calzado, el cuero y sus manufacturas), entre otras entidades que apoyan la cadena; otras entidades que apoyan el subsector son el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, el Ministerio de la Protección Social, el SENA, y gremios como COESA (consultores en Organizaciones Empresariales), COOPICUR (cooperativa Integral de Curtidores), ANDI (asociación Nacional de empresarios de Colombia) y Cámara del cuero.

Por su parte el DANE (2008) afirma que, la actividad comercializadora en el Área Metropolitana Centro Occidente (AMCO) y más específicamente en la ciudad de Pereira, incrementó su participación en el año 2008, pasando del 18.8% al 21.6%, en la generación del PIB municipal convirtiéndose, de esta manera en un impulsador del crecimiento. De igual forma, se puede decir que, después de la construcción, el comercio es la segunda actividad individual con mayor representatividad en la generación del PIB del AMCO; en el período reciente su participación en el PIB metropolitano es del 15.8% y su crecimiento promedio anual es del 3.0%, tasa levemente inferior al promedio total de la economía. En términos de empleo, la actividad comercial en promedio da origen al 32% del empleo total; por lo que se constituye en la principal fuente de trabajo a nivel local, superando en este tema a las actividades de servicios. Adicionalmente, este sector tiene una característica especial como receptor de población cesante de otras actividades económicas y es sumamente importante para las finanzas del municipio, ya que en el 2008 generó el 57% de los ingresos por concepto de impuesto de industria y comercio.

Referente a las utilidades, la finalidad de los negocios privados es maximizar la riqueza de sus propietarios que se logra a través de obtener un flujo continuo y creciente de estas en el tiempo y que si bien se requieren para crecer lo que se traduce en la posibilidad de incrementarlas a futuro, los dueños y/o socios demandan que con cierta periodicidad parte de estas utilidades se reciban como dividendos o reparto de las mismas y como reconocimiento del capital invertido en el negocio.

Adicionalmente y según el recuento de población y establecimientos (DANE, 2008) el número de establecimientos comerciales en el Área Metropolitana es de 13.337, de los cuales el 46.5% se ocupa de la venta de calzado en la ciudad. Así pues, es importante determinar dentro de estas pequeñas empresas comercializadoras de calzado, cuáles son las políticas y los criterios que tienen en cuenta al momento de repartir sus utilidades.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA: ¿Cuáles fueron los criterios aplicados por las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de Pereira en el reparto de utilidades para el periodo 2006-2010?

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- **DELIMITACIONES DE ESPACIO O TERRITORIO:** Este trabajo se centra en la zona geográfica de la ciudad de Pereira capital del departamento de Risaralda.
- **DELIMITACIONES DE TIEMPO:** La investigación se desarrolló en el transcurso del año 2011.
- **DELIMITACIONES DE POBLACIÓN:** La población que se tuvo en cuenta para el desarrollo de la presente investigación, fueron las pequeñas empresas del subsector comercializador de calzado ubicadas en la ciudad de Pereira. Dichas empresas se clasifican según la Ley 509 del 2004, como aquellas que tienen menos de 49 empleados de planta y menos de \$2.575.000.000 en activos totales.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL: Determinar los criterios aplicados por las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de Pereira en el reparto de utilidades para el periodo 2006-2010

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer el uso que le dieron las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira a las utilidades en los años comprendidos entre el 2006 y el 2010
- Identificar los criterios de repartición de utilidades que usaron las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira en los años comprendidos entre el 2006 y el 2010
- Establecer la proporción promedio y la programación de entrega del reparto de utilidades en las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira

JUSTIFICACIÓN

La importancia de estudiar los fenómenos locales posee varias connotaciones en el sentido que, de un lado permite identificar los factores determinantes del crecimiento por actividades económicas en su dinámica, evolución y estructura; así como también permite visualizar las características diferenciadoras del municipio de Pereira en comparación con las demás ciudades del país, y por supuesto, estas diferencias se evidencian en la generación de bienes y servicios y el importante flujo comercial que se percibe actualmente.

De igual forma, la investigación de trabajo de grado se realiza con el propósito de que los estudiantes desde VIII semestre de Administración de Empresas desarrollen interés por diversos temas de importancia para la localidad y para la comunidad académica. Así mismo, la Universidad Católica de Pereira busca consolidar una cultura investigativa que le permita ser factor de desarrollo, siendo la universidad que más conoce de la problemática de la región. Por lo tanto, el desarrollo de este proyecto cumple con este propósito.

Además, el proyecto brinda la oportunidad a los estudiantes de acercarse y conocer la dinámica del mercado para así tener un aprendizaje más objetivo sobre la realidad de las organizaciones y la diferencia que existe con la teoría. Adicionalmente, este trabajo es importante académicamente, ya que busca indagar que tanto conocen los empresarios de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado el concepto y la aplicación teórica del reparto de utilidades o si por el contrario utilizan otros procedimientos que no se encuentran respaldados por la teoría. Así mismo, se pretende conocer los criterios que utilizan dichos empresarios al momento de determinar la proporción a repartir de utilidades, sin que afecte la liquidez ni el crecimiento de la empresa.

Por último, el trabajo reviste importancia para los investigadores que a futuro deseen abordar alguno de los temas tratados, tales como las generalidades del subsector calzado, la comercialización de calzado en la ciudad de Pereira y los criterios y políticas que tienen en cuenta dichos empresarios al decidir repartir parte de sus utilidades entre los dueños de la misma.

MARCO DE REFERENCIA

MARCO TEÓRICO

Según García (1995, p 12), las decisiones que se pueden tomar en el aspecto financiero y administrativo dentro de una organización son: de Inversión, financiación y pago de dividendos. En primer lugar, se encuentra la decisión de inversión, que hace referencia a aquellas decisiones que se relacionan y afectan principalmente el lado izquierdo del balance general de la empresa, es decir, de los activos.

Esta categoría de decisiones sobresale como la más importante en la determinación del tamaño de la empresa, es decir, del volumen total de activos que se requieren para mantener una operación sin tropiezos que, igualmente, sea rentable. Así pues, el tamaño de la empresa depende de factores tales como, el volumen de ventas, el número de trabajadores, el monto de las utilidades, entre otros.

Por su parte, la decisión de financiación hace énfasis en la consecución adecuada de los fondos para la adquisición de los diferentes activos que se requieren en la operación del negocio. Afectan el lado derecho del balance, es decir, los pasivos y el patrimonio. La decisión de más trascendencia en lo que a financiación se refiere es la determinación de la estructura financiera de la empresa, que se define como la proporción que se utiliza entre pasivo y patrimonio, para financiar los activos.

Esta decisión también es relevante para la vida de la empresa por el efecto directo que tiene sobre dos aspectos igualmente importantes: las utilidades y el costo del capital. Afectan las utilidades, ya que mientras mayor sea la proporción de la deuda con

respecto al patrimonio, mayor será también la cantidad de intereses que deben pagarse y por lo tanto, habrá una mayor presión sobre la utilidad operativa en la medida en que deberá generarse un volumen mayor de estas utilidades para atender el pago de dichos intereses en aumento. Igualmente, la estructura financiera de la empresa afecta su costo de capital, elemento conceptual de gran importancia en la toma de decisiones financieras, que se definen como el costo promedio ponderado de las diferentes fuentes que la empresa utiliza para financiar sus activos.

Según Weston, J & Brigham, E. (1995), al tomar decisiones acerca del lugar y de la forma en la que deben obtenerse fondos a largo plazo, existe una importante diferencia entre las fuentes privadas y los mercados públicos. El financiamiento privado representa los fondos obtenidos directamente de uno o de algunos individuos o instituciones financieras, como bancos, compañías de seguros o fondos de pensión. Por su parte, el financiamiento público se vale de banqueros e inversionistas, para vender valores a un alto número de inversionistas.

Dos de las principales formas de financiamiento directo a largo plazo son los préstamos a plazos que realizan los bancos comerciales y las compañías de seguro, y los convenios privados con valores que también realizan las compañías de seguro y los fondos de pensión. Los préstamos a plazo, son préstamos comerciales directos con vencimiento mayor de un año pero menor de quince años.

Por último, se encuentra la decisión de pago de dividendos o de reparto de utilidades, que según García (1995), hace referencia a la proporción de las utilidades que se repartirán, lo cual depende de los compromisos que la empresa tenga las utilidades, ya que si tiene muchos compromisos de pasivos y a la vez requieren fondos para financiar nuevos proyectos, la proporción a repartir deberá ser menor que si no los tuviera.

De igual forma, la estabilidad en el reparto de utilidades es una decisión importante sobre todo en las grandes sociedades anónimas o en aquellas en las que se encuentra un gran número de socios. Además, es claro que no todos los inversionistas poseen la misma expectativa al momento de realizar una inversión, y aquellos que lo hacen motivados por la liquidez esperarán que se les garantice un dividendo estable; ya que si en un momento determinado la asamblea de accionistas o de socios, deciden no repartir dividendos, disminuirlos, o no aumentarlo, éstos preferirán vender sus acciones para invertir su dinero en algo que les de mayor retribución en efectivo. Esto aumenta la oferta de acciones y puede disminuir su valor de mercado.

Se puede decir además que hasta hace unos años la decisión de reparto de utilidades se tomaba con base a la información proporcionada por el estado de resultados; y esto en cierta forma era razonable, ya que las condiciones inflacionarias, tecnológicas y del mercado en general, no eran tan apremiantes para las empresas como en la época actual. En la actualidad, la mayoría de las empresas son sometidas a un fuerte grado de competencia tanto nacional como internacional, a toda clase de presiones económicas, a una permanente incertidumbre con respecto a sus posibilidades de generar utilidades y flujos de efectivo abundantes, por lo tanto, hoy en día es cada vez mayor la dificultad para fijar políticas adecuadas de dividendos.

Esto ha hecho que el estado de resultados ya no sea la única herramienta para decidir, aunque sigue siendo importante, ya que se debe considerar el monto de las utilidades reflejado en este estado financiero. De igual forma, se debe tener en cuenta el análisis de la forma como las utilidades han quedado invertidas en las diferentes cuentas del activo, es decir, debe identificarse donde están esas utilidades, pregunta que resuelve el estado de fuentes y aplicaciones de fondo – EFAF. Así mismo, se debe conocer dónde quedaron las utilidades, ya que como pudieron ser destinadas para cancelar pasivos, pudieron ser utilizadas también para convertirse en efectivo, o pudieron ser destinadas al reparto de dividendos. Adicionalmente, se requiere elaborar un

presupuesto de efectivo, que permita a la dirección de la empresa analizar la posibilidad de repartir dividendos, y el análisis hará que los riesgos implícitos en la toma de decisiones, se disminuyan. Por lo tanto, el presupuesto de efectivo, es una herramienta especialmente útil en la planeación y control de las operaciones de la empresa y como apoyo para la toma de decisiones de inversión, financiación y pago de dividendos.

Por su parte, Weston, J. & Brigham, E. (1995) afirman que, los factores que determinan la medida en la cual la empresa pagará dividendos en lugar de retener las utilidades, dependen principalmente de las disposiciones legales, que estipulan que los dividendos deben pagarse a partir de las utilidades, ya sean de las obtenidas del año en curso o de las correspondientes a años anteriores, según se refleja en la cuenta del balance general denominada utilidades retenidas. Por lo tanto, las reglas y las disposiciones legales son significativas, ya que proporcionan una estructura dentro de la cual pueden formularse las políticas de dividendos.

Las estipulaciones legales manifiestan la importancia de tres reglas; la regla de la utilidad neta, la regla del deterioro del capital y finalmente la regla de insolvencia. La regla de la utilidad neta estipula que los dividendos pueden pagarse a partir de las utilidades actuales y anteriores. Por su parte, la regla del deterioro del capital protege a los acreedores al prohibir el pago de dividendos a partir del capital; el pago de dividendos a partir del capital equivaldría a distribuir entre los accionistas la inversión de una compañía y no sus utilidades. Por último, la regla de insolvencia estipula que las corporaciones no pueden pagar dividendos si se encuentran en estado de insolvencia, este estado se denomina como la situación en que los pasivos exceden a los activos, y el pago de dividendo bajo tales condiciones significaría que se está entregando a los accionistas fondos que legalmente pertenecen a los acreedores.

Así mismo, Ross, S & Westerfield, R & Jaffe, J. (2005) afirman que, un rasgo que distingue a las empresas es que pueden emitir acciones y están autorizadas por la ley a pagar dividendos a los tenedores de dichas acciones. Los dividendos que se pagan a los accionistas representan un rendimiento sobre el capital que los accionistas aportan de manera directa o indirecta a la empresa. Por lo tanto, el pago de dividendos es una cuestión que queda a juicio de la junta de directores. Algunas características importantes de la política de pago de dividendos son: 1) Un dividendo no es una obligación de una empresa, a menos que sea declarado como tal por la junta directiva. El monto de los dividendos constituye una decisión basada en el criterio financiero que posee la junta directiva. 2) El pago de dividendos que hace la corporación no es un gasto de negocios. Para propósitos fiscales de la empresa, los dividendos no son deducibles. Por lo tanto, los dividendos son pagados con las ganancias después de impuestos. 3) Los dividendos que cada inversionista recibe es considerado en su mayoría como un ingreso ordinario y por tal motivo son totalmente gravables. Sin embargo, las empresas que poseen acciones de otras empresas tienen permitido excluir el 70% de los montos recibidos como dividendos, es decir, solo se les cobra impuestos sobre el 30% restante.

De igual manera, Weston, J. & Brigham, E. (1995) afirman que existen dos escuelas básicas de pensamiento acerca de política de dividendos, una de estas asociada a Myron Gordon y John Lintner quienes argumentan que las ganancias de capital que provendrían de la retención de utilidades son más arriesgadas que las expectativas de dividendos. De acuerdo con esto, tales investigadores indican que las ganancias de una empresa con un índice bajo de dividendos se capitaliza por lo general a tasas mayores que las utilidades de una empresa con índices altos de dividendos.

La otra escuela relacionada con Merton Miller y Franco Modigliani afirma que los inversionistas son básicamente indiferentes a los rendimientos obtenidos como dividendos o como ganancias de capital. Cuando las empresas aumentan o disminuyen

sus dividendos en consecuencia los precios de sus acciones tienden a aumentar o disminuir en forma similar. Así mismo, cualquier efecto que tenga un cambio en los dividendos sobre el precio de las acciones de una empresa se relaciona principalmente con la información acerca de las ganancias futuras esperadas proporcionada por un cambio en los dividendos. Por lo tanto, los aumentos en efectivo de los dividendos aumentan las expectativas sobre el nivel de ganancias futuras, las cuales tienen un contenido de información favorable.

Desde otra perspectiva, Van (1976) afirma que las decisiones sobre dividendos comprende la planeación del porcentaje de las utilidades que se pagarán a los accionistas como dividendos en efectivo y como dividendos en acciones, de la estabilidad de los dividendos a través del tiempo, y el rescate o recompra de acciones. La proporción de dividendos pagados en efectivo (Coeficiente de dividendos/Utilidades), determina el volumen de las utilidades retenidas y debe evaluarse de acuerdo al objetivo de maximizar la riqueza del accionista. Si los inversores no son indiferentes a la alternativa entre dividendos y ganancias de capital, entonces debe existir un óptimo coeficiente de dividendos sobre la utilidad, que maximice la riqueza del accionista. El valor de los dividendos para el accionista debe equilibrarse con la utilidad suspendida para la empresa, derivado de no haber retenido las correspondientes utilidades, empleándolas como medio de financiación propia. Por lo tanto, es visible la relación que existe entre las decisiones sobre dividendos y las de financiación.

De igual manera, la relación entre el total de ganancias y la suma distribuida como dividendo a la que se le denomina, coeficiente de distribución de dividendos, determina el monto de las ganancias que se retienen en la empresa y afecta el monto total del financiamiento externo. En consecuencia, debe ser analizado en relación con la decisión de financiación, ya que si el valor de la empresa dependiera en alguna medida de su coeficiente de pago de dividendo, la política a seguir afectará el costo de financiamiento de la empresa. Por lo tanto, la política de dividendos debe ser evaluada

en relación con el objetivo de la empresa que se basa en maximizar el valor de la misma para sus accionistas y/o inversionistas.

Así mismo Van (1976) argumenta que cuando se trata a la política de dividendos estrictamente como una decisión financiera, el pago de dividendos constituye un pasivo residual. La cantidad de dividendos pagados fluctuará de un periodo a otro de acuerdo con la variación en el volumen de oportunidades aceptables de inversión de las cuales disponga la empresa. Como ejemplo de la consideración de la política de dividendos como una decisión financiera y determinada únicamente por la rentabilidad de las oportunidades de inversión disponibles, se relacionará la formula de Walter, que es uno de los primeros modelos de valuación en función de los dividendos; algunos modelos más recientes se inspiran en él. Dicha fórmula es la siguiente:

Donde:

P= Precio del mercado de la acción

D= Dividendos por acción

u= Ganancias por acción

r= Rendimiento de la inversión

p= Tasa de capitalización de mercado

$$P = \frac{D + r/p (u - D)}{p}$$

La formula de Walter implica que la óptima política de pago de dividendos sería determinada solamente por la rentabilidad de las posibles inversiones. Si la empresa dispone de abundancia de inversiones provechosas, no debería pagar dividendos en efectivo, ya que las ganancias serían necesarias para financiar dichas oportunidades. Por otro lado, si la empresa no tuviera oportunidades lucrativas de inversión, todas las

ganancias deberían ser distribuidas a los accionistas en forma de dividendos, puesto que, en este caso no se requieren de fondos para financiamiento.

Por su parte, Menéndez & Guerrero (1994) afirman que el tratamiento de la política de dividendos como un derivado de la disponibilidad de proyectos de inversión aceptables, implican que los dividendos carecen de importancia y que el inversionista es indiferente entre dividendos y ganancias de capital. Por lo que si las oportunidades de inversión prometieran un rendimiento mayor sobre la parte financiada con capital propio que el rendimiento requerido, el inversor debería preferir que la empresa retuviera las ganancias. Si el rendimiento fuera igual que el requerido por el mercado, sería indiferente entre retención o pago de dividendos, y a su vez si el rendimiento de las inversiones fuese menor que la tasa de rendimiento requerida, preferiría cobrar dividendos. Suponiendo que la empresa puede ganar sobre sus proyectos más que la tasa de rendimiento requerida, los inversionistas estarían completamente dispuestos a permitir que la empresa retenga tanta ganancia como necesite para financiar sus inversiones.

La más completa argumentación a favor de la irrelevancia de la política de dividendos fue diseñada por Digliani y Miller; estos autores afirman que, dada la decisión de inversión de la empresa, la distribución de dividendos es solo un detalle que no afecta la riqueza de los inversionistas. Además sostienen que el valor de la empresa es determinado solamente por la capacidad de ganancia de sus activos, es decir, por su política de inversiones y que la forma en que se repartan las ganancias entre dividendos y utilidades retenidas no afecta dicho valor.

Por último, Van (1976) afirma que una de las formas en que una empresa puede aumentar sus distribuciones en efectivo, en periodos de prosperidad, es el que declara un dividendo extraordinario, aparte de sus dividendos regulares, trimestrales o

semestrales. Declarando un dividendo extraordinario, la empresa trata de prevenir a sus inversionistas de que no deben suponer que ese dividendo representa un aumento en la tasa de distribución establecida anteriormente. La declaración de dividendos extraordinarios es particularmente aconsejable en el caso de las empresas cuyas ganancias son más variables. El pago de dividendos extraordinarios se debe aplicar solamente cuando las ganancias son más altas de lo usual, evitando que los inversionistas se engañen, suponiendo que los mayores dividendos se mantendrán en periodos futuros. Sin embargo, una empresa no puede pagar constantemente dividendos extraordinarios sin producir la impresión en el mercado de una cierta permanencia. Tan pronto como un cierto nivel de dividendos se hace recurrente, los inversionistas comienzan a esperar ese nivel, independientemente de su división en regulares o extraordinarios.

MARCO CONTEXTUAL

Antecedentes

Sobre los temas que se pretende abordar en el presente trabajo, se han realizado investigaciones con anterioridad sobre el subsector del calzado en la región. Un ejemplo de esto es la investigación elaborada por la Universidad Tecnológica de Pereira con el apoyo de ASOFACAR en el año 2006 denominada “El sector de calzado del área metropolitana centro occidente: Rumbo a la productividad y competitividad con ingenio e innovación”.

El objetivo de la investigación consistía principalmente en determinar los aspectos organizacionales y las disposiciones gerenciales que tienen actualmente las empresas de calzado del Área Metropolitana Centro Occidente (AMCO). Así mismo para realizar dicho trabajo, se llevó a cabo una investigación de tipo descriptivo-analítica donde fueron identificados y analizados los aspectos gerenciales administrativos empleados en el sector industrial del calzado. Debido al número de empresas dedicadas a la fabricación de calzado se determinó realizar un censo con las 44 empresas obtenidas de las bases de datos de la Asociación de Fabricantes de Calzado de Risaralda (ASOFACAR), y de la Cámara de Comercio de Pereira y de Dosquebradas.

Los resultados obtenidos a través de esta investigación, se basó en la elaboración de un matriz DOFA, donde se incluyó el estudio de la industria de calzado en el AMCO. Encontraron que la debilidad más notable en las empresas de calzado es, la poca formación administrativa, lo que se manifiesta en la ausencia de una adecuada organización al interior de las mismas, de igual forma, estas empresas no cuentan con un departamento de investigación y desarrollo plenamente establecidos. Así mismo, determinaron como una de las amenazas más significativas del subsector calzado, el hecho de que la producción está sujeta al consumo por temporadas; por lo tanto se

debe planear con anterioridad el volumen de calzado a producir. De igual manera, factores como el contrabando, las importaciones y el comercio informal desempeñan un factor amenazante.

El proyecto también encontró que las oportunidades que presenta el gremio del calzado, se basa en la experiencia de los empresarios que conlleva a la alta calidad de los productos. Por último, la principal fortaleza que se encontró en el subsector, es la organización que los agrupa llamada ASOFACAR, ésta se constituye como un punto de apoyo fundamental para que los empresarios cuenten con la suficiente autonomía para dar su opinión en decisiones trascendentales en cuanto a importaciones del producto o a decisiones gubernamentales que los afecten de un modo u otro.

Otro trabajo de investigación sobre el subsector calzado en el departamento de Risaralda, fue realizado en el año 2005 por Paula Marcela López y Erika Quiceno López estudiantes de la Fundación Universitaria del Área Andina. Dicho trabajo se denominó “El sector del calzado en Risaralda: Análisis de la balanza comercial 1990-2005”.

El objetivo de la investigación consistía en identificar cómo era el comportamiento del subsector calzado en el departamento de Risaralda, observando aspectos propios de éste y relacionándolo con las importaciones, las exportaciones, la balanza de pagos, los acuerdos comerciales, la tecnología y las políticas gubernamentales, así como dar una descripción de la reseña histórica y fabricación a través del tiempo. Para la realización de dicho trabajo se llevó a cabo una investigación cuantitativa, sustentada en datos estadísticos recolectados de las principales entidades nacionales encargadas de medir este proceso como el DANE y el Banco de la República entre otras. Para determinar el análisis de la investigación y los resultados de la misma, se midieron e interpretaron los datos con un modelo matemático de econometría, calculando las probabilidades estadísticas que predicen los diversos sistemas y variables económicas.

Entre los resultados obtenidos a través de esta investigación, sobresale el resultado que se relaciona con el incremento de las importaciones de calzado hacia Colombia y al departamento de Risaralda, donde existen variaciones en la balanza comercial de la región y cambios negativos para el sector. Adicionalmente encontraron que en el año 2001 entraron al país mercancías por 428 millones de dólares, ocupando el sector del calzado el séptimo lugar en importancia. Al cierre del primer semestre de 2005 y en los últimos años, las mercancías provenientes de China pasaron del séptimo lugar al tercer lugar, importaciones sólo superadas por Estados Unidos y México, dejando atrás otros países como Venezuela y Brasil. Este proceso generaba preocupación en el sector empresarial porque no hay compensación alguna con las exportaciones colombianas.

De otro lado, se encuentra el trabajo de investigación relacionado con el tema de pago de dividendos, que fue realizado en el año de 1994 por Carlota Menéndez y Santiago Guerrero docentes de la Universidad Autónoma de Barcelona, y que fue llamado “La controversia sobre la política de dividendos: revisión y síntesis”. El objetivo general de dicha investigación fue ofrecer al lector una guía que le permitiera conocer el estado actual de la cuestión en la literatura financiera y mostrar cuales son las variables relevantes en la determinación de la política óptima de dividendos.

Para la elaboración de este trabajo, tomaron como referencia la investigación descriptiva-analítica donde se realizó una breve descripción sobre los modelos clásicos de políticas de dividendos y posteriormente se analizaron los trabajos más importantes que consideraban el papel de dicha política, concluyendo así que para la toma de decisiones sobre la política de dividendos, la empresa requiere seguir los siguientes pasos: A) Elaborar un modelo decisional que recoja la incidencia de cada imperfección del mercado. B) Determinar a qué tipo de accionistas se dirige la política de dividendos. C) Identificar los valores de cada una de las variables que intervienen en el modelo. D) Determinar la política óptima de dividendos.

Contexto

El contexto se encuentra referenciado por la historia y evolución del sector de calzado en Colombia, y más específicamente en la ciudad de Pereira. Según el C.D.E. (2009), con la especialización de oficios, el hombre aprende a curtir las pieles y con ellas ya procesadas aprende a elaborar implementos para el trabajo del campo y para la zapatería que antes era en tela. Así mismo, la industria del calzado entra al país mediante la importación de zapatos que los artesanos locales aprendieron a reparar sobre pies de hierro, y que años más tarde se empezaron a reparar con hormas importadas.

Para el caso de Colombia, dicho sector se encuentra conformado por las empresas que fabrican, importan, comercializan y exportan los diferentes tipos de calzado, “entre los cuales se destaca el calzado deportivo, con una participación cercana al 40% del total de la producción nacional, seguido de botas para dama, calzado casual para hombre y dama, zapatillas sintéticas y calzado para niño” (Fundación Universitaria del Área Andina. 2005, p 41).

Así mismo, en Colombia existe un gran número de unidades productoras de artículos de cuero particularmente de calzado; “se calcula que más del 95% de ellos son microempresas, en su mayoría fabricantes de calzado deportivo, botas y zapato casual, zapato y zapatilla sintética para dama. Sin embargo, la participación de la microempresa, a pesar de representar el 95% en número de productores; en la producción bruta del sector no supera el 30% y ha cedido aproximadamente 10 puntos en los últimos años” (ICEX, 2005, p 8).

Por otro lado, la demanda de calzado en Colombia, al igual que en el resto del mundo está fuertemente influenciada por las tendencias de la moda y el precio. En general el calzado para dama es más demandado que el calzado para caballero. “Además de estas dos categorías tradicionales de consumo, la demanda por calzado industrial, constituye un nicho de consumo bastante atractivo, con un margen de utilidad superior, aunque se debe contar con una capacidad de producción que permita adaptarse a los requerimientos técnicos de las empresas demandantes” (ICEX, 2005, p 10).

Por su parte, la creciente venta a mercados externos de los insumos relacionados con el cuero y los bajos precios de materiales sintéticos y textiles, han ocasionado un alto índice de sustitución, acentuado por la gran aceptación que gozan estos materiales en el consumidor final. Según el ICEX (2005), otras materias primas utilizadas en el proceso productivo son, caucho, papel, cartón y plásticos. Por lo tanto, la mayor producción y comercialización de calzado colombiano se concentra en el segmento de calzado popular, caracterizado por una calidad media, de rápida respuesta a los requerimientos de la demanda y bajos precios, seguido por un perfil medio de consumidor para quienes el precio aunque sigue siendo un determinante para la decisión de compra, el diseño y confort también juegan un papel definitivo; de igual forma, se encuentra el perfil alto de consumidor, para quienes la calidad en los materiales y terminados es su mayor preocupación y el precio no influye fuertemente en su decisión de compra.

En cuanto al clúster productivo y comercial del sector calzado en el país, se puede afirmar que “del total de las 2.400 empresas dedicadas a la fabricación de calzado, registradas ante las Cámaras de Comercio del país, el 28% se encuentra en Bogotá, el 19% en Bucaramanga, otro 12% en la ciudad de Cali, un 10% en Cúcuta, el 8% en Medellín, el 3% en Barranquilla, otro 3% en Pereira, y el 17% restante se encuentra distribuido en más de 80 ciudades y municipios en todo el país” (Fundación Universitaria del Área Andina. 2005, p 49). En las ciudades de menor escala, las

cadena de distribución son muy cortas, ya que las microempresas del subsector, suelen tener su propio punto de venta y sus propias líneas de distribución local; solo las empresas medianas y grandes cuentan con líneas de distribución nacional y puntos de ventas propios en las principales ciudades del país.

Según el ICEX (2005), el subsector se caracteriza por una fuerte competencia entre productores nacionales agravada por las importaciones y por los altos volúmenes de contrabando que en su mayoría son procedentes de Panamá y China, ambos estimulados por la reevaluación de la moneda. Por su parte, las tasas de apertura exportadora en el sector son muy bajas en relación a los demás eslabones de la cadena, lo que refleja una escasa vocación exportadora del sector, en relación a los demás eslabones de la cadena. Además, el calzado de caucho ó plástico y calzado de textiles, muestran una tasa de penetración de importaciones del 70%, lo que refleja una fuerte incursión de los productos extranjeros en el mercado nacional.

Ahora bien, en la economía risaraldense sobresalen, por su número y peso específico, “las pequeñas y medianas empresas, dentro de las cuales se destacan, además de las confecciones y los alimentos, los cueros y sus productos, la fabricación de productos de vidrio, las editoriales y con una importante dinámica, la producción y comercialización de calzado. Sin embargo, la proporción de PIB generado por éstas micro y pequeñas empresas, es relativamente bajo con un porcentaje del 2.8% para el año 2.003, pero que a su vez manifiesta un breve ascenso en los últimos años”. (CIR. 2005, p 21). Situación contraria ha vivido la mediana y la gran industria que en medio de un comportamiento irregular durante el período, ha perdido importancia en el contexto de la industria y la economía local, ya que se ha iniciado un proceso de desindustrialización debido al cierre de varias plantas importantes, algunas de las cuales se han desplazado hacia otras regiones del país por factores de competitividad relacionados con el acceso a insumos y/o mercados, entre otros.

Según el CIR (2005), la actividad comercializadora es considerada como el proceso consistente en la compra y venta de bienes, ya sea para uso, para su venta o para su transformación. Así mismo, el comerciante es la persona natural o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. Por lo tanto, el comercio de los productos fabricados en la ciudad de Pereira, posee mayor representatividad en la generación del PIB de la región, ya que, en el período reciente, su participación en el PIB metropolitano es del 15.8% y su crecimiento promedio anual es del 3.0%, tasa levemente inferior al promedio total de la economía. En términos de empleo, la actividad comercial en promedio da origen al 32% del empleo total; por lo que se constituye en la principal fuente de trabajo a nivel local, superando en este tema a las actividades de servicios. Adicionalmente este sector tiene una característica especial como receptor de población cesante de otras actividades económicas.

A partir del análisis del subsector de calzado en la ciudad de Pereira, ASOFACAR (2006) informa que las empresas de calzado argumentan estar en un constante crecimiento y conocer sus competidores regionales, pero desafortunadamente no cuentan con un área comercial establecida, además no han elaborado un plan de mercadeo y en muy pocas oportunidades se han hecho alianzas o acuerdos con otros entes involucrados en el proceso, por lo tanto el área comercial se encuentra en un estado intermedio, al igual que el área financiera ya que aunque los empresarios conocen sus estados financieros con los cuales toman decisiones, existen problemas que dificultan cumplir con sus obligaciones, debido a la poca organización que existe en las empresas para prever posibles inconvenientes.

Por su parte, el área de gestión humana y el área tecnológica se encuentran en un punto crítico ya que en el tema tecnológico no se han definido los objetivos, metas o resultados, que proyecten a la empresa hacia un futuro, además la maquinaria se

encuentra en un punto donde ya ha cumplido con su vida útil; en cuanto a la gestión humana, los empresarios muy poco se preocupan por el estado de sus colaboradores, esto debido a que en ocasiones ni siquiera cuentan con el plan obligatorio de salud.

MARCO CONCEPTUAL

- **ACREEDOR:** Es aquella persona natural o jurídica legítimamente facultada para exigir el pago o cumplimiento de una obligación contraída por dos partes con anterioridad. Es decir, que a pesar de que una de las partes se quede sin medios para cumplir con su obligación, ésta persiste. Por ejemplo, en caso de la quiebra de una empresa sus acreedores mantienen la facultad de requerir el cumplimiento de dicha obligación.
- **ACTIVOS:** Son todos los bienes que su empresa posee
- **COSTO DE CAPITAL:** Es el rendimiento requerido sobre los distintos tipos de financiamiento. Este costo puede ser explícito o implícito y ser expresado como el costo de oportunidad para una alternativa equivalente de inversión.
- **CURTIEMBRE:** El curtido es el proceso de sometimiento de la piel a acciones físico– químicas para convertirla en un material duradero. Esta parte del proceso de producción comprende tres fases: la ribera, el curtido, el teñido y el acabado.
- **DECISION DE FINANCIACIÓN:** Financiación hace énfasis a la consecución adecuada de los fondos para la adquisición de los diferentes activos que se requieren en la operación del negocio. Afectan el lado derecho del balance, es decir, los pasivos y el patrimonio. La decisión de más trascendencia en lo que a financiación se refiere es la determinación de la estructura financiera de la empresa, que se define como la proporción que se utiliza entre pasivo y patrimonio, para financiar los activos.

- **DECISIÓN DE INVERSIÓN:** Hace referencia a aquellas decisiones que se relacionan y afectan principalmente el lado izquierdo del balance general de la empresa, es decir, de los activos.
- **DECISIÓN DE PAGO DE DIVIDENDOS:** Hace referencia a la proporción de la utilidades que se repartirán, lo cual depende de los comprometidas que la empresa tenga las utilidades, ya que si tiene muchos compromisos de pasivos y a la vez requieren fondos para financiar nuevos proyectos, la proporción a repartir deberá ser menor que si no los tuviera.
- **DECISIONES FINANCIERAS:** Establecen las reglas para que las decisiones tomadas por los directivos sean óptimas para la consecución del objetivo fijado por la empresa, de maximizar su valor a través del tiempo.
- **EFAF:** Es un estado financiero que muestra de dónde provino o cuales fueron las fuentes de recursos o fondos a las que la administración recurrió durante un periodo determinado, y la forma como estos recursos fueron utilizados o aplicados en las diferentes áreas de operación del negocio.
- **ESTRUCTURA FINANCIERA:** Proporción que se utiliza entre pasivo y patrimonio, para financiar los activos.
- **GRUPOS DE INTERES:** está constituido por personas, organizadas o no, que tienen un interés en la empresa, que pueden demandar algo de ella, o que pueden verse afectados por sus actos u omisiones. En muchas ocasiones un Grupo de Interés está representado por organizaciones, por ejemplo, los consumidores pueden estar representados por una liga de clientes, una comunidad por la junta de acción comunal o los proveedores por el gremio que los agrupa.

- **INSOLVENCIA:** Incapacidad de cumplir determinadas obligaciones en la fecha de vencimiento. Aun cuando los activos totales de una empresa puedan ser superiores a sus pasivos totales, se dice que una empresa es insolvente si sus activos son de tal naturaleza, que no puedan convertirse rápidamente en efectivo para hacer frente a sus obligaciones normales de pago al momento de su vencimiento.

- **INTERÉS:** Es un índice utilizado en economía y finanzas para registrar la rentabilidad de un ahorro o el costo de un crédito.

- **INVERSIONES:** Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.

- **JUNTA DIRECTIVA:** Es el órgano Directivo y administrativo de la empresa, que está conformada por un representante de cada grado o departamento.

- **MARROQUINERÍA Y TALABARTERÍA:** De esta parte del proceso productivo se obtienen las manufacturas de cuero y prendas de vestir de este material. Se compone de cinco pasos básicamente: diseño, modelo, cortado, guarnecido, terminado y empaque.

- **PASIVOS:** Son las deudas que obtiene la empresa durante la actividad.

- **PATRIMONIO:** Corresponde a su capital como dueño de la empresa y resulta de la diferencia de los activos menos los pasivos.

- **PRESUPUESTO DE EFECTIVO:** Se puede definir como, la planeación del movimiento del efectivo de la empresa, o dicho de otra forma, como el proceso de estimar todas las entradas y salidas de efectivo para un periodo futuro determinado.
- **PRODUCCIÓN CUERO CRUDO:** La obtención del cuero crudo se da después del sacrificio de los animales. Para la producción de la curtiembre, la principal materia prima es la piel cruda de origen bovino.
- **REGLA DE LA UTILIDAD NETA:** Estipula que los dividendos pueden pagarse a partir de las utilidades actuales y anteriores.
- **REGLA DEL DETERIORO DEL CAPITAL:** Protege a los acreedores al prohibir el pago de dividendos a partir del capital.
- **RELOCALIZACIÓN:** Hace referencia a todo traslado que supere los 6 meses de radicación en otro país y que implique la instalación de la plantas físicas de operación
- **RENTABILIDAD:** En la economía, la rentabilidad financiera es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio.
- **SUBSECTOR CALZADO:** El subsector calzado está conformado por las empresas que fabrican, importan, comercializan y exportan los diferentes tipos de calzado, entre los que se destaca el calzado deportivo, las botas para dama, el calzado casual para hombre y el calzado para niño.

- **UTILIDADES RETENIDAS:** Son los beneficios no distribuidos a los accionistas de una empresa en un período determinado. Generalmente se retienen utilidades con el objeto de expandir la adquisición de bienes de capital.

- **VALOR AGREGADO:** Es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio, con el fin de darle un mayor valor comercial, generalmente se trata de una característica o servicio poco común, o poco usado por los competidores, y que le da al negocio o empresa, cierta diferenciación.

METODOLOGÍA

- **DEFINICIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos en este trabajo, se utilizó el tipo de investigación cualitativa-descriptiva, ya que se realizó principalmente con una base teórica, seguida de una implementación de métodos para la recolección de datos.
- **DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN:** La población que se tuvo en cuenta para la realización de esta investigación fueron las pequeñas empresas del subsector comercializador de calzado de la ciudad de Pereira. Según la Ley 509 del 2004, las pequeñas empresas se definen como aquellas que poseen menos de 49 empleados de planta y con menos de \$2.575.000.000 en activos totales.
- **DETERMINACION DE LA MUESTRA:** De acuerdo con la base de datos de la Cámara de comercio de Pereira, las empresas que cumplen esta clasificación suma un total de 214 organizaciones (Ver Anexo N° 1), de las cuales se calculó la muestra, a través de un muestreo probabilístico simple que según Kinneer T, & Taylor, J, (1999), “este tipo de muestreo consiste en seleccionar una muestra aleatoria de tamaño n de una población de tamaño N, para este caso cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado o lo que es lo mismo cada muestra de tamaño n tiene la misma probabilidad, por lo que sugieren la siguiente formula estadística para el cálculo de la muestra:

$$n: \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

Donde: N: Tamaño de la población
 Z: Nivel de confianza
 p: Proporción esperada
 q: 1- p
 d: Precisión del muestreo

Para este caso: N: 214

Z: 1.75

p: 0.05

q: 1-p

$$\text{Entonces: } n = \frac{214 \cdot (1,75^2) \cdot 0,25}{213 \cdot (0,05^2) + (1,75^2 \cdot 0,25)}$$

$$\text{Por lo tanto: } n = \frac{163,84375}{1,2981} = 126 \text{ encuestas a aplicar}$$

Dado que el universo poblacional es de 126 unidades, no es posible tomar todas las unidades para el análisis, ya que las empresas no permiten la realización de un muestreo probabilístico, además, el tiempo y los recursos se presentan como una limitante para realización de este número de encuestas. Por lo tanto, se realizó una muestra por conveniencia, ya que “en este caso los elementos se seleccionan sólo porque son accesibles o son fáciles de medir en cierto modo” (Kinneer T, & Taylor, J, 1999). En este orden de ideas las 10 empresas seleccionadas fueron las presentadas en el Apéndice A, donde se relaciona las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira con la decisión de reparto de utilidades.

- **FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:** Las fuentes de información utilizadas fueron tanto de tipo primarias como secundarias. La fuente de información primaria, se basó en la recopilación de datos, por medio de encuestas aplicadas a los administrativos de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado en la ciudad de Pereira y la fuente secundaria hizo referencia a la sustentación teórica referida en el presente trabajo de investigación, usando libros, revistas, paginas en internet, entre otras herramientas, buscando así el mayor número de aportes al tema de investigación.

- **TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:** La información se recolectó por medio de encuestas y cuestionarios que se le aplicaron a los administrativos de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira.

- **PROCESO EN LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN:** La investigación se inició con una revisión documental basada en autores, aplicando definiciones, teorías y criterios para su desarrollo. Para la solución de los objetivos específicos que permitieron el avance hacia el objetivo general, se utilizó el instrumento de la encuesta para la recolección de información y medición de variables denominada como investigación cuantitativa, y a la vez se utilizó la investigación cualitativa que permitió conocer las opiniones de las personas encuestadas y en el proceso se pudo describir teorías a partir de los datos obtenidos.

- **VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:** Antes de aplicar la encuesta definitiva a los empresarios de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira, se elaboró una prueba piloto a dos de estas empresas, y su resultado permitió determinar cuáles eran las preguntas realmente relevantes para mejorar posteriormente el diseño definitivo de la encuesta.

TRABAJO DE CAMPO

Para continuar con el proceso investigativo, y abarcando lo expuesto en el área metodológica, el trabajo de campo se empezó a realizar definiendo el número total de las pequeñas empresas que constituyen el subsector comercializador de calzado en la ciudad de Pereira, se adquirieron de la base de datos en la cámara de comercio del municipio, y se encontró que había en total 214 empresas. (Anexo 1).

Posteriormente se realizó el muestreo por conveniencia quedando seleccionadas las empresas de la tabla relacionada en el Apéndice A: “Empresas del subsector comercializador de calzado de la ciudad de Pereira seleccionadas para la muestra”. Seguidamente, se diseñó el instrumento, es decir el cuestionario (Ver Apéndice B. Cuestionario-encuesta) para lo cual se definieron los objetivos de medición y del cuestionario en general, como las variables a tener en cuenta en éste. Posterior al diseño se pasó a la validación del instrumento la cual permitió que éste sea confiable, ya que permite medir realmente los rasgos que se intentan estimar.

Con el instrumento validado, se pasó a contactar al responsable de la toma de decisión del reparto de utilidades de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira pertenecientes a la muestra, definiendo así las citas y su posterior aplicación.

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

1. Identificación de la empresa: Nivel de estudio que posee el encuestado.

Nivel de estudios	% Distribución
Profesional	50%
Tecnólogo	0%
Técnico	50%
TOTAL	100%

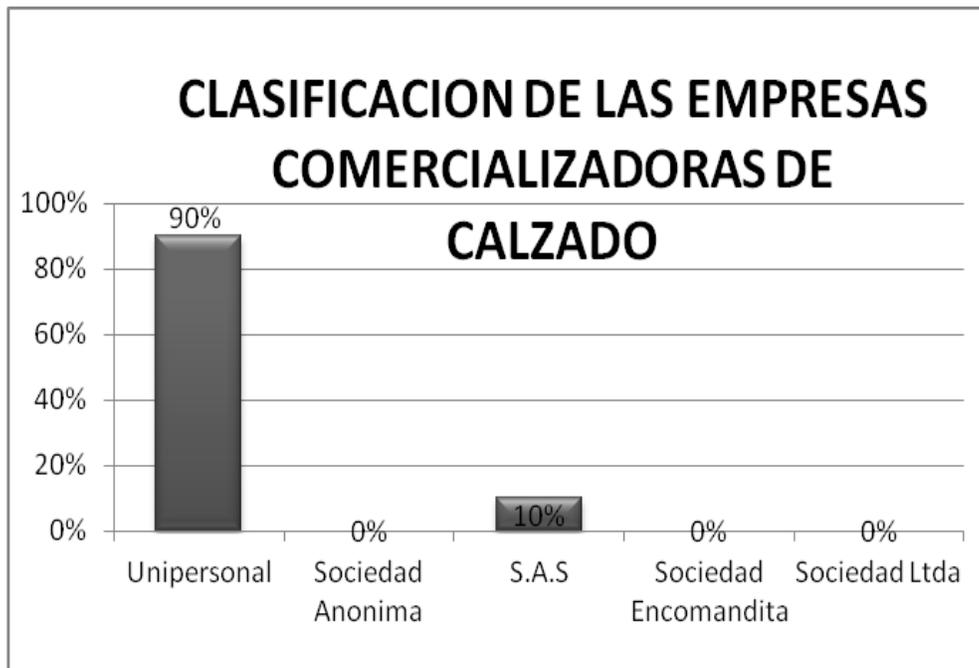


Las empresas encuestadas, el 100% de las empresas encuestadas, en el 50%, las personas encuestadas poseen un nivel de estudio profesional y el otro 50% posee un nivel de estudio técnico.

2. Encuesta:

Pregunta 1. La empresa se encuentra clasificada como:

Clasificación - empresa	%Distribución
Unipersonal	90%
Sociedad Anónima	0%
S.A.S	10%
Sociedad En comandita	0%
Sociedad Ltda.	0%
TOTAL	100%



Del 100% de las empresas encuestadas, el 90% se encuentran clasificadas como empresas unipersonales, y solo el 10% se clasifica como Sociedad por acciones simplificadas- S.A.S, indicando un estancamiento en cuanto al crecimiento del subsector, si se tiene en cuenta que algunas de ellas llevan alrededor de 10 años en el mercado.

Pregunta 2. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa funcionando?

Tiempo	%Distribución
Menos de 1 año	0%
Entre 1 y 3 años	30%
Entre 4 y 6 años	20%
Entre 7 y 10 años	10%
Más de 10 años	40%
TOTAL	100%



El 40% llevan operando en el subsector comercializador de calzado más de 10 años, seguido por el 30% de las empresas que están funcionando entre 1 y 3 años, un 20% entre 4 y 6 años, y por ultimo un menor porcentaje (10%) que pertenece a las empresas que llevan funcionando entre 7 y 10 años. Indicando que, gran porcentaje de las

empresas poseen una larga trayectoria en el subsector, y que otro porcentaje menor iniciaron en esta actividad con un tiempo no inferior a un año.

Pregunta 3. ¿Cuántos empleados laboran actualmente en la empresa?

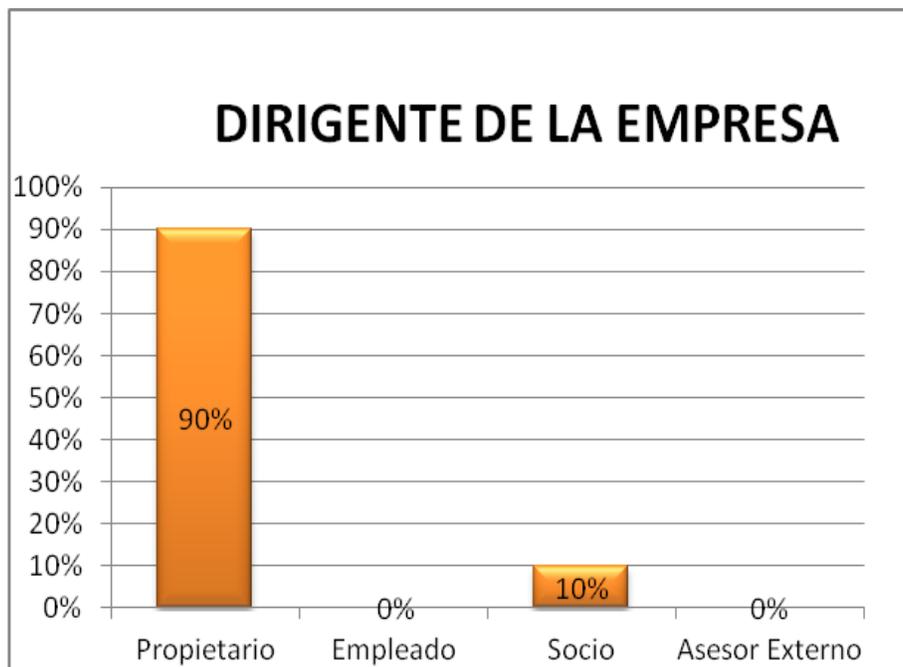
N° de empleados	%Distribución
Entre 10 y 49	10%
Menos de 10	90%
Más de 50	0%
TOTAL	100%



Del 100% de las empresas encuestadas el 90% poseen menos de 10 trabajadores y el otro 10% tienen entre 10 y 49 trabajadores. Evidenciando el pequeño tamaño de la mayoría de las empresas comercializadoras de calzado en la ciudad, según la ley 509 del año 2004, sobre la clasificación de las empresas por tamaño.

Pregunta 4. Quien dirige actualmente la empresa es el:

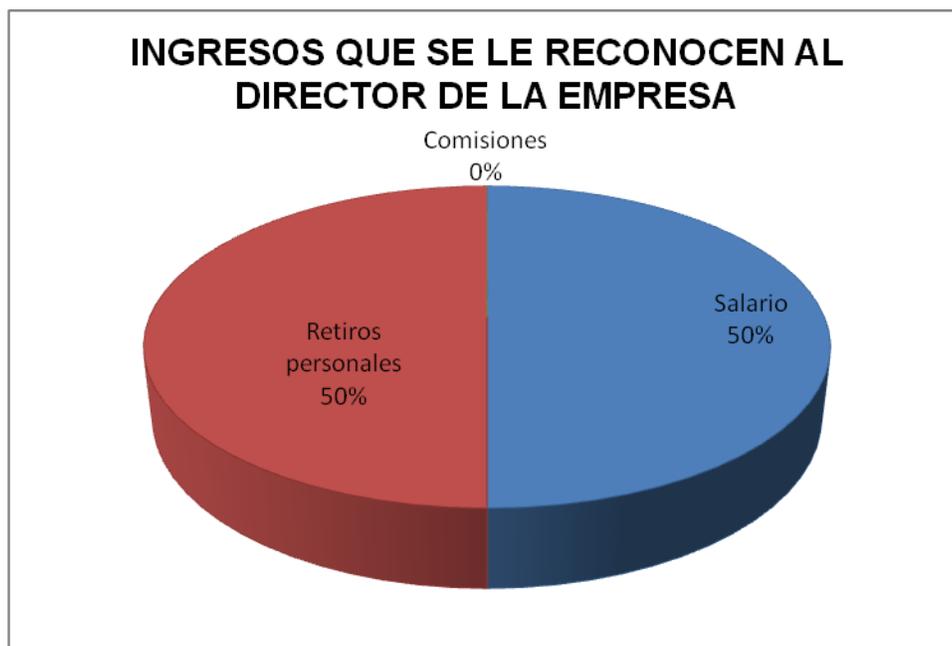
Dirigente	%Distribución
Propietario	90%
Empleado	0%
Socio	10%
Asesor Externo	0%
TOTAL	100%



El 90% de las empresas encuestadas son dirigidas por el propietario, y solo el 10% de estas empresas son dirigidas por un socio, esto se presenta de acuerdo al pequeño tamaño de dichas empresas.

Pregunta 5. Los ingresos que se le reconocen al director de la empresa, se consideran como:

Ingresos	%Distribución
Salario	50%
Retiros personales	50%
Comisiones	0%
TOTAL	100%

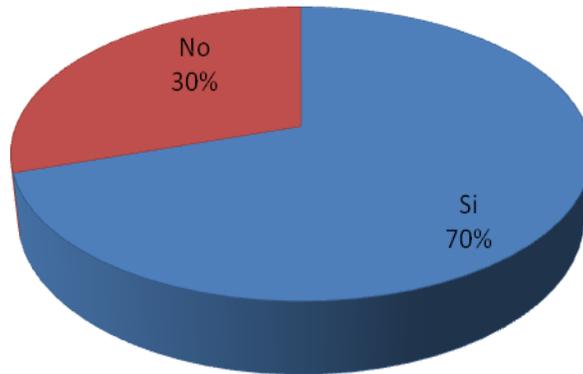


Los ingresos que se les reconoce a los dirigentes de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad, corresponden con un mismo porcentaje (50%) a retiros personales y a ingresos por salario.

Pregunta 6. ¿Ha generado utilidades en los años comprendidos entre el 2006 al 2010?

Utilidades	%Distribución
Si	70%
No	30%
TOTAL	100%

GENERACION DE UTILIDADES



Del 100% de las empresas encuestadas, el 70% manifiestan haber generado utilidades en los años comprendidos entre el 2006 hasta el 2010. Sin embargo, el 30% de dichas empresas afirmaron que no han generado utilidades por las razones que se muestran en el siguiente grafico.

***Si su respuesta es "NO" especifique ¿Cuáles han sido los factores por los cuales no se ha generado utilidades?**

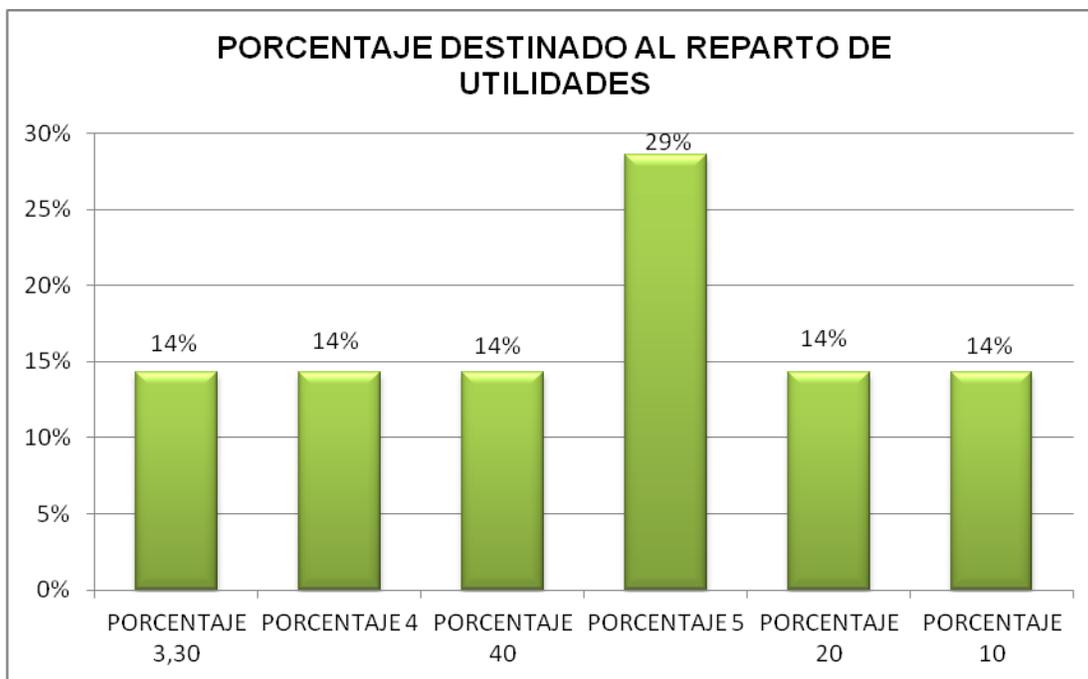
Razones	%Distribución
Disminución ventas	20%
Disminución de remesas	10%
Contrabando	10%
Regulación del estado	20%
Ingreso por temporadas	10%
Disminución de la capacidad de compra	10%
Alto valor del arriendo	10%
Planeación territorial	10%
TOTAL	100%



El 30% de las empresas comercializadoras de calzado que no generaron utilidades entre los años 2006 al 2010, afirman que los factores más importantes por el cual se presentó esta situación es la disminución de las ventas y la fuerte intervención y/o regulación del estado por medio de los impuestos, seguido de otros factores tales como: la disminución de las remesas, el contrabando proveniente principalmente de China, los ingresos o ventas ligadas a las temporadas, la disminución de la capacidad de adquisición de los pereiranos, el alto costo del arriendo de los establecimientos comerciales y la planeación territorial y vial, tal es el ejemplo del sistema de transporte masivo Megabus que ha afectado a varias zonas comerciales.

Pregunta 7. De las utilidades generadas en el periodo comprendido entre el 2006 y el 2010. ¿Qué porcentaje destinó al reparto de utilidades?

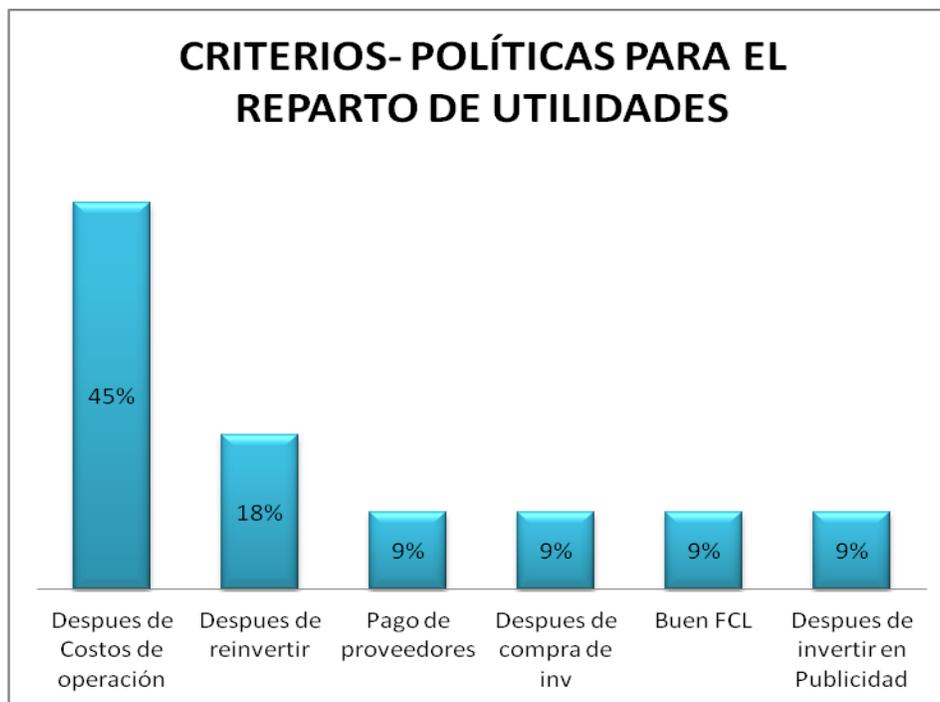
% De utilidades	Distribución
40	14%
3,30	14%
20	14%
10	14%
5	29%
4	14%
TOTAL	100%



De las empresas encuestadas y que generaron utilidades entre el 2006 y el 2010, el 29% afirman haber destinado tan solo el 5% de sus excedentes al reparto de utilidades, las demás empresas, es decir, el 71% destinaron entre el 3,3% hasta el 40% de las ganancias al reparto de utilidades, indicando que no existe uniformidad entre estas empresas para realizar y/o calcular un porcentaje adecuado y definido para el subsector en cuanto al reparto de utilidades.

Pregunta 8. ¿Qué criterios y/o políticas tiene en cuenta al momento de repartir utilidades?

Criterios – políticas	%Distribución
Después de Costos de operación	45%
Después de reinvertir	18%
Pago de proveedores	9%
Después de compra de inventario	9%
Buen FCL	9%
Después de invertir en Publicidad	9%
TOTAL	100%



De las empresas encuestadas y que generaron utilidades, el 45% reparte utilidades después de que estén cubiertos los costos de operación, por su parte, el 18% reparte utilidades después de reinvertir en el negocio, y el otro 37% tienen como política repartir utilidades después de pagar las deudas con los proveedores, de comprar inventario, de

invertir en publicidad, y analizan si tienen un buen flujo de caja libre para tomar la decisión.

Pregunta 9. ¿Qué método utiliza para determinar las utilidades a repartir?

Método	%Distribución
Ventas-Costos operacionales- Obligaciones financieras	14%
Ventas- Costos operacionales	71%
Comparación inventario -Efectivo	14%
TOTAL	100%



El 71% de las empresas encuestadas y que reportaron utilidades, utilizaron la relación “Ventas - Costos operacionales” para determinar las utilidades a repartir, el 14% por su

parte utilizan la relación “Ventas - Costos operacionales - Obligaciones financieras”, y el otro 14% hacen la comparación entre inventario y efectivo.

Pregunta 10. ¿Quién (es) es la persona encargada de tomar la decisión de reparto de utilidades en la empresa?

Encargado	%Distribución
Propietario	100%



En todas las empresas encuestadas la persona encargada de tomar la decisión del reparto de utilidades es el propietario quien a su vez en el 90% de los casos dirige la empresa.

Pregunta 11. ¿Con qué periodicidad reparte utilidades?

Periodicidad	%Distribución
Menor a un mes	43%
Entre 2 y 6 meses	14%
Entre 7 meses y 1 año	14%
Más de 1 año	0%
Cada año	29%
TOTAL	100%



El 43% de las empresas encuestadas afirman que, reparten utilidades con una periodicidad menor a un mes, seguido por el 29% de las empresas que indican que reparten utilidades cada año, y el otro 28% de las empresas afirman que reparten utilidades en un intervalo de tiempo que va desde los 2 meses hasta el año.

Pregunta 12. ¿Generalmente en qué época del año reparte utilidades?

Época del año	%Distribución
Enero-Marzo	38%
Abril-Junio	0%
Julio-Sep.	0%
Octubre-Dic.	25%
Todos los meses	38%
TOTAL	100%



De las empresas encuestadas que tuvieron utilidades, el 38% reparten utilidades todos los meses, ya que el dirigente tiene ingresos generalmente por retiros personales, otro 38% de las empresas reparten utilidades entre enero y marzo, y el 25% reparte utilidades entre los meses de octubre a diciembre debido al ingreso restringido por temporadas.

CONCLUSIONES

- Los criterios y/o políticas que tienen en cuenta los dirigentes de las empresas comercializadoras de calzado para repartir utilidades, se basan principalmente en analizar si los costos de operación están cubiertos, si es necesario reinvertir en el negocio, si las deudas con los proveedores están canceladas, si no es necesario comprar inventario, si tienen buen flujo de caja, y si no tienen que invertir en publicidad, lo que indica que, estos pequeños empresarios reparten utilidades bajo criterios poco fundamentados y no tienen en cuenta las teorías y/o métodos planteados en el marco teórico como el de Oscar de León García que indica que para tomar la decisión de reparto de utilidades no solo es necesario analizar el estado de resultados sino que también hay que tener en cuenta el EFAF y es indispensable elaborar un presupuesto de efectivo para este propósito.
- A partir de la aplicación del instrumento se puede afirmar que el subsector comercializador de calzado está actualmente en una situación crítica desde la perspectiva económica, ya que el 30% de estas empresas no han generado utilidades en los años comprendidos entre el 2006 hasta el 2010, por factores tales como: disminución en ventas, fuerte intervención y/o regulación del estado por medio de los impuestos, disminución de las remesas, contrabando proveniente principalmente de China y Panamá causando un grave perjuicio a la producción nacional, los ingresos o ventas ligadas a las temporadas, la disminución de la capacidad de compra, el alto costo del arriendo y la planeación territorial
- No existe uniformidad en las empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira encuestadas, para calcular el porcentaje en cuanto al reparto de utilidades se refiere, esto debido en gran parte a la formación académica de sus dueños que algunos casos no alcanza el nivel de educación profesional.

- La decisión de reparto de utilidades en las empresas comercializadoras de calzado de la ciudad, se realiza de forma empírica debido al bajo nivel de estudios que poseen los dirigentes de dichas empresas. Por lo tanto, se puede afirmar que en este subsector no se aplica ninguna lógica matemática y/o financiera como la planteada anteriormente por Walter (1976), quien diseña una fórmula que implica que la óptima política de pago de dividendos sería determinada solamente por la rentabilidad de las posibles inversiones. Si la empresa dispone de una abundancia de inversiones provechosas, no debería pagar dividendos en efectivo, ya que las ganancias serían necesarias para financiar dichas oportunidades. Por otro lado, si la empresa no tuviera oportunidades lucrativas de inversión, todas las ganancias deberían ser distribuidas a los accionistas en forma de dividendos, puesto que, en este caso no se requieren de fondos para financiamiento.

- Los dirigentes de las empresas comercializadoras de calzado, no acuden a su contador o aun asesor externo para tomar la decisión de reparto de utilidades en forma más coherente y con criterios más claros.

- La mayoría de las empresas comercializadoras de calzado reparten utilidades con una periodicidad menor a un mes, ya que en varios de los dirigentes de dichas empresas no tienen claridad sobre el concepto y la aplicación del reparto de utilidades debido a su poca formación académica. Por lo tanto, el concepto de reparto de utilidades es confundido normalmente con los retiros personales o los salarios que se realizan mensualmente en la mayoría de los casos.

- Entre las empresas comercializadoras de calzado no existe uniformidad para realizar y/o calcular un porcentaje adecuado y definido para el subsector en cuanto al reparto de utilidades, ya que la mayoría de estas empresas destinaron solo el 5% de sus excedentes al reparto de utilidades, mientras que el resto de las empresas destinaron entre el 3,3% hasta el 40% de las ganancias al reparto de utilidades.

BIBLIOGRAFÍA

- Aktouf, O. (1998). La metodología y el modelo clásico. Colombia.
- Arias, C. & Calderón, D. & Escobar, C. (2005). Descripción sector cuero y calzado. Pereira.
- ASOFACAR, Asociación colombiana de industriales del calzado, el cuero y sus manufacturas. (2006). el sector calzado del área metropolitana centro occidente: rumbo a la productividad y competitividad con ingenio e innovación. Pereira.
- C.D.E, Centro de desarrollo empresarial. (2009). Industria del calzado y su visualización internacional. Área de negocios internacionales: Bucaramanga.
- CIR. (2005). Cuentas económicas Área Metropolitana Centro Occidente. Pereira.
- DANE (2008). Recuento de hogares, viviendas y unidades económicas en Pereira y el Área Metropolitana de de Centro Occidente. Pereira.
- Fundación Universitaria del Área Andina. (2005). El sector del calzado en Risaralda. Folleto N° 2: Pereira.
- García, O. (1995). Administración financiera: Fundamentos y aplicaciones. Copyright: Medellín.
- ICEX. (2005). Notas sectoriales: El sector calzado en Colombia. Bogotá: Oficina económica y comercial de la embajada de España en Bogotá.
- KINNEAR, T.C. & Taylor, J.R. (1999) Investigación de mercados (5 ed.). México: Mc Graw Hill.

- Menéndez, C & Guerrero, S. (1994). La controversia sobre la política de dividendos: revisión y síntesis. Universidad Autónoma de Barcelona: Barcelona.
- Ministerio de Desarrollo. (2001). Los retos de la cadena de cuero, sus manufacturas y el calzado en el siglo XXI. Bogotá.
- Ross, S & Westerfield, R & Jaffe, J. (2005). Finanzas corporativas. Mc Graw Hill: México.
- Tamayo, M. (1999). Aprender a investigar, Modulo 2: La investigación. Santa Fe de Bogotá D.C.
- Universidad católica popular del Risaralda. (2010). Colectivo de docentes y estudiantes de VII semestre, Innovación y desarrollo de productos. Pereira.
- Van, J. (1976). Administración financiera. Ediciones contabilidad moderna: Buenos Aires.
- Weston, J. & Brigham, E. (1995). Manual de administración financiera. Emalsa: Madrid.
- Zapata, J. & Fajardo, A. (2005). Desarrollo de actividades de trabajo intensivas: Sector calzado en el AMCO. Pereira.

ANEXOS

ANEXO 1: Base de datos de la Cámara de Comercio de Pereira de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado que se encuentran actualmente registradas en la ciudad.

N°	ID COMER.	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	TEL. 1
1	800128678	CAMINANDO	CALLE 20 10 13	3358203
2	70901172	VILLEGAS SERNA NICOLAS RAMON	AVENIDA 30 DE AGOSTO No. 104-107	3170001
3	7523362	ALMACEN CALZA PEREIRA	CALLE 18 9 62	3334545
4	24943272	ALMACEN ZAPATO MUNDIAL	CALLE 18 No. 9 37	3346523
5	900330003	ALMACEN PIES	CALLE 18 6 07	3340160
6	800026265	CARMESI LTDA.	CALLE 20 6 43 LOCAL 10 A	3336297
7	900401400	MARTINEZ & MARULANDA S.A.S	CARRERA 8 No.25 59 EDIFICIO EL EDEN	3250094
8	900389389	SUSANITA ILIAN	CALLE 14 13 104 LOCAL 1 EDIFICIO LA RIVIERA	3341998
9	51674974	CALZADO TORAVI	CALLE 17 No.5 17	3347814
10	4497526	CALZADO GAVIA	CARRERA 7 No. 28 28	3368037
11	10124871	CALZADO EL GRAN COMPETIDOR	CARRERA 8 18 17	3334462
12	93289299	CALZADO LORETOS	CARRERA 16 No. 28 24	3266786
13	900423372	CHACON BANDERAS PELETERIA	CARRERA 7 No. 14 25	3446777
14	20940937	PELETERIA EL CUERO	CALLE 15 6 56	3354216
15	900219592	JORGE ALBERTO LOPEZ (PLASTILOPEZ)	AVENIDA SANTANDER No. 1 A 30 PISO 1	3311015
16	21787657	COMERCIALIZADORA PACHOS	CALLE 15 No. 7 71	3250575
17	18508357	CHIRO TENIS	CENTRO COMERCIAL SANANDRESITO L 233	3261578
18	10136867	WAR ZONE	C.C SANANDRESITO NIVEL 4 LOCAL 242 Y 243	3261564
19	10016355	USLINE	CENTRO COMERCIAL SANANDRESITO L 372	3123333
20	18518300	SCARPPE ORIGINAL	CENTRO COMERCIAL SANANDRESITO L 252	3262585
21	37924292	FESTIVAL DEL CALZADO DE PEREIRA	CARRERA 8 15 25	3217459
22	91436127	CALZADO LA GRAN ECONOMIA	CARRERA 8 No. 15 57	0
23	10122402	CARTER SHOES	CALLE 17 No. 8 79 LOCAL 23	3354388
24	24896700	CALZADO DANERY	CARRERA 10 17 50	3333047
25	10130633	BUONA VITA	CENTRO COMERCIAL PEREIRA PLAZA LOCAL 152	3257000
26	10010073	CALZADO PACILIA	CARRERA 9 No. 8 41	3348992
27	1123530703	SHOES SANDALOS	CALLE 18 8 69	3339647
28	10094751	CALZADO ALPINIT NO.2	CALLE 16 No. 6 34 LOCAL 10	3332737
29	19376452	CALZAR TENNIS	SANANDRESITO LOCAL 312 NIVEL 4	3263239
30	24946652	CREACIONES ROSSI	CALLE 24 No. 6 02	3354255
31	40413589	SHOES CALAMO	CARRERA 6 16 73	3255742
32	18509475	BOLSOS Y MAS	CARRERA 5 17 57	3330357
33	42138791	XTREME PEOPLE PEREIRA	CARRERA 7 No. 14 48	3252569
34	700046709	PIKATA SHOES	CARRERA 9 17 53	3441273
35	13853762	EL BALCON DE LA CHANCLA	CALLE 18 No. 8 21	3332619

N°	ID COMER.	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	TEL. 1
36	30314172	STILETTOS SHOES	CALLE 20 No. 6 25 LOCAL 6 BC	3237117
37	24912629	ALMACEN GIBIMODA	CARRERA 6 No. 18 07	3336617
38	9859328	CALZADO MEDELLIN	CALLE 18 No. 8 66	3257636
39	4502386	ALMACEN DE CALZADO RUCANO	CARRERA 6 No. 13 47	3258009
40	43437653	SWEET SHOES	CARRERA 5 No. 19 31	3355729
41	1014201791	CASIA MODA Y ESTILO	CARRERA 8 22 29	3343797
42	21482382	CALZADO Y VARIEDADES PAISA	CARRERA 8 No. 14 85	3348349
43	10129374	CALIFORNIA TENNIS SPORT	CENTRO COMERCIAL SANANDRESITO L 313	3263104
44	42010357	DENIZA	CALLE 19 No. 5 12	3354888
45	29934436	ALMACEN CREDI YA	CARRERA 5 19 47 LOCAL 1	3253758
46	10058906	ALVARO AMAYA CALZADO	CALLE 26 11 47	3342275
47	1088248198	CALZAESTYLO LA VILLA	MANZANA 13 CASA 9 CORALES	3272218
48	21787266	MARROQUINERIA LA GUACA	CARRERA 8 No. 14 72	3348883
49	71723260	ALMACEN CATER PILLAR	CARRERA 7 No. 16 50	0
50	42095472	CALZADO INFANTIL BRINKITOS	CARRERA 6 16 44	3336234
51	16205956	ALMACEN DE CALZADO SANDALO	CALLE 17 No. 4 62	3335497
52	3176866	RINCON SABOGAL ALDEMAR	CALLE 12 19 114 APARTAMENTO 806	3217277
53	42118598	CALZADO BELIMODA	CARRERA 8 22 65	3346565
54	3274163	CALZADO MONTINNY	CARRERA 7 No. 16 15	3339940
55	10131137	VALENCIA SILDARRIAGA JHON JAIRO	CARRERA 15 BIS 27 07	3267245
56	10142531	BODEGAS COLOMBIA PEREIRA	CALLE 18 No. 8 33	3257849
57	80718328	CALZADO RONNE CLASIC	CARRERA 27 No. 17 15 PISO 1	3354216
58	9873646	SPORT TENIS - 31 - 32	CALLE 17 8 49 LOCAL 32	3241324
59	10018668	URBAN BAG-PEREIRA	CALLE 19 No. 5 48 C.C NOVACENTRO L 222	3355043
60	42012499	FARINA	CARRERA 7 No. 28 72	3367782
61	42092008	DARJOMI	CALLE 19 No. 4 16 CENTRO	0
62	42165603	NIKO SPORT CALZADO	CALLE 14 7 48	0
63	10134244	PATINO LONDONO JORGE LUIS	CALLE 18 No. 8 23	3252941
64	25036180	CALZADO D'CUCUTA SPORT	CARRERA 8 16 18	3359121
65	1088005514	BOLSOS Y CARTERAS PIKARA	CALLE 17 7 57 A	0
66	18607550	CALZADO DINASTIA PEREIRA	CARRERA 6 No. 16 61 CENTRO	3683292
67	9862069	ECHEVERRY'S DISEÑOS	CALLE 20 No. 6 43 LOCAL 1 A Y 2 A	3347782
68	43845959	CALZADO Y VARIEDADES STIVEN	CARRERA 5 No. 4 56 - ARABIA	3249398
69	38973839	VARIEDADES Y MISCELANEA ANABEL	MANZANA 2 CASA 32 SECTOR B PQ INDUST	3269729
70	34059068	CALZADO INGLESA LA 18	CALLE 18 8 70	3245309
71	10012957	JERSON ESPORT	CARRERA 25 No.70 19	3203135
72	10026313	TENIS NICO'S	CARRERA 8 16 49 L 17 Y 18 C.C MANHATAN	3380213
73	1087998229	CALZADO VALERIA SPORT	CALLE 14 7 56	3342038
74	51569676	CALZADO EDWIN	CALLE 17 No. 9 20 LOCAL 122	3341622
75	30373644	BORDADOS LA 15	CALLE 15 No. 5 34 LOCAL 3 ED.JUAN MARIA	3340797
76	1038404727	CALZADO LA LOCURA PAISA DE CUBA	CALLE 71 No. 26 B 14	0
77	42139671	MEGA TENNIS DE COLOMBIA	CALLE 14 No. 7 68 LOCAL 106	3349641
78	15813986	CALZADO SAMAVA	CARRERA 15 No. 29 67 SAN NICOLAS	0
79	1088285390	CALZAPIES SPORT PEREIRA	CARRERA 8 No. 16 75 C.C LA OCTAVA LOCAL 14	0
80	36086480	ALMACEN SHOPPER	CARRERA 10 No. 32 12 BARRIO EL PORVENIR	3263679

N°	ID COMER.	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	TEL. 1
81	10135268	JARAMILLO GIRALDO MARIO IVAN	LOS CEDROS BLOQUE 3 APARTAMENTO 101	3420562
82	12717377	CALZADO J.A	CALLE 17 8 50	3355025
83	10115635	COMERCIALIZADORA PURA CASTA	CARRERA 6 20 73	3339563
84	24302081	JHON'S TENIS	SANANDRESITO NIVEL IV LOCAL 327 EF	3108300
85	12110852	PELETERIA LA SEMILLA	CARRERA 6 No.14 64	3340585
86	42095791	CALZADO JHANETH SPORT	CALLE 14 7 20	0
87	10102467	PELETERIA EL MONO	CALLE 15 No. 5 59	3250595
88	1088237178	CALZADO XTREME SHOES	CARRERA 23 B No. 72 22 L 1 BARRIO CUBA	3375404
89	35892682	VARIEDADES EN CALZADO SHAGGI	CALLE 21 15 29	3254078
90	1088251752	ALMACEN STYLOS SHOES	CARRERA 8 14 16	3264102
91	1088299888	PROMOCIONES Y REMATES LUISA	CARRERA 7 No. 14 12	3121377
92	1036616991	CALZADO LASER PEREIRA	CARRERA 8 14 54	0
93	42066659	CALZADO MAUROS	CARRERA 8 14 - 70	3332320
94	24873784	MAYLO	CALLE 18 No. 8 69 LOCAL 101 B	3250686
95	1088289257	EL TRIUNFO DE JHONNY SPORT	CALLE 14 7 68	3444856
96	10143747	CALZADO LUSCH	BLOQUE 32 APARTAMENTO 110 GAMA III	3370960
97	1130671038	SOLO HUELLAS TENIS WEAR	CARRERA 8 20 77	3356635
98	10032644	CALZADO J.C CUBA	CARRERA 25 No. 71 36 BARRIO CUBA	0
99	10121731	WALOO	CARRERA 7 No. 16 23	3240306
100	9869574	CAMP NOV SPORT TENIS	CARRERA 8 No. 15 20 LOCAL 17	0
101	10072260	CALZADO FERCHINY	CLL 18 N° 8-69	3334974
102	1088259293	ALMACÉN SÚPER PUNTO	CRA 9 N°17-09	3338893
103	9863391	CALZADO PIE DI ÁNGELO	CRA 6 N°16-51	3216410309
104	1088274743	CALZADO BIANGUI	CLL 18 N°8-26	3353150
105	5911849	JUANCHO'S SHOES	CLL 19 N° 8-55	3257018
106	12982299	ZAPATOS DE PELÍCULA	CLL 17 N° 7-21	3356488
107	109488529	AZABACHE SHOES	CRA 6 N°16-64	3352813
108	43423945	PASOS LA 18	CLL 18 N°9-57	3336131
109	891400522	CALZADO PIKIN'S S.A.S	CRA 7 N°16-73	3351810
110	24896700	CALZADO DANERY	CRA 10 N°17-50	3333047

***Nota:** El número total de registros encontrados en la Cámara de Comercio de Pereira sobre las pequeñas empresas comercializadoras de calzado, es igual a 214; sin embargo, solo se presentaron posteriormente 110 registros, ya que los registros anexos tienen un costo adicional.

APÉNDICES

APENDICE A: Empresas del subsector comercializador de calzado de la ciudad de Pereira seleccionadas para la muestra.

N°	ID COMER.	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCION	TEL. 1
1	Calzado Ferchiny	10.072.260-3	Cll 18 N° 8-69	3334974
2	Almacén Súper Punto	1.088.259.293-5	Cra 9 N°17-09	3338893
3	Calzado Pie di Ángelo	9.863.391-0	Cra 6 N°16-51	3216410309
4	Calzado Biangui	1.088.274.743-0	Cll 18 N°8-26	3353150
5	Juancho's Shoes	5.911.849-3	Cll 19 N° 8-55	3257018
6	Zapatos de Película	12.982.299-1	Cll 17 N° 7-21	3356488
7	Azabache Shoes	109.488.529-9	Cra 6 N°16-64	3352813
8	Pasos la 18	43.423.945	Cll 18 N°9-57	3336131
9	Calzado Pikin's S.A.S	891.400.522-2	Cra 7 N°16-73	3351810
10	Calzado Danery	24.896.700-1	Cra 10 N°17-50	3333047

APENDICE B: Formato de la encuesta aplicada a los empresarios de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira.



Con el propósito de determinar los criterios y las políticas que tuvieron en cuenta los empresarios de las pequeñas empresas comercializadoras de calzado de la ciudad de Pereira para la repartición de sus utilidades en los últimos años; le solicitamos diligenciar el siguiente cuestionario de la manera más objetiva posible

FECHA DE REALIZACIÓN DE LA

DEPARTAMENTO Y CIUDAD:

NOMBRE(S) DEL ENCUESTADOR(ES):

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA	
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:	<input type="text"/>
NIT:	<input type="text"/>
TELÉFONO:	<input type="text"/>
DIRECCIÓN:	<input type="text"/>
	<input type="text"/>
PÁG WEB O CORREO ELECTRÓNICO:	<input type="text"/>
¿LA EMPRESA ES LOCAL, REGIONAL O NACIONAL?	<input type="text"/>
NOMBRE DEL ENCUESTADO:	<input type="text"/>
CARGO:	<input type="text"/>
<i>Marque con una X el nivel del estudio que posee el encuestado:</i>	
PROFESIÓN:	Profesional <input checked="" type="checkbox"/>
	Tecnólogo <input checked="" type="checkbox"/>
	Técnico <input checked="" type="checkbox"/>

ENCUESTA

Señale con una X:

1. La empresa se encuentra clasificada como:

Unipersonal	<input checked="" type="checkbox"/>	Sociedad Anonima	<input checked="" type="checkbox"/>
S.A.S	<input checked="" type="checkbox"/>	Sociedad encomandita	<input checked="" type="checkbox"/>
Otra	<input checked="" type="checkbox"/>	¿Cuál?	<input type="text"/>

2. ¿Cuánto tiempo lleva la empresa funcionando?

Menos de 1 año	<input checked="" type="checkbox"/>	Entre 7 y 10 años	<input checked="" type="checkbox"/>
Entre 1 y 3 años	<input checked="" type="checkbox"/>	Mas de 10 años	<input checked="" type="checkbox"/>
Entre 4 y 6 años	<input checked="" type="checkbox"/>		

3. ¿Cuántos empleados laboran actualmente en la empresa?

Entre 10 y 49 trabajadores	<input checked="" type="checkbox"/>	Mas de 50 trabajadores	<input checked="" type="checkbox"/>
Menos de 10	<input checked="" type="checkbox"/>		

4. Quien dirige actualmente la empresa es el:

Propietario	<input checked="" type="checkbox"/>	Socio	<input checked="" type="checkbox"/>
Empleado	<input checked="" type="checkbox"/>	Asesor externo	<input checked="" type="checkbox"/>

5. Los ingresos que se le reconocen al director de la empresa, se consideran como:

Salario	<input checked="" type="checkbox"/>	Comisiones	<input checked="" type="checkbox"/>
Retiros personales	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>
		¿Cuál?	<input type="text"/>

6 ¿Ha generado utilidades en los años comprendidos entre el 2006 al 2010?

Si	<input checked="" type="checkbox"/>	No	* <input checked="" type="checkbox"/>
----	-------------------------------------	----	---------------------------------------

*Si su respuesta es "NO" especifique ¿Cuáles han sido los factores por los cuales no se ha generado utilidades?

**Si la respuesta a la pregunta N° 6 es "NO", termine la encuesta*

7. De las utilidades generadas en el periodo comprendido entre el 2006 y el 2010. ¿Qué porcentaje destinó al reparto de utilidades?

%

8. ¿Qué criterios y/o políticas tiene en cuenta al momento de repartir utilidades?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

9. ¿Qué método utiliza para determinar las utilidades a repartir?

<input type="text"/>
<input type="text"/>

10. ¿Quién (es) es (son) la persona (s) encargada de tomar la decision de reparto de utilidades en la empresa?

<input type="text"/>

11. ¿Con que periodicidad reparte utilidades?

Menor a un mes	<input checked="" type="checkbox"/>	Mas de un año	<input checked="" type="checkbox"/>
Entre 2 y 6 meses	<input checked="" type="checkbox"/>	cada año	<input checked="" type="checkbox"/>
Entre 7 meses y 1 año	<input checked="" type="checkbox"/>	Otro	<input checked="" type="checkbox"/>
		¿Cuál?	<input type="text"/>

12. ¿Generalmente en qué época del año reparte utilidades?

Entre Enero y Marzo	<input checked="" type="checkbox"/>	Entre Julio y Septiembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Entre Abril y Junio	<input checked="" type="checkbox"/>	Entre Octubre y Diciembre	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	¿Cual?	<input type="text"/>

¡Muchas gracias por su colaboracion y tiempo para realizar esta investigación!

Ate.

Juan David Osorno Gómez