



**Valoración de la empresa INVERSIONES VILOREN´s de la ciudad de Santiago de
Cali, Valle del Cauca**

Jessika Alejandra Bustos Salazar

Código 21872116792

Nilgen Leonor Campillo Valencia

Código 21872117016

Universidad Antonio Nariño

Programa Maestría En Gerencia Financiera y Tributaria

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Cali, Colombia

2022

**Valoración de la empresa INVERSIONES VILOREN's de la ciudad de Santiago de
Cali, Valle del Cauca**

Jessika Alejandra Bustos Salazar

Nilgen Leonor Campillo Valencia

Proyecto de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:
Magister en Gerencia Financiera y Tributaria.

Directora:

Magister, Jasblehydy Arjenys Fuentes Vaca

Universidad Antonio Nariño

Programa Maestría En Gerencia Financiera y Tributaria

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Cali, Colombia

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

El trabajo de grado titulado **Valoración de la empresa INVERSIONS VILOREN´s de la ciudad de Santiago de Cali, Valle del Cauca** Cumple con los requisitos para optar

Al título de Magister en Gerencia Financiera y Tributaria.

Firma del Tutor

Firma Jurado

Firma Jurado

Santiago de Cali, 19 de octubre de 2022

Agradecimientos

Primeramente a Dios por la vida y salud, por todas las bendiciones proporcionadas cada día, por permitirnos llegar hasta este punto de nuestras vidas profesionales, personales y laborales, llegando al cumplimiento de todo nuestros objetivos.

A nuestros padres, cónyuges, hijos que nos impulsaron a seguir nuestros sueños apoyándonos con su paciencia, amor, comprensión, y con sus aminos constantes.

A la profesora Jasblehydy Arjenys Fuentes Vaca quien hasta el último momento nos guio de manera muy acertada y profesional en cada una de las etapas del proyecto.

A los profesores de las demás asignaturas que hicieron parte de mi proceso de aprendizaje ya que con sus conocimientos y experiencia nos aportaron a nuestra formación profesional del postgrado.

A las directivas de la empresa INVERSIONES VILOREN'S, en especial a la señora VIVIANA LORENA SUA BUSTOS y DIDIER GARCIA, quienes nos abrieron sus puertas a atender nuestras solicitudes y demás requerimientos que nos ha permitido materializar este proyecto.

Tabla de Contenido

	Pág.
Lista de Figuras.....	8
Lista De Tablas.....	10
Resumen.....	11
Abstract.....	12
Introducción.....	13
1. Antecedentes.....	16
2. Objetivos.....	21
2.1 General.....	21
2.2 Específicos:.....	21
3. Justificación.....	22
4. Marco Teórico.....	25
4.1 Analisis E Indicadores Financieros En Las Empresas.....	25
4.2 La Valoración Financiera.....	28
4.2.1 Concepto de Valoración de empresas:.....	28
4.2.2. Razones Para Valorar una empresa:.....	29
4.3 Métodos De Valoración Financiera.....	31
4.3.1. Métodos de Balance o Patrimoniales:.....	31

4.3.2 Métodos de Cuentas de Resultados o Rentabilidad	32
4.3.3 Métodos mixtos, basados en el goodwill	33
4.3.4 Los Métodos de Descuentos de Flujos	35
4.3.5 El free cash flow (FCF):	38
4.3.6 El cash Flow disponible para las acciones (CFac)	39
4.3.7 Capital cash flow (CCF).....	40
4.4 Sector De La Economía: Textil	41
4.5 La Gestión Organizacional.....	43
4.5.1 Gestión Organizacional Por Resultados	43
4.5.2. Gestión De Organizaciones Basada En Procesos	44
4.5.3. Gestión De Organizaciones Centralizada	44
4.5.3.1 Planificación	44
4.5.3.2 Dirección.....	45
4.5.3.3 Asignación De Recursos	45
4.5.3.4 Coordinación	45
4.5.3.5 Control	45
5. Diseño Metodológico	46
5.1 Tipo Investigación:	46
5.2 Técnicas Recolección Datos	46
5.3 Población Y Muestra	47
5.3.1 Cálculo tamaño de Muestra para clientes externos	47
5.4 Fuentes Información	48
5.4.1. Encuesta #1 (CLIENTES INTERNOS)	49
5.4.2 Encuesta #2 (CLIENTE EXTERNOS)	53
5.4.3 Entrevista Con Los Propietarios:	55
6. Resultados Y Analisis De Los Resultados.....	57
6.1 Descripción De La Empresa	57
6.1.1. Análisis Productos	57
6.1.2 Estructura Organizacional	58
6.1. 2.1 Misión:	58
6.1.2.2 Visión:	58
6.1.2.3 Valores	58
6.1. 2.4. Organigrama	58
6.1.2.5. Características cliente	59
6.1. 2.6. Mercado de Objetivo	60
6.2 Analisis Cualitativo – Administración Y Planeación.....	60

6.2.1. Análisis Interno:	60
6.2.2 Evaluación De Factores Internos	73
6.3 Analisis Cuantitativo – Valoración De La Empresa	76
6.3.1 Análisis E Interpretación De Los Estados Financieros	76
6.3.2 Análisis De La Rentabilidad De La Empresa.	85
6.3.3 Análisis De Indicadores Financieros	87
6.3.3.1. <i>Principales Indicadores - Indicadores De Liquidez</i>	87
6.3.3.2. <i>Indicadores De Endeudamiento</i>	88
6.3.3.3. <i>Indicadores De Actividad</i>	88
6.3.3.4. <i>Indicadores De Rentabilidad</i>	89
6.3.4 Valoración Financiera por el Método de Flujos de Efectivo: Free Cash Flow	89
6.3.5 Valoración Financiera por el Método de Creación de Valor: EVA (Economic Value Added)	92
6.4. Planes De Acción – Propuestas De Mejoramiento	94
6.4.1. Desde El Punto De Vista Administrativo Y De Planeación	95
6.4.2. Desde El Punto De Vista De La Valoración Financiera	97
6.4.2.1. <i>Perspectivas De Crecimiento</i>	97
7. Folleto informativo para la empresa INVERSIONES VILOREN´S	105
Conclusiones	107
Referencias Bibliográficas	109
Anexos	111

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama	58
Figura 2. Tiempo Laborando en la empresa.....	61
Figura 3 . Dedicación de tiempo en la empresa	62
Figura 4. Conocimiento de la empresa y factores de productividad	63
Figura 5. Toma de Decisiones.....	64
Figura 6. Control y registro de la información.....	64
Figura 7. Conocimientos financieros de los actores del proceso	65
Figura 8. Conocimientos financieros	66
Figura 9. comportamiento frente al riesgo y la toma de decisiones	66
Figura 10. Percepción de los colaboradores en la empresa.....	67
Figura 11. Experiencia en la empresa como colaborador	67
Figura 12. Conocimiento de la empresa.....	68
Figura 13. Fidelidad en la compra de los productos	69
Figura 14. Probabilidad de Compra de los productos	69
Figura 15. Aspectos para la toma de decisión de la compra	70
Figura 16. Frecuencia de Compra	72
Figura 17. Distribución del activo año 2019 - 2021.....	83

Figura 18. distribución del Pasivo 2019 a 2021	84
Figura 19. Evolución de la Rentabilidad en la empresa.....	85
Figura 20. Comportamiento EBITDA en los últimos tres años	91
Figura 21. Variación EVA, últimos tres años	93
Figura 22. Proyección ventas en los próximos cinco años.....	99
Figura 23. Proyección de reducción de costos	100
Figura 24. Expectativa de cuentas de balance con implementación de estrategias	101
Figura 25. Proyección de la Rentabilidad	101
Figura 26. Comportamiento EBITDA (Antes)	102
Figura 27. Comportamiento EBITDA (Después de las estrategias)	102
Figura 28. Folleto Informativo.....	105

Lista De Tablas

Tabla 1. Principales Métodos de Valoración	31
Tabla 2. Múltiplos Utilizados en el Método de Cuentas de Resultados o Rentabilidad ...	33
Tabla 3. Valor de la Empresa.....	34
Tabla 4. Tipos de cash Flow	36
Tabla 5. Características de selección de las prendas.....	71
Tabla 6. Análisis Matriz MEFI	74
Tabla 7. Estado de Resultados Integral Comparativo a 31 de diciembre.....	76
Tabla 8. Estado de la Situación Financiera a 31 de Diciembre.....	79

Resumen

La presente investigación, se desarrolla para explorar la aplicabilidad de las teorías y métodos de valoración de empresas, aplicados a la empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY), que es un ente económico del sector textil y comercial de la ciudad de Santiago de Cali, Valle Del Cauca, que desarrolla su actividad comercial en medio de las afectaciones financieras, económicas, y sociales generados en el marco de la pandemia por COVID – 19 durante el año 2020, el desorden público ocasionado en el Paro Cívico Nacional llevado a cabo durante los meses de Abril y Mayo de 2021, la fluctuación del dólar y los altos costos de la materia prima. Se realizará la identificación de los métodos de valoración desde la visión administrativa y de planeación, como también, desde la perspectiva financiera, para evaluar las partidas y variables que presentan mayor afectación y posible incidencia en los resultados negativos o no del ejercicio, para luego establecer planes de acción y estrategias de mejoramiento desde el punto de vista administrativo y de planeación como también desde el punto de vista financiero como un proceso integrador, que le permita a los socios y propietarios obtener información del comportamiento de la empresa y generar toma de decisiones oportuna en aras de lograr el desarrollo de las actividades empresariales de forma eficiente y eficaz, en busca de la sostenibilidad y viabilidad económica de la empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY).

Palabras claves: aplicabilidad, fluctuación, variables, planeación, estrategias de mejoramiento, sostenibilidad y viabilidad económica.

Abstract

This investigation is developed to explore the applicability of the theories and methods of business valuation, applied to the company INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY), which is company of the textile and commercial sector of the city of Santiago de Cali, Valle Del Cauca, which develops its commercial activity in the middle of the financial, economic, and social effects generated in the framework of the COVID-19 pandemic during the year 2020, the public disorder caused by the National Civic Strike carried out during the months of April and May 2021, the fluctuation of the dollar and the high costs of raw materials. The identification of the valuation methods will be carried out from the administrative and planning perspective, as well as from the financial perspective, to evaluate the items and variables that present the greatest affectation and possible incidence in the negative results or not of the exercise, to later establish action plans and improvement strategies from the administrative and planning point of view as well as from the financial point of view as an integrating process, which allows partners and owners to obtain information on the behavior of the company and generate timely decision making in order to achieve the development of business activities efficiently and effectively, in search of sustainability and economic viability of the company INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY).

Keywords: applicability, fluctuation, variables, planning, improvement strategies, sustainability and economic viability.

Introducción

La economía colombiana está compuesta por tres sectores: primaria (agrícola, materia prima) secundaria (industrial) y terciaria (prestación de servicio), Sin embargo, la actividad económica, de los tres sectores se divide en seis actividades que son: sector del comercio, sector financiero, el sector de minero, el sector de transporte, sector de las comunicaciones y el sector de construcción.

Según el DANE, (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) en el año 2020 establece que el 48 % de la economía de Colombia corresponde al comercio, el 40% a prestación de servicios y el 12% sector industria.

En Colombia las aportaciones de los establecimientos económicos en el PIB (Producto interno Bruto) que es utilizado por todos los países del mundo para indicar y medir la riqueza se divide de la siguiente manera: Sector Financiero 20%, sector de servicios 15.3%, sector de comercio 12%, sector industrial 8.3%, sector de minería y petrolera 8%, sector de la construcción 6.9%, sector agrícola 6% y el sector electricidad y gas el 2.6%. (Ruiz,2020).

Sector primario:

El sector primario se caracteriza por la producción básica, También denominado sector agrícola, engloba aquellas actividades económicas que se relacionan con la obtención de bienes y productos que provienen directamente de la naturaleza. (Ruiz,2020,p.2).

Sector secundario:

El sector secundario se caracteriza por todos aquellos procedimientos industriales que tienen el objetivo de transformar las materias primas obtenidas del primer sector (agrícola). Es decir, el producto final de estas transformaciones es aquel que ya se puede consumir. Dentro de este sector se encuentra actividades económicas como: la minería, la construcción, las actividades textiles, etc. (Ruiz,2020,p.2)

Sector Terciario

El tercer sector económico es la prestación de servicios, Así, incluye las actividades que ofrecen/prestan algún tipo de servicio a la comunidad, algunas de las actividades que se evidencia en el sector terciario son: la medicina, la enseñanza, el comercio, el turismo, las telecomunicaciones, las finanzas, etc. Se trata de un sector importante para que la economía fluya. Así, resulta imprescindible su correcto funcionamiento para que los sectores económicos de Colombia ya mencionados resulten más productivos. (Ruiz,2020,p.2)

La economía de Colombia por ser variable no permite que la mayoría de las empresas estén al mismo nivel, dado que todos los días las empresas deben afrontar el síndrome de la montaña rusa (las altas y bajas del mercado) colocándolas en desventajas por los cambios repentinos y problemáticas (pandemia, desorden público, aumento de la materia prima) que pueden presentarse al pasar del tiempo, conllevando a la afectación en los flujos de ingresos, inversión y patrimonio. Provocando la disminución del valor de la empresa en el mercado por falta de estrategias comerciales que les permita sostenibilidad, rentabilidad y perdurabilidad.

Cuando las empresas presentan disminución en las ventas, es el momento apropiado para realizar una valoración apropiada que se ajuste a la dinámica de la empresa, con el fin de analizar los indicadores, estados financieros, proyecciones, planes de acción y estrategias que permitan enfrentar los constantes cambios que tiene la economía que va encaminada a la sostenibilidad. INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY), dedicada a la fabricación y comercialización de textiles de la ciudad de Santiago de Cali, se encuentra enfrentando las problemáticas obtenidas por la pandemia, desorden público y altos costos de la materia prima.

Esta investigación se desarrollará en 3 fases:

La primera fase se encontrará el planteamiento del problema, basándose en trabajos escritos sobre el tema y teorías de los diferentes autores que han desarrollado trabajos similares. La segunda parte, abarca el proceso de valoración de la empresa teniendo en cuenta el análisis de los estados financieros de los años 2019 a 2021 de la empresa INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY);Bajo hipótesis, se hace la proyección de los Estados Financieros y flujos para estudiar y analizar el proceso de valoración y comportamiento del Valor de la empresa. La tercera parte, se conforma el plan de acción y las estrategias para apuntar a la rentabilidad, sostenibilidad y perdurabilidad de la empresa.

1. Antecedentes

Para el desarrollo del trabajo, se ha tenido como guía a trabajos de grados que han realizado a nivel internacional, nacional, regional teniéndolos como base para el buen desarrollo del este trabajo:

“VALORACION DE UNA EMPRESA MULTINACIONAL: Grupo PIKOLIN” Tesis de Maestría en Conjunto Derecho y Administración y Dirección de Empresas de la universidad de Zaragoza, elaborado por Ángel P. Ramos Laguna, año 2019. En este trabajo hace el análisis que no existe un único método de valoración de empresa y que no existe un método científicamente correcto, se destaca que el descuento de flujo de caja se considera como el método más asertivo para el análisis de información financiera de una entidad, para un buen análisis es la combinación de varios métodos para la mejor toma de decisión y mejoramiento de la problemática. Hace énfasis en la combinación de métodos de la valoración de empresas como ejemplo EV/FCF, el EV/EBITDA y el P/FCF, entre otros. Como conclusión definieron que la implementación de varios métodos de evaluación de empresa puede ayudar una mejor decisión.

Este estudio aporta a la investigación en tener en cuenta todos los métodos de valoración de empresa para poder determinar cuál es el más apropiado para este estudio.

“VALORACIÓN DE LA EMPRESA “DISTRIBUIDORA CREAM HELADO” BAJO LA METODOLOGÍA DE OPCIONES REALES MEDIANTE ARBOLES BINOMIALES.”.

Tesis de pregrado para optar el título de Ingeniero Financiero de la Universidad PILOTO de Colombia en la ciudad de Girardot elaborado por Juan Manuel Bernal Zapata y Carlos Eduardo

Ramírez Lesmes, año 2018. En este trabajo tiene como objetivo determinar cuándo y cómo la teoría de opciones reales podría aplicarse para el mejoramiento de la valoración de las empresas y cómo dicha información se puede implementar para modificar el modelo de DCF empresarial. Por lo tanto, se realizó un estudio teórico y un modelo para incorporarlo dentro del valor de las opciones reales de la empresa. Llegando a las conclusiones que la metodología que desarrollaron bajo el modelo de árboles binomiales para la valoración de opciones reales evidencia que tiene potencialidad por encima del enfoque de aplicación normal por medio del flujo de caja descontado, dando las opciones reales que inducen como una herramienta estratégica para la toma de decisiones.

Dicha investigación aporta a las opciones para aplicar la mejor valoración de la empresa teniendo en cuenta el modelo de DCF. Para así poder llegar a la mejor aplicación del método.

“VALORACIÓN DE LA EMPRESA TÉCNICA METALMECÁNICA DEL CARIBE Y CIA LTDA UNA EMPRESA DEL SECTOR METALMECÁNICO DE LA CIUDAD DE CARTAGENA” Monografía de grado para optar al título de Especialista en Finanzas, elaborado por Aldrin Polo Núñez y Linda Dona Daniels Sierra, 2015. En esta investigación se valora para la empresa Técnica Metalmecánica del Caribe y Cía. LTDA se tomó este estudio como referencia dado que opta por el uso del método de valoración de empresa a través del flujo descontado de caja con el fin de conocer el valor de la empresa, donde se concluye en esta investigación la acumulación del capital y el costo que genera dicha acumulación, evidenciando baja rentabilidad.

Este estudio de grado da su aporte a la investigación al método de flujo descontado de caja con el fin de poder conocer el verdadero valor de la empresa inversiones VILOREN's.

“VALORACIÓN DE EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PRODUCTOS NATURALES BAJO EL MÉTODO APV” trabajo realizado por los estudiantes Juan David Yépez y Laura Catalina Fuentes para el otorgamiento del título de Magister en Administración financiera de la universidad EAFIT de Medellín en el año 2017. Este trabajo tuvo como objetivo realizar la valoración de una empresa perteneciente al sector de productos naturales en Colombia por medio del método APV, con el fin de encontrar un valor razonable de la compañía para la negociación entre los socios o un inversionista.

Ayuda a la investigación a dar el verdadero valor de la empresa INVERSIONES VILOREN`S con el fin que los propietarios conozcan el valor de la empresa para futuras negociaciones o inversiones a futuros.

“VALORACIÓN DE LA EMPRESA ISAGEN S.A. BAJO EL MÉTODO DE FLUJO DE CAJA LIBRE” realizado por los estudiantes Ángela Bernal Moreno, Arlex Puerta Quintero y Deisy Heredia Gómez, para optar para el título de Especialista en Gestión Financiera Empresarial de la Universidad de Medellín en el año 2013. El objetivo del trabajo es darle el valor apropiado para la venta y las acciones de ISAGEN como resultado se demuestra que ISAGEN es una empresa cuya actividad depende de variables que son difíciles de controlar, su capacidad de generación depende principalmente de proyectos hídricos concluyendo que la valoración de ISAGEN dependerá de manera directa de fenómenos climáticos.

Este estudio se tiene como antecedente dado que la empresa INVERSIONES VILOREN`S depende mucho de la materia prima el cual garantiza la transformación de las materias primas para poderlas comercializar. Dicho lo anterior se refleja en el método de valoración de empresa de flujo de caja libre pues para que se obtenga una mayor valorización

depende de la cantidad de producción y materia prima disponible que se presenta en un determinado tiempo.

“VALORACIÓN FINANCIERA A LA EMPRESA PRIVADO S.A.S MEDIANTE EL MODELO DE FLUJO DE CAJA LIBRE DESCONTADO” realizado por Lina Marcela Gustín Muñoz y Luncella Rico Buitrago para obtener el título de especialista en valoración financiera de la universidad de los llanos en el año 2019, este trabajo hace énfasis en la valoración financiera bajo el método de valoración de la empresa de flujo de caja libre descontado con la finalidad de establecer el valor real de la empresa, contando con la estabilidad y negociaciones futuras. Brinda otra alternativa de búsqueda del verdadero valor de la empresa, teniendo en cuenta otros modelos y otras características para el desarrollo de la investigación.

“VALORACIÓN DE EMPRESAS COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN DE VALOR: CASO DE UNA EMPRESA AVÍCOLA COLOMBIANA” realizado por Caroll Rocío López Camargo para obtener el título de Magíster en Administración de empresa de la universidad Autónoma de Bucaramanga en el año 2019, dicha investigación hace énfasis a valoración de la empresa AVICOLA COLOMBIANA dado que la competencia de dicho sector es muy amplio, adicional estudia todas los futuros problemas que pueden ocasionar dado al alza de los implementos para el sostenimiento de las aves contrayendo consigo un aumento al producto en momento de su comercialización. Permite a la investigación proyectar todos los enfoques que puede llevar a cabo una empresa al pasar el tiempo, llevando consigo soluciones de liquidez de la empresa.

Dicho lo anterior se tiene como referencia estos trabajos de grado que están implementando la valoración de empresa en varios campos de la economía (agrícola, comercial,

finanzas, administración y metalmecánica) aportando varias visiones para el desarrollo de este trabajo de grado, en el que se realizará la valoración de la empresa INVERSIONES VILOREN´S dedicada a la fabricación y elaboración de ropa que se encuentra ubicada en la ciudad Santiago de Cali

2. Objetivos

2.1 General

Establecer el valor de la empresa INVERSIONES VILOREN´S de la ciudad de Santiago de Cali, Valle del Cauca.

2.2 Específicos:

- Analizar los diferentes métodos de valoración de empresas
- Realizar un análisis del estado actual de la empresa, mediante los Estados financieros para obtener la valoración de INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY).
- Proponer estrategias de acción que promueva la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa INVERSIONES VILOREN´S.
- Diseñar un folleto informativo para la empresa INVERSIONES VILOREN´S con el análisis, las estrategias y planes de acción para obtener la rentabilidad y sostenibilidad.

3. Justificación

La empresa INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY), ubicada en la ciudad de Santiago de Cali, en el departamento del Valle Del Cauca, fue creada en el año 2008 por los socios VIVIANA LORENA SUA BUSTOS y DIDIER GARCÍA. Como cualquier visionario, emprendieron la idea de negocio inicialmente con la reventa de camisas. Esto les permitió relacionarse con microempresarios del sector textil, que luego sirvieron de proveedores para la compra de insumos para la confección y diseño de prendas de vestir. Adicional a esto, realizaron acuerdos comerciales con empresas dedicadas a la elaboración de estampados, dando inicio a la comercialización de la marca propia en el año 2009. En el año 2012 se lanzó la primera línea de pijamas para dama, sin embargo este producto no se comercializó como se esperaba por lo que no era rentable y tubo poca acogida del público, es por esta razón que decidieron ofrecer solamente prendas de vestir para caballeros, continuando con la innovación en los diseños y estampados de las camisas, durante ese tiempo la elaboración de las prendas eran tercerizadas, por lo que para el año 2014 se tomó la decisión de abrir una fábrica de producción, la cual se ubicó en el barrio la nueva floresta de la ciudad de Cali. Inicialmente se inició labores con dos personas contratadas laboralmente, en el años 2015 decidieron aperturar el primer local en el centro de la ciudad de Cali, ahí se logró evidenciar que la venta del producto era muy rentable, en el año 2016 decidieron añadir a su catálogo camisas tipo polo para hombres, camisetas y pantalonetas donde los productos fueros acogidos por su clientela postivamente, desde el mes de junio del año 2016 decidieron ofrecer su catálogo a nivel nacional aperturando un establecimiento de comercio en la ciudad de Bogotá, desde el años 2017 se traslada la fábrica principal a la avenida 4 norte # 38 AN-27, aperturando otro local con su marca en ese mismo sitio.

Actualmente, INVERSIONES VILOREN`S (CHIMAY) ha aperturado mas de 8 establecimientos en ciudades como Cali, Palmira, Tuluá, Bogotá. La empresa hoy en día representa en el mercado una marca colombiana que brinda la oportunidad a sus clientes de vestir con prendas de diseños únicos, fuera de lo convencional brindando los más altos estándares de calidad en materia prima y procesos de estampado y acabado, adicional, promoviendo día a día el empleo.

De acuerdo con el crecimiento que ha tenido la empresa INVERSIONES VILOREN`S, evidencia que no cuenta con una valoración de la empresa, dado que los propietarios desconocen el costo de su marca, fábrica y establecimientos, conllevando consigo una desinformación financiera del crecimiento económico, es por eso que el desarrollo de la investigación le permitirá a la empresa INVERSIONES VILOREN`S (CHIMAY), determinar el valor real de su empresa, identificando si las gestiones adelantadas por la administración están produciendo valor; permitiendo obtener una proyección exacta de su situación financiera, pronosticar resultados para la toma de decisiones frente a los objetivos futuros, e implementando el mejoramiento de la rentabilidad de la empresa.

El propósito de esta investigación es realizar un análisis a través de la aplicación de los cursos vistos durante la maestría, como analítica financiera, Gerencia Y Planeación Financiera, Valoración Financiera De Empresas y Analisis Financiero; que hacen parte del plan de estudio de la Maestría, realizando mediante un ejercicio real de aplicación de la metodología de valoración de empresas fortaleciendo los conocimientos adquiridos y aplicandolos en la resolución de los problemas financieros a los que se enfrenta una empresa del sector textil del Departamento del Valle del Cauca.

Finalmente, este trabajo de grado resulta de gran utilidad para la empresa, ya que con este se busca que a partir de un ejercicio de valoración financiera el area adminisitrativa realice toma de decisiones de manera acertada que permita ampliar el portafolio de la empresa ,ofreciendo una mayor competitividad en los precios, que garantice productividad y aumento en el potencial de creación de valor para la empresa en un mediano y largo plazo para futuras inversiones , como desarrollo del trabajo de grado se diseñará un folleto donde se evidencie los planes de acción que ayude a la sostenibilidad, rentabilidad y durabilidad de la empresa INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY).

Con la realización de la presente investigación, la empresa INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY) obtendrá los siguientes beneficios:

- Valor de la empresa en el mercado.
- Proponer planes de acción y estrategias financieras que dé como resultado la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa.
- Búsqueda de estrategia de futuros problemas en momentos de liquidez atacando puntos que no permitan rentabilidad.
- Mejorar las utilidades en un periodo de corto, mediano y largo plazo con base a las estrategias creadas para la empresa.

4. Marco Teórico

4.1 Análisis E Indicadores Financieros En Las Empresas

El análisis financiero es el estudio efectuado a los estados contables de un ente económico con el propósito de evaluar el desempeño financiero y operacional del mismo, así como para contribuir a la acertada toma de decisiones por parte de los administradores, inversionistas, acreedores y demás terceros interesados en el ente. Esta es la forma más común de análisis financiero y representa la relación entre dos cuentas o rubros de los estados contables con el objeto de conocer aspectos tales como la liquidez, rotación, solvencia, rentabilidad y endeudamiento del ente evaluado. Su utilidad está en la lectura con indicadores de otras empresas del mismo sector, y cuando se comparan diversos períodos dentro de la misma empresa, esto con el fin de evaluar la situación del negocio, así como sus tendencias. GARCIA SERNA Oscar León. (1999).

Para realizar un diagnóstico financiero se debe tener en cuenta tanto el diagnóstico externo como el interno. Respecto al diagnóstico externo existen muchas variables que pueden generar altos niveles de riesgo que amenacen el negocio en marcha, por lo que se debe recopilar información de diferentes factores, como la situación política y económica que enfrenta el país, el medio ambiente, el entorno social, entre otros, que permitan a la administración tener una visión general de las situaciones y definir qué fortalezas y amenazas deben ser abordadas para apoyar la ejecución de la actividad de la empresa.

Otro aspecto importante por evaluar es el mercado en el que se desenvuelve la empresa. Ya que el mercado varía constantemente, concentrándose en los esfuerzos para estudiar la

estrecha relación que existe entre las empresas de un mismo sector y extraer de estas datos y resultados que permitan realizar un comparativo para medir la productividad, rentabilidad, liquidez, eficacia y demás criterios de la compañía objeto de estudio, los cuales deberán medirse a través de indicadores financieros y serán vitales a la hora de definir planes de acción. GARCIA SERNA Oscar León. (1999).

Para iniciar el proceso de diagnóstico interno, se indaga los diferentes aspectos de la empresa, como su objeto social, misión, visión, organigrama, funciones de cada área y manual de funciones de cada cargo. Esto con el objetivo de identificar una estructura completa y posteriormente revisar la información que se presenta en las actas de socios, informes de revisores fiscales y, principalmente, en los estados financieros, ya que a través de sus diferentes elementos (activo, pasivo, patrimonio, gastos, costos), constituyen el insumo requerido para elaborar diferentes indicadores financieros. Brigham, E. y Houston J (2006)

Existen diferentes indicadores financieros que nos permiten evaluar en detalle la situación de la empresa. El beneficio de utilizarlos radica en que sirven para interpretar los resultados de la empresa y permiten hacer comparaciones con los resultados de otros períodos, de otras empresas y del sector en general.

Algunas de las razones por las cuales se utilizan indicadores para realizar el análisis de una empresa son:

Son una herramienta comparativa muy útil que permite comparar los números de una empresa con otros indicadores.

- El número que se obtiene a través del cálculo de un indicador no proporciona demasiada información, sino que es necesario relacionarlo con otras magnitudes financieras para poder obtener esa información.
- Los indicadores muestran relaciones entre variables y magnitudes distintas: Se podrá observar como hay variables que sufren cambios dependiendo de variaciones en otras magnitudes.
- Son un buen método para resumir la información financiera de una empresa.
- Son útiles en la elaboración de proyecciones financieras a futuro.
- y ayudan a determinar el riesgo y rentabilidad de una empresa. (Ríos Sastre, 2011).

Estos se agrupan en cuatro grupos importantes de indicadores:

- Indicadores de endeudamiento: indican la cantidad de fondos propios y ajenos que financian la actividad empresarial.
- Indicadores de liquidez: Miden la capacidad de la empresa para atender sus obligaciones de pago a corto plazo.
- Indicadores de rentabilidad: Muestran el beneficio obtenido a través de las ventas y el rendimiento del capital invertido.
- Indicadores de actividad o eficiencia: Miden lo productiva que es la empresa en la utilización de sus recursos. (Ríos Sastre,2011)

4.2 La Valoración Financiera

La valoración financiera tiene como finalidad determinar el valor económico de las empresas frente a sus competidores, basándose en las proyecciones financieras y de producción.

Para tal efecto, Benítez (2013), afirma que antes de realizar cualquier valoración se debe determinar el diagnóstico financiero y estratégico, este puede ser dirigido tanto para los propietarios actuales o futuros, analizando el uso de sus recursos, la capacidad en reparto de dividendos y pago del servicio a la deuda, visualizar bajo el enfoque integral el efecto que sobre la estabilidad de la empresa están produciendo las decisiones operativas y financieras, y determinar la generación de valor de la empresa.

El diagnóstico se realiza con el estudio de la información contable y la demás disponible para determinar la situación financiera de la empresa. Se tiene en cuenta la información tanto cualitativa como cuantitativa e histórica. Fernández (2008).

4.2.1 Concepto de Valoración de empresas:

Fernández (2008), señala que la valoración es un ejercicio de sentido común y de algunos conocimientos técnicos, que deben estar enfocados con base a las siguientes preguntas: “¿Qué se está haciendo?, ¿por qué se está haciendo la valoración de determinada manera? y ¿para qué y para quién se está haciendo la valoración?” (p.1), preguntas que de no ser contestadas correctamente generan errores al momento de la valoración.

Para realizar el proceso de valoración Jaramillo (2010) menciona, que es indispensable que se conozca perfectamente no sólo las características de la empresa a valorar sino también la función de la valoración, es decir, tener claro cuál es el motivo del ejercicio ya que no es lo

mismo valorar una empresa que se va a liquidar, o una cuyos activos no son renovables, o una empresa que tiene su continuidad garantizada, además la valoración debe considerar tanto el tiempo como el lugar en el que se lleva a cabo, ya que siempre la valoración va a estar influida por el entorno con un efecto importante en el resultado, no es posible aislarse de los aspectos jurídicos, tecnológicos, ambientales, sociales y políticos.

4.2.2. Razones Para Valorar una empresa:

Kennedy y McMullen (1976), mencionan que existen muchas razones para valorar una empresa. A menudo su propiedad necesita disponer de una idea de valor porque:

- Operaciones de compraventa: Para el comprador, la valoración le indica el precio máximo a pagar.
 - para el vendedor, la valoración le indica el precio mínimo por el que debe vender. También le proporciona una estimación de hasta cuánto pueden estar dispuestos a ofrecer distintos compradores.
- Valoraciones de empresas cotizadas en bolsa: Para comparar el valor obtenido con la cotización de la acción en el mercado.
 - para decidir en qué valores concentrar su cartera: aquellos que le parecen más infravalorados por el mercado.
 - la valoración de varias empresas y su evolución sirve para establecer comparaciones entre ellas y adoptar estrategias.
- Salidas a bolsa: La valoración es el modo de justificar el precio al que se ofrecen las acciones al público.

- Herencias y testamentos: La valoración sirve para comparar el valor de las acciones con el de los otros bienes.
- Sistemas de remuneración basados en creación de valor: La valoración de una empresa o una unidad de negocio es fundamental para cuantificar la creación de valor atribuible a los directivos que se evalúa.
- Identificación y jerarquización de los impulsores de valor (value drivers): Identificar las fuentes de creación y destrucción de valor.
- Decisiones estratégicas sobre la continuidad de la empresa: La valoración de una empresa y de sus unidades de negocio es un paso previo a la decisión de: seguir en el negocio, vender, fusionarse, ordeñar, crecer o comprar otras empresas.
- Planificación estratégica: Decidir qué productos/líneas de negocio/países/clientes... mantener, potenciar o abandonar.
 - permite medir el impacto de las posibles políticas y estrategias de la empresa en la creación y destrucción de valor.
- Procesos de arbitraje y pleitos: Requisito a presentar por las partes en disputas sobre precios.
 - la valoración mejor sustentada suele ser más próxima a la decisión de la corte de arbitraje o del juez (aunque no siempre)

Esta temática es importante porque permite tener claridad frente a la razón para realizar la valoración financiera en las empresas como un proceso que permite disminuir la incertidumbre de los futuros problemas ayudando a la toma de decisiones, por eso es importante conocer los elementos que forman parte del ejercicio valorativo, que según Rojo (2007) son: La empresa a

valorar, el valorador que es el sujeto experto, quien debe seleccionar el método de valoración que se ajuste tanto a las condiciones internas como externas de la empresa y la aplicación del método que le permitirá hallar el valor que coincida con el propósito de la valoración.

4.3 Métodos De Valoración Financiera

Según Fernández (2008), menciona que existen múltiples fórmulas de valoración y no todos los métodos ayudan a determinar el verdadero valor para la empresa. Los métodos de valoración se pueden clasificar en seis grupos:

Tabla 1. Principales Métodos de Valoración

PRINCIPALES METODOS DE VALORACIÓN					
BALANCE	CUENTAS DE RESULTADOS	MIXTOS (GOOD WILL)	DESCUENTOS DE FLUJOS	CREACIÓN DE VALOR	OPCIONES
Valor contable	Múltiplos de:	Clásico	Free Cash Flow	EVA	Black y Scholes
Valor contable ajustado	Beneficio: PER Ventas	Unión de expertos Contables Europeos	Cash Flow acciones Dividendos	Beneficio económico	Poción de invertir Ampliar el proyecto
Valor de liquidación	Ebitda	Renta Abreviada	Capital Cash Flow	Cash value added	Aplazar la inversión
Valor sustancial Activo neto Real	Otros Múltiplos	Otros	APV	CFROI	Usos alternativos

Nota. Métodos de Valoración (Fernández, 2008).

A continuación, se hace una breve descripción de cada uno de ellos:

4.3.1. Métodos de Balance o Patrimoniales: Este método refleja la situación específica de una empresa respecto a lo que posee como valor real y tangible. Esto resulta de la resta entre los activos y los pasivos.

Los modelos basados en el balance parten de la situación que presentan las cuentas anuales de la empresa: el balance y la cuenta de resultados; de acuerdo a la normativa contable

actual, contempla los hechos contables que ya han sucedido, sin considerar la posible creación o destrucción de valor que se pueda generar en un futuro. Son, por este motivo, modelos que valoran la parte tangible de una organización. (Santandreu&Torres, 2012).

4.3.2 Métodos de Cuentas de Resultados o Rentabilidad: El valor de una empresa es la capacidad que tiene la misma para generar utilidades y rentabilidad. Si hay buena rentabilidad, habrá mejor valor.

Los métodos basados en múltiplos consisten en multiplicar algún parámetro de la compañía, como puede ser el beneficio, las ventas o el número de clientes, por un determinado valor (n). Esta (n) suele determinarse a partir de buscar relaciones entre el valor de compañías similares (mismo sector, tamaño, etc.) y el parámetro sobre el cual se aplicará el múltiplo (Santandreu&Torres, 2012).

Fernández (2015), agrega que los múltiplos tienen una gran dispersión, por lo tanto, la valoración bajo este método puede ser cuestionable, sin embargo, es útil cuando ya se ha valorado bajo otro método como flujo de caja, para comparar múltiplos de empresas similares permitiendo medir la valoración realizada identificando diferencias entre el valor calculado y las empresas comparables. Aunque los más utilizados suelen ser el PER (ratio precio-beneficio) y el EV/EBITDA.

Los métodos más conocidos son:

- El valor del PER (multiplicador del beneficio).
- El valor por Descuento de Dividendos según Gordon-Shapiro.
- El valor por Multiplicadores en base a múltiplos de compañías comparables.

- El Valor por Descuento de Flujos (en sus vertientes de WACC y CAPM).

A continuación, se muestran los múltiplos más utilizados:

Tabla 2. Múltiplos Utilizados en el Método de Cuentas de Resultados o Rentabilidad

Abreviatura en Inglés		Traducción al Español	
P/E, PER	Price earnings ratio	PER	Capitalización/beneficio
P/CE	Price to cash earnings	P/CF	Capitalización/cash flow contable
P/S	Price to sales	P/V	Capitalización/ventas
P/LFCF	Price to levered free cash flow	P/CFac	Capitalización/cash flow para las acciones
P/BV	Price to book value	P/VC	recurrente
P/AV	Price to asset value		Capitalización/valor contable de las
P/Customer	Price to customer		Acciones
P/units	Price to units		Capitalización/valor contable de los
P/output	Price to output		activos
EV/EBITDA	Enterprise value to EBITDA		Capitalización/número de clientes
			Capitalización/ventas en unidades físicas
EV/S	Enterprise value to sales		Capitalización/capacidad productiva
EV/FCF	Enterprise value to unlevered free cash flow		(deuda + capitalización) /EBITDA
			(deuda + capitalización) /ventas
EV/BV	Enterprise value to book value		(deuda + capitalización) /free cash Flow
			(deuda + capitalización) / (deuda + valor
PEG	Price earnings (PER) to growth		contable de las acciones)
			PER / crecimiento esperado del BPA
EV/EG	Enterprise value to EBITDA growth		(deuda + capitalización) /EBITDA/crecimiento del EBITDA

Nota: Múltiplos más utilizados (Fernández, 2008).

4.3.3 Métodos mixtos, basados en el goodwill. Este método combina la valoración de los activos de la empresa junto a los beneficios futuros que le va a generar su Goodwill, entendiendo este último como el buen nombre o reputación que tiene la organización, dándole ventaja competitiva y facilitando el camino para incursionar en nuevos mercados o ampliar los actuales

y así sostenerse en el tiempo. El problema es calcular su valor, ya que no existe una metodología única. (Santandreu&Torres, 2012).

Estos métodos, según Brealey, R. (2005), parten de diferentes puntos de vista: primero, una valoración estática de los activos de la empresa y segundo, una proyección del valor que la empresa generará en un plazo determinado. (p. 48).

Tabla 3. Valor de la Empresa

METODO	VALOR DE LA EMPRESA
Métodos de Valoración "Clásico"	$V = A + (n \times B)$ para empresas industriales, ó $V = A + (z \times F)$ para el comercio minorista A = valor del activo neto; n = coeficiente comprendido entre 1,5 y 3; F = facturación B = beneficio neto; z = porcentaje de la cifra de ventas.
Método de la Unión de Expertos Contables Europeos (UEC)	Si se despeja $V = A + an(B - iV)$, se obtiene: $V = [A+(anxB)] / (1+ian)$
Método simplificado de la "renta abreviada del goodwill" o método de la UEC simplificado	$V = A + an(B - iA)$ A = activo neto corregido; an = valor actual, a un tipo t, de n anualidades unitarias, con n entre 5 y 8 años; B = beneficio neto del último año o el previsto para el año próximo; i = rentabilidad de una inversión alternativa. an (B - iA) = fondo de comercio o goodwill. (B - iA) se suele denominar ¡superbeneficio!
Método indirecto o método "de los prácticos"	$V = (A+B/i) / 2$ que también puede expresarse como $V=A+(BiA) / 2i$ i suele ser el tipo de interés de los títulos de renta fija del Estado a largo plazo. B es muchas veces el beneficio medio de los últimos 3 años. Tiene muchas variantes que resultan de ponderar de manera distinta el valor substancial y el valor de capitalización de los beneficios
Método anglosajón o método directo	$V = A + (B - iA) / tm$ La tasa tm es la tasa de interés de los títulos de renta fija multiplicada por un coeficiente comprendido entre 1,25 y 1,5 para tener en cuenta el riesgo.
Método de compra de resultados anuales	$V = A + m(B - iA)$ El número de años (m) que se suele utilizar es entre 3 y 5, i es el tipo de interés a largo plazo.

Método de la tasa con riesgo y de la tasa sin riesgo	$V = A + (B - iV)/t$ despejando $V = (A + B/t) / (1 + i/t)$ i es la tasa de una colocación alternativa sin riesgo; t es la tasa con riesgo que sirve para actualizar el “superbeneficio” y es igual a la tasa i aumentada con un coeficiente de riesgo. Es una derivación del método de la UEC cuando el número de años tiende a infinito
--	---

Nota: Métodos Mixtos, basados en el Goodwill (Fernández, 2008).

4.3.4 Los Métodos de Descuentos de Flujos: Conceptualmente este método valora la empresa en función de la capacidad de ésta de generar flujos de dinero en el futuro para luego descontarlos a valor actual en función de una tasa de riesgo en consonancia con el riesgo/rentabilidad inherente a cada negocio. (Santandreu&Torres, 2012).

Los métodos basados en el descuento de flujos utilizan flujos de efectivo futuros – a partir de previsiones– que actualizados a una tasa de interés reflejan el valor actual de los mismos. Es decir, se basan en buscar la cantidad monetaria equivalente a valor de hoy de una serie de valores futuros previstos. Con esta metodología lo que se valora es la capacidad futura de generación de valor por parte de la organización (Santandreu&Torres, 2012).

La valoración del descuento de flujo establece la tasa de descuento conveniente a los diferentes flujos de fondos. Uno de los puntos más importante en la fijar el porcentaje de descuento es la practica , las volatilidades históricas y los riesgo, ya que muchos de los casos el descuento lo deciden los interesados, (compradores o vendedores no dispuestos a invertir o a vender por menos de una determinada rentabilidad, etc.).

Los métodos establecidos por el descuento de flujos de fondos parten de la formula:

$$V = \frac{CF_1}{1+K} + \frac{CF_2}{(1+K)^2} + \frac{CF_3}{(1+K)^3} + \dots + \frac{CF_n + VR_n}{(1+K)^n}$$

siendo: CF_i = flujo de fondos generado por la empresa en el período i ; VR_n = valor residual de la empresa en el año n ; K = tasa de descuento apropiada para el riesgo de los flujos de fondos. (Fernández, 2008)

La anterior formula considera la duración de los flujos, sin ser necesario, dado que el valor residual de la empresa en el año n (VR_n) se puede calcular con los descuentos de los flujos futuros a partir de ese período.

La forma fácil para considerar la duración indefinida de los flujos futuros a partir del año n es creer en la tasa de crecimiento constante (g) a partir de los flujos de ese tiempo, y para obtener el valor residual en el año n aplicando la fórmula resumida de descuento de flujos indefinidos con crecimiento constante: $VR_n = CF_n (1+g) / (k-g)$.

Para tener claridad en el desarrollo de los métodos de valoración en el descuento de flujo es necesario conocer los tipos de flujos de fondo.

En la actualidad existen tres flujos de fondos básicos: el flujo de fondos accionistas, el flujo de fondos para los proveedores de deuda y el flujo de fondos libres. Toda empresa es un proyecto de inversión, en función de que es capaz de generar rentabilidad y disminución de riesgo, se obtiene el valor de la empresa.

A continuación, se muestran los flujos de caja más utilizados:

Tabla 4. Tipos de cash Flow

FLUJO DE FONDOS	TASA DE DESCUENTO APROPIADA
CFac. Flujo de fondos para los accionistas	Ke. Rentabilidad exigida a las acciones
CFd. Flujo de fondos para la deuda	Kd. Rentabilidad exigida a la deuda

FCF. Flujo de fondos libre (<i>free cash flow</i>)	WACC. Coste ponderado de los recursos (deuda y acciones)
CCF. <i>Ca pital cash flow</i>	WACC antes de impuestos

Nota: Tipos de cash flows (Fernández, 2008).

Los métodos conceptualmente correctos para empresas con expectativas de continuidad son los basados en el descuento de flujos de fondos, que consideran a la empresa como un ente generador de flujos de fondos y, por ello, sus acciones y su deuda son valorables como otros activos financieros (Fernández, 2008).

Según Fernández (2008), para valorar por FCD se debe estimar los flujos futuros que generaría la empresa durante cada periodo y contiene la proyección de las operaciones de la empresa, es decir, se calcula de manera similar al presupuesto de tesorería; una vez estimados estos flujos, se deben traer a valor presente con una tasa de descuento que sea apropiada dado el riesgo de cada uno de ellos, cuya fórmula general parte de la siguiente expresión:

$$V = \frac{CF_1}{1+K} + \frac{CF_2}{(1+K)^2} + \frac{CF_3}{(1+K)^3} + \dots + \frac{CF_n + VR_n}{(1+K)^n}$$

Siendo: = flujo de fondos generado por la empresa en el período i

V_{rn} = valor residual de la empresa en el año n

K = tasa de descuento apropiada para el riesgo de los flujos de fondos.

A su vez, al considerar una duración indefinida de los flujos futuros a partir del año n se

supone un crecimiento constante (g) para el valor residual, cuya fórmula es:

$$VR_n = \frac{CF_n(1+g)}{(K-g)}$$

Los flujos de fondos más utilizados para valoración según Fernández (2008) son:

- Flujo de fondos libre – Free cash flow (FCF): flujo generado por las operaciones representando el dinero que queda disponible después de cubrir necesidades de reinversión en activos fijos y de capital de trabajo.
- El cash flow disponible para las acciones (CFac): es el flujo que queda disponible después de haber abonado las cargas financieras (capital más intereses).

Se representa así: $CFac = FCF - (\text{intereses pagado} * (1 - \text{impuestos}) - \text{pago capital} + \text{nueva deuda})$.

- Cash flow para los poseedores de deuda (CFd): es la suma del pago de intereses más la devolución del capital.

Representado por $I - D$, donde $I = D * Kd$

- Capital cash flow (CCF): Es la suma del CFac + CFd

4.3.5 El free cash flow (FCF):

Según Nava (2009) este método también llamado flujo de fondos libre, es el flujo de fondos operativo, esto es, el flujo de fondos generado por las operaciones, sin tener en cuenta el endeudamiento (deuda financiera), después de impuestos. Es el dinero que quedaría disponible en la empresa después de haber cubierto las necesidades de reinversión en activos fijos y en necesidades operativas de fondos, suponiendo que no existe deuda y que, por tanto, no hay cargas financieras.

Para calcular los flujos de fondos libres futuros se debe hacer una previsión del dinero que recibiremos y que deberemos pagar en cada uno de los períodos, es decir, que se trata básicamente del enfoque usado para realizar un presupuesto de tesorería. Sin embargo, para valoración de empresas esta tarea exige prever flujos de fondos a mayor distancia en el tiempo que la que habitualmente se realiza en cualquier presupuesto de tesorería.

Según (García Serna Oscar León, 1999), La obtención del free cash flow supone prescindir de la financiación de la empresa, para centrarse en el rendimiento económico de los activos de la empresa después de impuestos, visto desde una perspectiva de empresa en marcha y teniendo en cuenta en cada período las inversiones necesarias para la continuidad del negocio.

4.3.6 El cash Flow disponible para las acciones (CFac)

El flujo de fondos disponible para las acciones (CFac) se calcula restando al flujo de fondos libre los pagos de principal e intereses (después de impuestos) que se realizan en cada período a los poseedores de la deuda, y sumando las aportaciones de nueva deuda. Es, en definitiva, el flujo de fondos que queda disponible en la empresa después de haber cubierto las necesidades de reinversión en activos fijos y en NOF, y de haber abonado las cargas financieras y devuelto el principal de la deuda que corresponda (en el caso de que exista deuda).

(MARTINEZ SALDARRIAGA Luis Alberto, 2016)

Se puede representar lo anterior de la siguiente forma:

$$\text{CFac} = \text{FCF} - [\text{intereses pagados} \times (1 - T)] - \text{pagos principal} + \text{nueva deuda}$$

Al realizar proyecciones, los dividendos y pagos a accionistas esperados deben coincidir con los flujos de fondos disponibles para los accionistas. Este cash flow supone la existencia de

una determinada estructura de financiación en cada período, por la cual se abonan los intereses de las deudas existentes, se pagan los vencimientos de principal que correspondan y se reciben los fondos provenientes de nueva deuda, quedando finalmente un remanente que es el dinero que queda disponible para los accionistas y que se destinará a dividendos o a recompra de acciones. Estupiñan Gaitán Orlando. (2006).

Al actualizar el flujo de fondos para los accionistas estamos valorando las acciones de la empresa (E), por lo cual la tasa de descuento apropiada será la rentabilidad exigida por los accionistas (K_e). Para hallar el valor de la empresa en su conjunto ($D + E$), es preciso sumar al valor de las acciones (E), el valor de la deuda existente (D). Estupiñan Gaitán Rodrigo. (2006).

4.3.7 Capital cash flow (CCF)

Según Castán, F. (2009), se denomina *CCF* a la suma del cash flow para los poseedores de deuda más el cash flow para las acciones. El cash flow para los poseedores de deuda se compone de la suma de los intereses más la devolución del principal. Por tanto:

$$CCF = CF_{fac} + CF_d = CF_{fac} + I - \Delta D \quad I = D \cdot K_d$$

Por todo lo anterior, para valorar la empresa INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY), se pretende poner en práctica el método de flujo de caja descontado. Método que busca establecer el real valor de la empresa a través de los flujos de dinero -Cash flows- que generará en el futuro (Fernández, 2008).

Este tema es importante dado que permite determinar los mecanismos necesarios para encontrar el valor de la empresa según sus planes de negocios, estados financieros, expectativas de crecimiento y otras variables generadoras de valor.

4.4 Sector De La Economía: Textil

La industria textil¹ es el sector de la industria manufacturera dedicado a la producción de fibras (naturales y sintéticas), telas, hilados y otros productos vinculados con la ropa y la vestimenta. Generalmente se refiere a la transformación de las materias primas en productos con un valor agregado como prendas de vestir, zapatos. La industria textil es una de las actividades económicas más impacto en el mundo, ya que su producto final suele comercializarse un valor agregado.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Colombia cuenta con un robusto tejido empresarial de más de 14 mil empresas de la industria de la moda, en su mayoría microempresas y pymes, y una fuerza de trabajo calificada, especializada y reconocida a nivel internacional.

Con la llegada de la pandemia ocasionada por el Covid – 19 en el año 2020, en Colombia, este sector se vio afectado, sin embargo, ha presentado una recuperación más rápida de lo presupuestado, se proyecta que el Sistema Moda en Colombia, para el años 2022 logrará alcanzar las cifras de 2019, según proyecciones iniciales de Raddar e Inexmoda.

Según la revista Semana, (2022) presiente que el sector textil cerrará el año 2022 con las mismas cifras de 2019, con el ajuste de la inflación, si bien en la primera etapa de la pandemia

¹ Fuente: <https://concepto.de/industria-textil/#ixzz7fNB67FnW>

los textileros optaron por la confección de mascarillas y las prendas de bioseguridad, la “moda” parece haber regresado a la normalidad con un consumo elevado no solo de prendas cómodas, sino también de Jean, zapatillas deportivas, blusas y moda de playa

Según datos de ProColombia, la industria de la moda colombiana representa el 9,4% sobre el total del PIB industrial y emplea alrededor de 600 mil personas. En 2019, las ventas de prendas de vestir y calzado en el país, alcanzaron un valor de USD 8 mil millones y más de 1.200 empresas colombianas de esta industria exportaron sus prendas a más de 100 países.

Es así como, durante los últimos años desde 2010 al 2022, Cali y su departamento, el Valle del Cauca, figuraban entre los destinos más importantes y prominentes para la industria textil y de moda en el país, y con el fin de seguir creciendo y fortificando la industria que tan solo pocos años atrás era una de las ramas más sólidas de la fuerza manufacturera de la región, Fenalco Valle ha creado recientemente el Clúster Textil, que suma ya más de 1.500 miembros, agrupando a los exponentes de la región, entre estos la empresa, INVERSIONES VILOREN’S (CHIMAY).

Debido a las crisis sociales como la pandemia del covid-19 y el desorden público, muchas empresas del departamento del Valle del Cauca tuvieron que reingeniárselas para seguir en función y mantener personal con empleo. Dando apertura a la confección de trajes de bioseguridad y elementos de protección para el cuidado del virus. Motivadas por esta situación, 10 de las más importantes organizaciones de Cali y el Valle del Cauca como (Agroindutex Vg S A Grupo Intexa S AS, Industria Colombiana Textil SAS, Industria Manufactura Y Dotación Textil S A S, Industria Textil De Diseño De Moda S A S, Textil Industrial De Colombia Texinco S A S, Industrias Textiles Y Medias SAS, Textil Service Ltda.) dedicadas a la

confección textil se han unido a Clúster en Acción, plataforma empresarial coordinada por la Cámara de Comercio de Cali y entidades gubernamentales para crear soluciones tangibles que den respuesta a esta problemática. (Revista republica, 2022)

Esta temática es importante porque permite entender las características específicas en el área en el que se desarrolla la empresa, comportamientos macro y micro económicos que influirán en la toma de decisiones y estrategias a implementar para penetrar o sostenerse en el mercado.

4.5 La Gestión Organizacional

De acuerdo a la Universidad de Cambridge, la gestión organizacional es un aspecto clave para conseguir que una organización funcione de forma eficiente en el proceso de consecución de objetivos. Para esto, lo que se busca es planificar una gestión de recursos materiales y humanos óptima.

El Management, como disciplina, ganó peso a partir de la década de 1960. Hoy se entiende que cualquier tipo de organización, sea pública o privada, ha de gestionarse correctamente. Esta es una manera de que, a medio plazo, se mejoren los indicadores y se minimicen los problemas.

Los modelos de gestión organizacional son variados y van a depender del objetivo final

4.5.1 Gestión Organizacional Por Resultados

Este es el modelo más habitual y fácil de reconocer por todos los miembros del equipo. Básicamente, en este caso se trata de gestionar la organización, tanto sus recursos materiales como humanos, en el camino de obtener unos resultados previamente pactados. Asimismo, es

imprescindible que se haya establecido una meta de obligado cumplimiento conmensurable.
(Universitat Carllamaney.2020)

4.5.2. Gestión De Organizaciones Basada En Procesos

La gestión de las organizaciones basada en procesos introduce un nuevo matiz. En este caso, el foco se pone sobre los propios procesos organizacionales, con el objetivo de mejorarlos. Por lo tanto, la mejora de los resultados se conseguirá porque ha habido una mejora de los procesos organizacionales. Aquí de lo que se trata es de perfeccionar la metodología para que esta sea mejor y ofrezca más rendimientos.(Universitat Carllamaney,2022)

4.5.3. Gestión De Organizaciones Centralizada

La gestión de organizaciones centralizada es otro de los modelos clásicos y, por lo general, es vertical. En este supuesto, se sabe perfectamente quién toma las decisiones y de qué manera las transmite. Este modelo lo que hace es centralizar todo en el gerente o propietario y, por lo general, es propio de las PYMES. Este es un liderazgo fuerte que puede ser eficaz, siempre que se aplique a pequeña escala.(Universitat Calarmaney,2022)

A continuación los fundamentos de la gestión de las organizaciones:

4.5.3.1 Planificación

La planificación es fundamental, y sin esta una organización no puede funcionar con criterio. Esto se aplica indistintamente para las empresas públicas y privadas.

Siempre hay que establecer una planificación de objetivos y resultados. Y esto, en una empresa, sucede desde antes de existir, con el Plan de Negocio. Por lo tanto, también se hacen planificaciones anuales y semestrales. Castán (2009),

4.5.3.2 Dirección

La dirección es otro de los fundamentos en la gestión de organizaciones. No en vano, hay que señalar que existen modelos verticales y horizontales, más centralizados o menos descentralizados. Sea cual sea, el modelo de dirección tiene que estar bien definido, así como los canales de comunicación. Sin esta cuestión, es indudable que se dificultarán, y mucho, los procesos. Castán (2009),

4.5.3.3 Asignación De Recursos

La asignación de recursos es clave para gestionar la organización. Y, por lo tanto, es una cuestión directamente relacionada con la planificación. Castán (2009),

4.5.3.4 Coordinación

La coordinación es primordial en cualquier organización. Cada miembro de la misma tiene que saber cómo obrar y con quién se tiene que coordinar para lograr los objetivos. Castán (2009),

4.5.3.5 Control

Las maniobras de control son igualmente importantes de forma doble. En primer lugar, porque hay que contar con una jerarquía determinada. Por otra parte, porque conviene señalar que se tienen que comprobar los cumplimientos de los objetivos.

Los mecanismos de control tienen que estar, también, definidos. Saber quién va a realizar estas operaciones y, sobre todo, a quién tiene que reportar. De lo que se trata, al final, es de proponer soluciones ante las problemáticas y, sobre todo, ver si la organización cumple con las metas establecidas. (Universitat Calarmaney,2022)

Esta temática es importante porque la gestión organizacional ayuda a que las empresas funcionen mejor en todos los sentidos. Por lo tanto, permite una adecuada organización administrativa basada en el alcance de los objetivos empresariales. Castán (2009),

5. Diseño Metodológico

5.1 Tipo Investigación:

Para el desarrollo de la investigación utilizará el Método explorativo y confirmatorio ya que se estudiará los estados financieros, hipótesis de rentabilidad y sostenibilidad de la empresa INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY) para obtener los resultados y cumplimiento de los objetivos propuestos

El tipo de estudio es Descriptivo, dado que la valoración escogida para la empresa se puede describir la situación actual financieramente permitiendo realizar proyección.

5.2 Técnicas Recolección Datos

La investigación se apoyará en los estados financiero de los periodos comprendidos entre los años 2019 y 2021; con el propósito de determinar el estado actual, calculando las principales razones financieras e inductores de valor y algunos de métodos técnicos de valoración de empresas; con los resultados obtenidos se plantearan las estrategias con la finalidad de optimizar las decisiones en pro de lograr una gestión eficaz de sus recursos y aumentar el valor de la empresa.

Así mismo se realizará dos tipos de encuestas, la primera dirigido a los clientes internos de INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY (trabajadores internos y trabajadores satélites) y la segunda encuesta dirigida a clientes externos para determinar su percepción y puntos de vista de la empresa, como también una entrevista a los propietarios de la empresa.

5.3 Población Y Muestra

Se realizará la encuesta a veinticinco trabajadores directos e indirectos de la empresa, hombres y mujeres de las diferentes áreas que tengan más de seis meses laborando en la empresa de manera consecutiva, esta encuesta constará de 18 preguntas cerradas, también, se realizará la encuesta a 132 clientes externos de manera aleatoria teniendo en cuenta el número de clientes que visitan los establecimientos por días, esta encuesta tendrá 10 preguntas cerradas que permitirán evidenciar la imagen de la empresa frente a sus clientes. Las dos encuestas nos permitirán llegar al análisis sobre el impacto y el actual estado financiero de la empresa.

Adicional se realizará una entrevista de 18 preguntas a los propietarios de la empresa INVERSIONES VILOREN´S (Chimay) donde se abarcará inicios de su empresa, estados financieros y proyecciones empresariales de inversión a un corto, mediano y largo plazo.

5.3.1 Cálculo tamaño de Muestra para clientes externos: Se utilizó la siguiente formula:

Se tomarán tres almacenes o puntos de ventas distribuidos en el departamento del Valle del Cauca

$$n = \frac{NZ^2PQ}{E^2} = 101$$

$$(N-1) E^2 + Z^2PQ$$

Dónde:

N: Total de Clientes que realizan compras en el mes = 520

Z: Nivel de confianza del 95%, es decir, $Z= 1.96$

P: 0.85, Proporción de clientes que realizan compras.

Q: 0.15, Proporción de clientes que no realizan compras.

E: Margen de error de 6%

Asignación proporcional de la muestra:

- Clientes: $(520/396) * 101$: 132 encuestas

5.4 Fuentes Información

La empresa INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY) pertenece al sector textil cuyo objeto es la confección de prendas de vestir para hombre con diseños únicos y exclusivos, a la que la investigadoras tienen acceso de los datos pertinentes para la aplicación en el desarrollo y resultados de la investigación.

En la etapa inicial de la investigación se utilizarán fuentes primarias de los socios, revisión documental de la información financiera, encuestas a clientes internos y externos y entrevista. Como fuentes secundarias basadas fuentes y bases de datos oficiales.

Durante el proceso de investigación se realizará las siguientes actividades:

- Recolección, organización, análisis y auditorias de información de la empresa
- Diagnóstico de la empresa por medio del análisis del interno y externo, análisis del entorno e innovación de la información financiera

- Determinar el método de valoración de empresa apropiado para establecer el valor real de la empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY)
- Determinar los pro y contra de la valoración.
- Proyectar estrategias en el plan financiero para el periodo de relevancia.
- Establecer las metas y objetivos de la organización.
- Diseñar un folleto informativo para la empresa INVERSIONES VILOREN´S con el análisis y futuras estrategias para obtener la rentabilidad y sostenibilidad.

5.4.1. Encuesta #1 (CLIENTES INTERNOS)

- 1) ¿Qué cargo desempeñas en la empresa? _____
- 2) ¿Hace cuánto labora ó desarrolla actividades en la empresa? _____
- 3) ¿Podría decirme cuántos trabajadores a tiempo completo tiene la empresa, usted incluido?
 - De 2 a 4 personas
 - De 5 a 9 personas
 - De 10 a 19 personas
 - De 20 a 49 personas
 - 50 o más personas
- 4) ¿Conoce usted cuál es la actividad principal de la empresa? _____

5) ¿Conoces los objetivos y valores de la empresa?

Sí____ No____

6) ¿Cuenta con manual o guías para realizar tu trabajo efectivamente?

Sí____ No____

7) ¿Les facilita de acceder a tecnología o materiales para realizar su trabajo?

Sí____ No____

8) ¿Conoce usted cuál fue la facturación anual aproximada de la empresa en el ejercicio fiscal anterior?

Sí __

No __

9) ¿Participa en la toma de decisiones financieras de la empresa?

Sí __

No __

10) ¿Cómo lleva mayoritariamente el control de los registros financieros de la empresa?

○ En formato electrónico (Excel o software específico) __

○ En formato de papel (p. ej., anotaciones en un cuaderno; conservación de recibos y facturas)

- No sabe / No contesta

11) ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

- Guardar de forma segura los datos financieros de la empresa _
- Compara el costo de distintas fuentes de financiación de la empresa _
- Realiza periódicamente previsiones de rentabilidad de la empresa _
- Adapta la planificación a los cambios en los factores económicos _
- Cuando se hace una inversión para la empresa tiene en cuenta su impacto medioambiental__
- Cuando se hace una inversión para la empresa tiene en cuenta su impacto social _

12) ¿Cómo calificaría sus conocimientos generales sobre temas financieros para el manejo de la empresa?

- Muy bajos
- Medios
- Muy altos

13) ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones?

- Establezco objetivos financieros a largo plazo para la empresa y trato de alcanzarlos__

- Prefiero proyectos de riesgo elevado y alta rentabilidad que proyectos de bajo riesgo y rentabilidad reducida _
- Prefiero seguir mi instinto en lugar de hacer planes financieros detallados para mi empresa

14) Considerando su experiencia trabajando en la empresa INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY, ¿la recomendarías a un amigo, familia o colega?

Sí ___

No ___

No sabe / No contesta ____

15) ¿Su jefe te apoya y te anima?

Sí ___

No ___

No sabe / No contesta ____

16) ¿La empresa INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY l te proporciona los recursos adecuados para hacer bien su trabajo?

Si_____No_____

17) ¿Consideras que el salario es justo y a tiempo?

Sí_____ No_____

18) ¿Cómo califica su experiencia en la empresa INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY?

Buena_____ Regular_____ Mala_____

5.4.2 Encuesta #2 (CLIENTE EXTERNOS)

1) ¿Usted conoce la empresa INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY?

SI_____NO_____

2) ¿Cuánto tiempo lleva utilizando los productos de la empresa?

- _ Menos de 6 meses
- _ De 6 meses a 1 año
- _ 1-3 años
- _ Nunca lo he usado

3) ¿Con qué frecuencia adquieres nuestros productos?

- _ Una vez a la semana
- _ Una vez al mes
- _ Cada 2-3 meses
- _ 2-3 veces al año o menos

4) ¿Al momento de comprar un artículo o producto de la empresa en que te fijas?

Precio_____ Calidad_____ Atención al cliente_____

5) ¿Cómo considera la calidad de nuestro producto?

Excelente_____ Buena_____ Regular_____ Mala_____

6) ¿Consideras que los precios son competitivos ante las demás empresas que ofrecen el mismo producto?

Sí_____ No_____

7) ¿Cuál es la probabilidad que vuelvas a comprar en INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY?

Muy probable_____ Probable_____ Poco Probable_____ Nada Probable_____

8) ¿Cuáles son las tres características que más le gusta de nuestro producto?

Color_____

Tela_____

Frescura_____

Estampado_____

Precio_____

9) ¿qué tan satisfecho está usted con nuestro producto/servicio?

__ Muy satisfecho

__ Satisfecho

- __ Insatisfecho
 - __ Muy insatisfecho
- 10) ¿Utilizarías / comprarías nuestro producto?
- __ Definitivamente
 - __ Probablemente
 - __ Definitivamente no
 - __ Nunca lo he usado

5.4.3 Entrevista Con Los Propietarios:

- 1) ¿Cómo empezó la idea de emprender?
- 2) ¿Cómo fue el inicio del emprendimiento?
- 3) ¿Por qué productos de la línea masculina?
- 4) ¿Cuántas franquicias tiene y en qué lugar?
- 5) ¿Cuántos empleados cuenta INVERSIONES VILOREN´S?
- 6) ¿Podría indicar cuál es el promedio de ventas mensuales?
- 7) ¿Cuáles son los meses que se puede considerar temporada alta?
- 8) ¿Qué planeación realizan para suplir las necesidades en temporadas altas?
- 9) ¿Cada cuánto realizan promociones?

- 10) ¿Cuánto son los costos de la materia prima en una nueva temporada?
- 11) ¿Cuál de todos los productos son los que más venden? ¿Por qué?
- 12) ¿Qué diferencia la marca INVERSIONES VILOREN´S a las otras marcas?
- 13) ¿Sabe Usted cuanto está valorada la empresa INVERSIONES VILOREN´S en la actualidad?
- 14) ¿Cuál es el plus o elemento diferenciador de la empresa?
- 15) ¿De todas las empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de productos textiles, cual es la marca competencia de INVERSIONES VILOREN´S y por qué?
- 16) ¿Qué cree que puede mejorar?
- 17) ¿Algún consejo para las personas que desean empezar su emprendimiento?
- 18) ¿Cuál de todos los productos de su catálogo es el más adquirido por los clientes?

La información obtenida de la fuente primaria de la valoración contiene análisis cuantitativo y cualitativo, empezando con el análisis cualitativo se identificaran los factores internos y externos de la empresa INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY). El análisis cuantitativo con lleva a la interpretación y análisis de los Estados Financieros junto con los indicadores para la continuidad de la ejecución del modelo de valoración que permite establecer estrategias para los años 2023-2024.

6. Resultados Y Analisis De Los Resultados

6.1 Descripción De La Empresa

INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY) es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de ropa urbana para caballeros, caracterizándose por su amplio catálogo de productos que lo diferencia por la innovación, calidad, diseño y frescura, esta empresa da inicio de sus labores en el año 2008. Hoy en día la empresa está legalmente constituida, ya cuenta con su propia fábrica y con 5 establecimientos comerciales ubicados en diferentes ciudades (Palmira, Cali, Tuluá, Bogotá), adicional, cuenta con 100 establecimientos a nivel nacional que venden sus productos.

6.1.1. Análisis Productos

El amplio catálogo de productos de la empresa INVERSIONES VILOREN´S se caracteriza por su calidad, diseño, originalidad y función que tienen, pues ofrecen vestuarios y accesorios para caballeros.

Su producto estrella son las camisas estampadas que se caracteriza por la calidad, ellos utilizan tela fría para la elaboración, estampados con 100% de color garantizando durabilidad en las prendas. Adicional ofrecen productos como calzado en cuero, gorras, bolsos, Camibusos polos, camisas manga corta y manga larga, correas, bermudas, jogger, Jean entre otros.

6.1.2 Estructura Organizacional

6.1.2.1 Misión: Somos una empresa de prendas y accesorios que caracteriza por sus altos estándares de calidad y busca acompañarte en tu día a día con estilos únicos como tú.

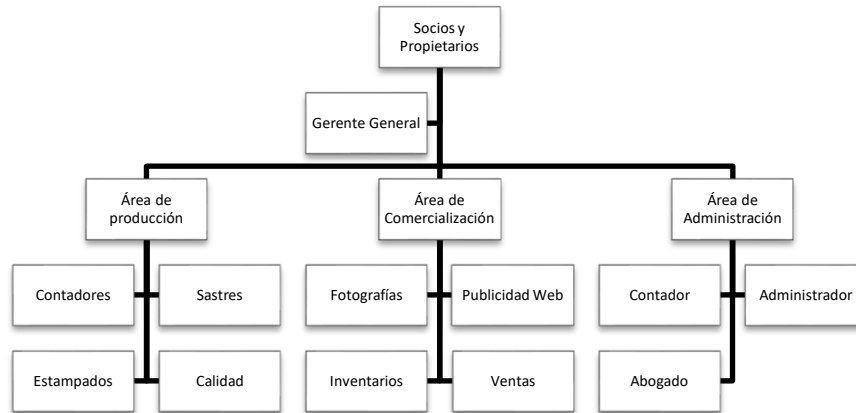
6.1.2.2 Visión: En el año 2029, seremos una empresa reconocida a nivel nacional por nuestro estilo y asequibilidad, contando con más sucursales de nuestra marca a nivel nacional. Mejorando las condiciones de vida y colocando siempre en primer lugar el bienestar de nuestros trabajadores y clientela.

6.1.2.3 Valores: Nos caracterizamos por ser una empresa comprometidas, que labora con transparencia, humanismo, siempre positivo, colocando la creatividad y excelencia en la calidad en nuestros productos.

6.1.2.4. Organigrama

La empresa presenta dentro de su organización como principal órgano de control los socios y propietarios, quienes a su vez han delegado a un gerente general quien es el encargado de llevar a cabo todos los planes y objetivos que se ha trazado la empresa y los socios. Presenta tres áreas principales que son de administración, comercialización y producción, estas en su conjunto desarrollan las actividades de manera dinamizada para la buena marcha de la empresa y el alcance de los objetivos.

Figura 1. Organigrama



Fuente: Elaboración Propia

6.1.2.5. Características cliente

Segmentación geográfica: la empresa INVERSIONES VILOREN´S actualmente cuenta con 5 puntos de ventas propia de la marca que se encuentran ubicados en las ciudades de Cali (norte y centro), Palmira (centro), Tuluá (centro), Bogotá (San Victorino), adicional cuenta con 25 aliados comerciales que comercializan los productos en establecimientos de comercio que se encuentran ubicados en las ciudades de (Bogotá, Pereira, Medellín, Neiva, Ibagué, Garzón, Cartagena, Barranquilla y Girardot).

Segmentación demográfica: INVERSIONES VILOREN´S ofrece sus productos a todos los hombres desde la edad de 18 hasta los 60 años de toda clase socioeconómica, dado a su variedad de productos que ofrece actualmente, Las camisas va dirigido a un rango de 18 a 40 años, los Camibusos tipos polo, camisas manga larga y corta está dirigido para atender la clientela que se ubica en edades entre los 18 a 60 años y los demás accesorios como correas, calzado, bolsos, etc., dirigido a hombres desde los 18 y 60 años.

6.1. 2.6. Mercado de Objetivo: La empresa INVERSIONES VILOREN´S (Chimay) se enfoca en la población masculina dirigida sus productos a las personas de rango de edad entre los 18 hasta los 60 años.

6.2 Analisis Cualitativo – Administración Y Planeación

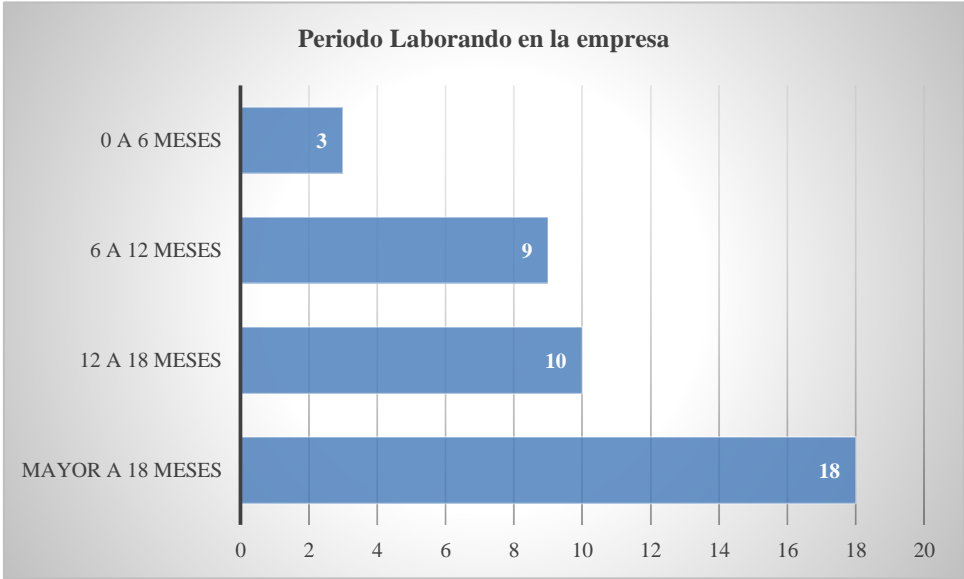
6.2.1. Análisis Interno:

En la evaluación del aspecto interno de la empresa INVERSIONES VILOREN´S (Chimay) Se revisaron los tipos de recursos con las que cuenta la empresa. Teniendo en cuenta las afectaciones de las áreas funcionales de la organización como la de mercadeo, administrativa, mano de obra, operaciones y gestión), lo que permitió determinar las debilidades y/o fortalezas que presenta la empresa, esta información se obtuvo en gran medida con las encuestas y entrevistas realizadas.

Después de haber realizado las encuestas a los clientes externos e internos de INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY) se realizó el siguiente análisis.

Los resultados presentados con los usuarios internos arrojan la siguiente información: En la actualidad la empresa cuenta con el siguiente personal;1 Contador,1 Administrador,1 Mensajero, 4 Vendedores de Tienda ,6 Talleres de Confesiones ,3 Empresas Estampadoras ,1 Abogado, donde 10 son directamente de la empresa y 15 empleados satélites. Todos los empleados directos de la empresa conocen los objetivos, valores y la principal actividad de la empresa que es la fabricación y comercialización de prendas de vestir para caballeros.

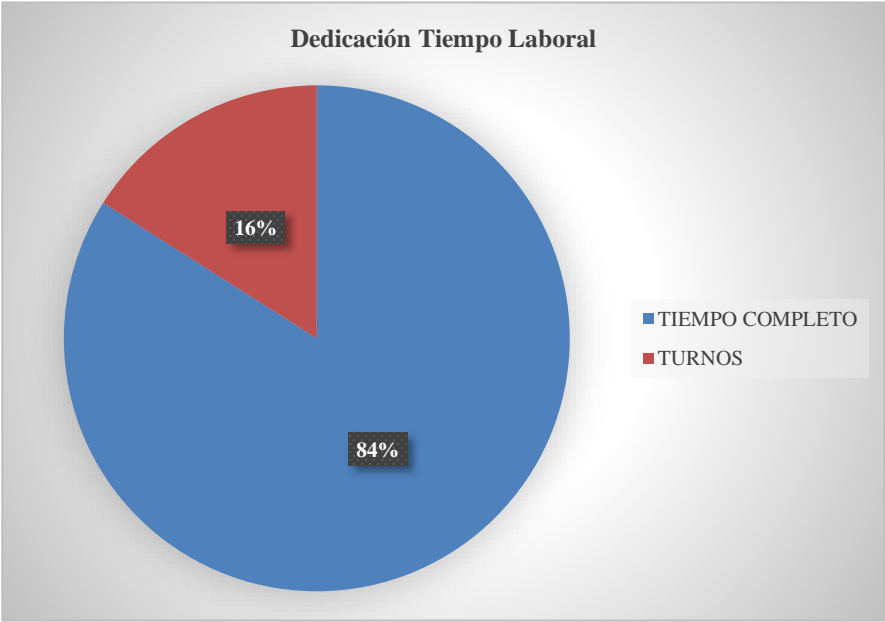
Figura 2. Tiempo Laborando en la empresa



Fuente: Elaboración Propia

Como se puede observar la rotación de personal en la empresa es muy baja, situación que permite que el equipo de trabajo se conserve, el entrenamiento en el alcance de los objetivos se cumpla, el ambiente laboral se muestre agradable y en condiciones óptimas para lograr una buena sinergia entre cada uno de actores dentro de la empresa.

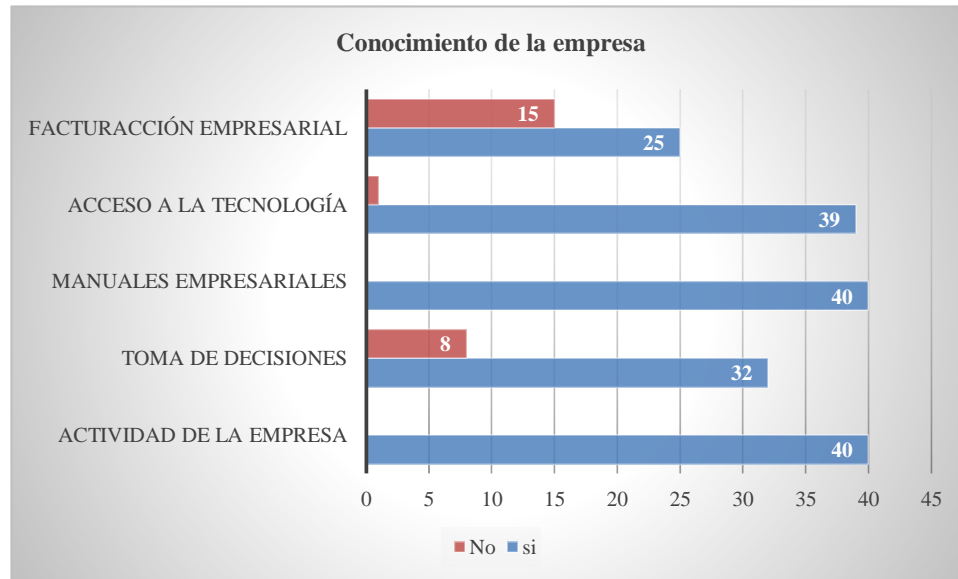
Figura 3 . Dedicación de tiempo en la empresa



Fuente: Elaboración Propia

En la empresa se cumple con toda la reglamentación en materia de contratación laboral por lo que el 84% de sus colaboradores se encuentra contratado laboralmente con una dedicación exclusiva de la jornada laboral tiempo completo, es decir, 8 horas diarias durante seis días a la semana. Por otro lado, sólo el 16% prestan sus servicios por turnos y a destajo. Esta dedicación laboral permite el alcance y cumplimiento de los objetivos en cuanto a la productividad y eficiencia de las labores contratadas.

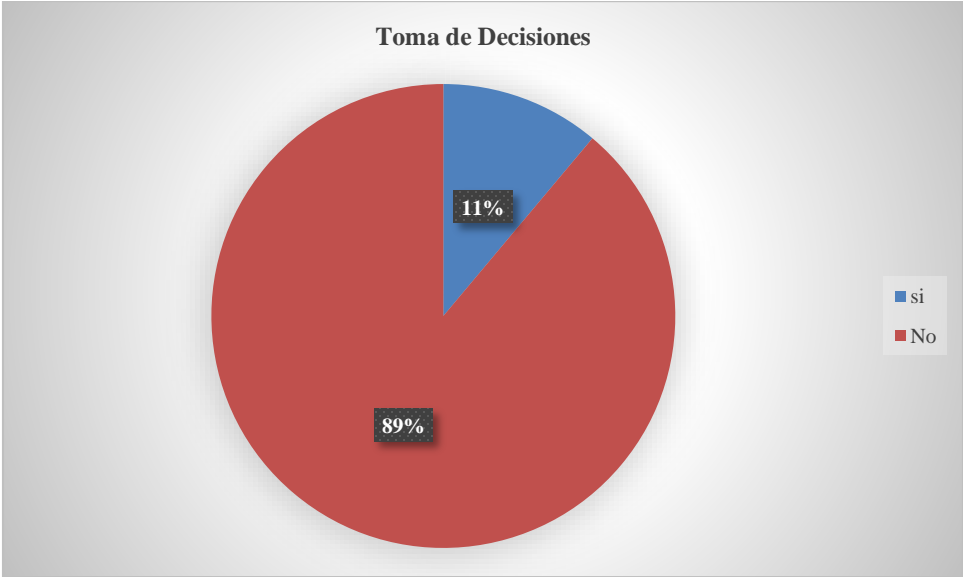
Figura 4. Conocimiento de la empresa y factores de productividad



Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la gráfica, la empresa maneja un alto grado de comunicación con sus colaboradores frente a las herramientas, estructura, manuales, mecanismos y equipos necesarios para el alcance de los objetivos. La empresa INVERSIONES VILOREN´S les brinda a sus empleados la guía y los implementos necesarios para que cumplan sus actividades laborales en su totalidad, adicional cuenta con tecnología de punta a disposición de sus colaboradores para el complemento de las actividades tanto en la fabricación y comercialización de los productos.

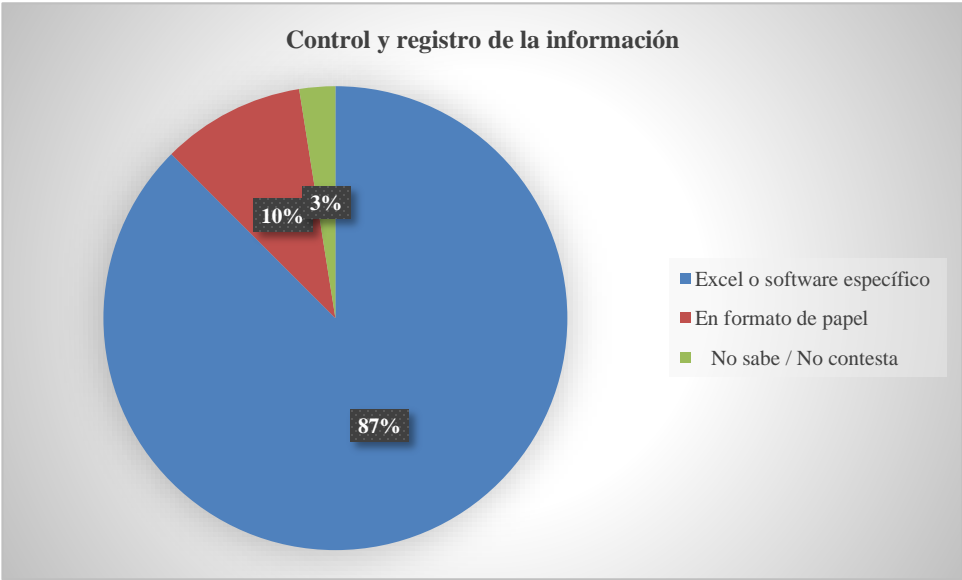
Figura 5. Toma de Decisiones



Fuente: Elaboración Propia

Como se evidencia en el anterior grafico que en la empresa INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY, la toma de decisiones y conocimientos de los estados financieros solo lo conocen 5 personas de la empresa que son, propietarios, contador, administrador y diseñador.

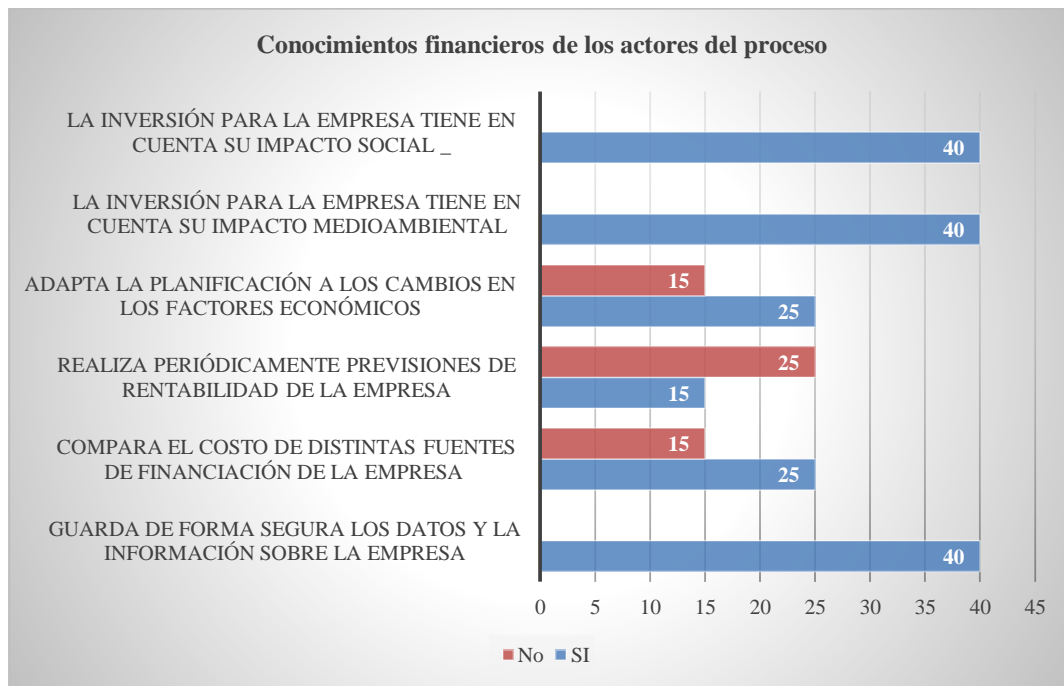
Figura 6. Control y registro de la información



Fuente: Elaboración Propia

Como se observa en la empresa, se registra, almacena, custodia, guarda y controla la información mediante tecnologías de software diseñadas para tal fin, lo que permite una mayor seguridad y control y evaluación de los datos que se manejan en la empresa.

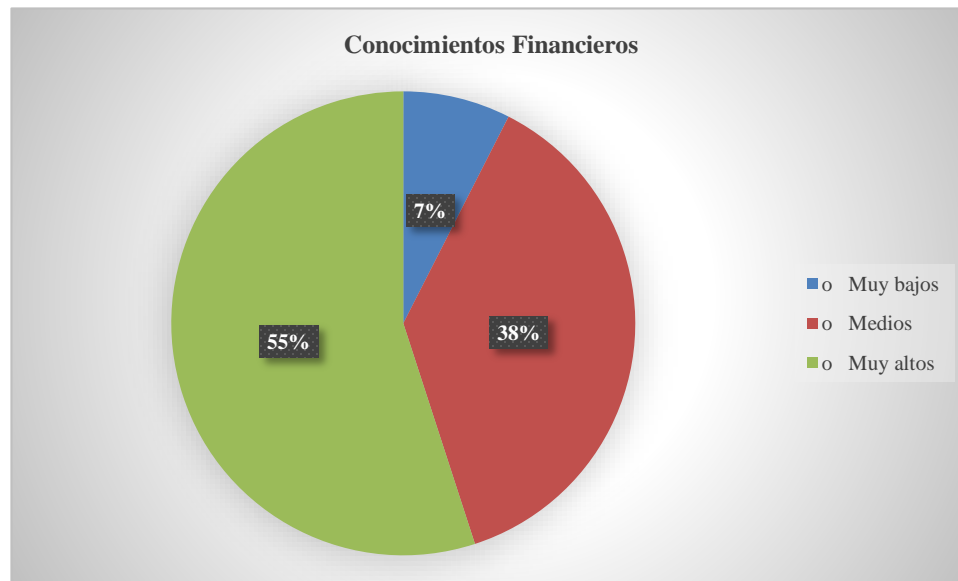
Figura 7. Conocimientos financieros de los actores del proceso



Fuente: Elaboración Propia

Para INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY es muy importante el bienestar y el conocimiento que los empleados tienen frente a la empresa, en la anterior tabla se evidencia que respecto a las acciones y decisiones que toma la empresa, los empleados tanto propios como satélites están de acuerdo, siempre pensando en el bienestar, seguridad, impactos ambientales y sociales.

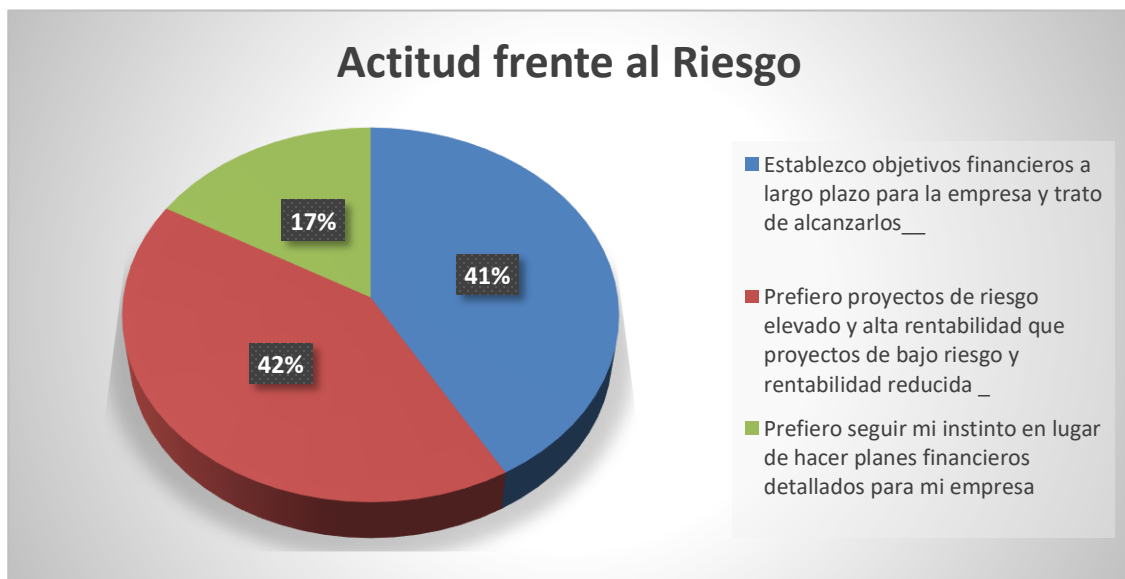
Figura 8. Conocimientos financieros



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo al anterior gráfico el 55% de los colaboradores manifiesta tener un muy buen conocimiento de los aspectos financieros que se manejan en la empresa, lo que permite una rápida comprensión de los objetivos y realización de las tareas para el alcance de las metas.

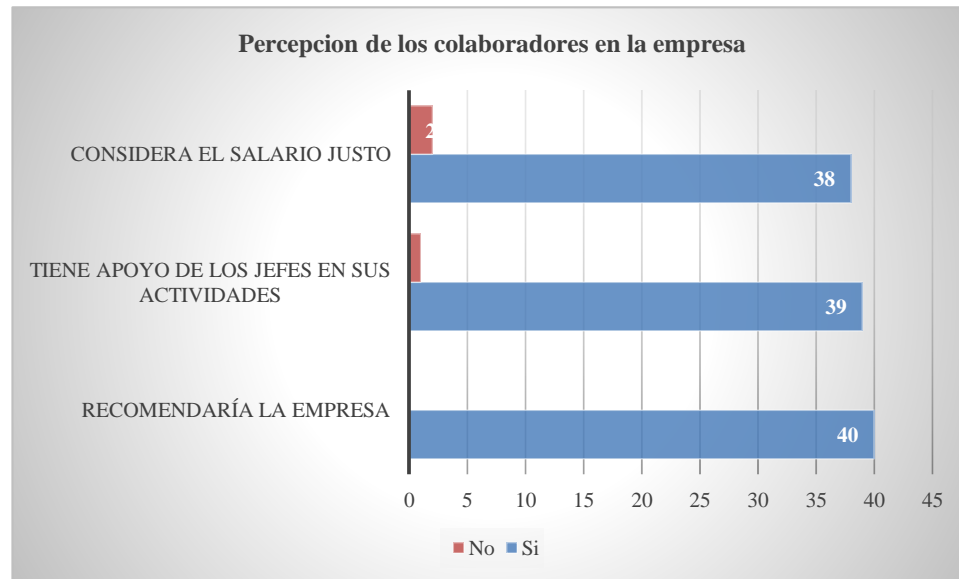
Figura 9. comportamiento frente al riesgo y la toma de decisiones



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la gráfica, los actores responsables de las decisiones dentro de la empresa, toman los riesgos necesarios evaluando su impacto dentro de la organización.

Figura 10. Percepción de los colaboradores en la empresa



Fuente: Elaboración Propia

Figura 11. Experiencia en la empresa como colaborador



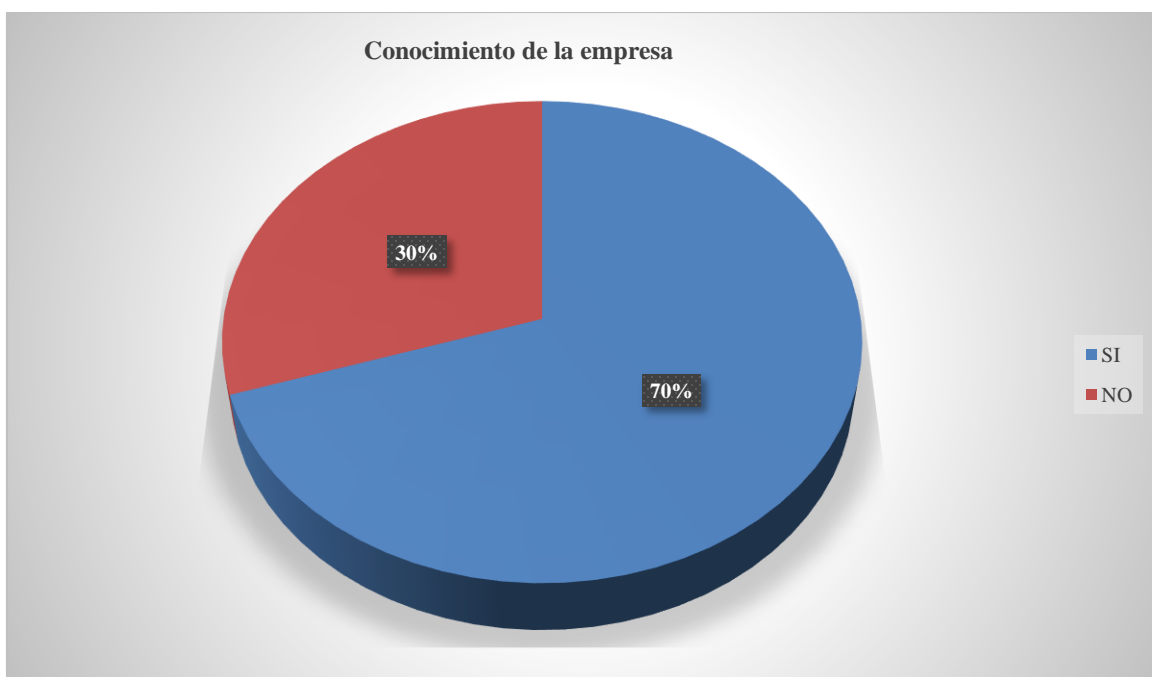
Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a la anterior tabla, los colaboradores muestran estar a gusto en la empresa tienen un muy buen concepto de la empresa y el ambiente laboral.

Los resultados presentados con los usuarios externos arrojan la siguiente información:

La encuesta se realizó a 132 clientes externo aleatoriamente, con un cuestionario de 10 preguntas para determinar la percepción que tiene ante la empresa INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY. Adicional tiene como propósito buscar soluciones a los problemas actuales y estrategia comerciales a un corto, mediano y largo plazo.

Figura 12. Conocimiento de la empresa

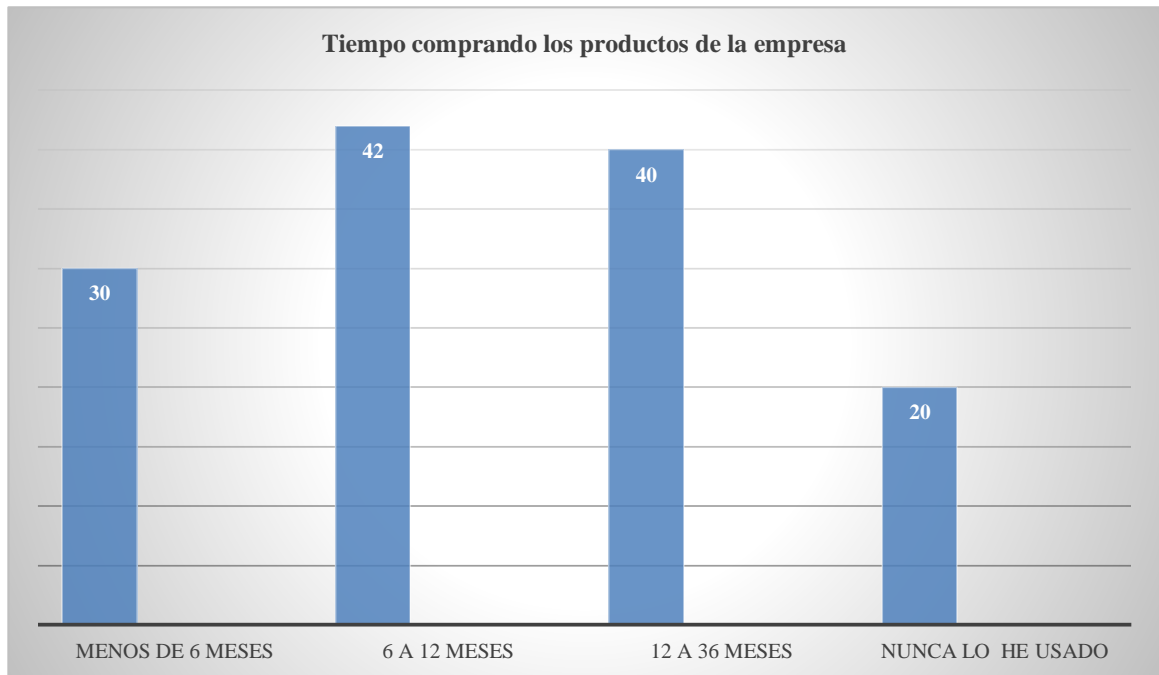


Fuente: Elaboración Propia

En la anterior grafica se evidencia en número de clientes que conoce la empresa donde se evidencia que de los 132 clientes encuestados, 92 de ellas conoce la empresa y su producto y solo 40 personas no saben de la empresa INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY, llevando a

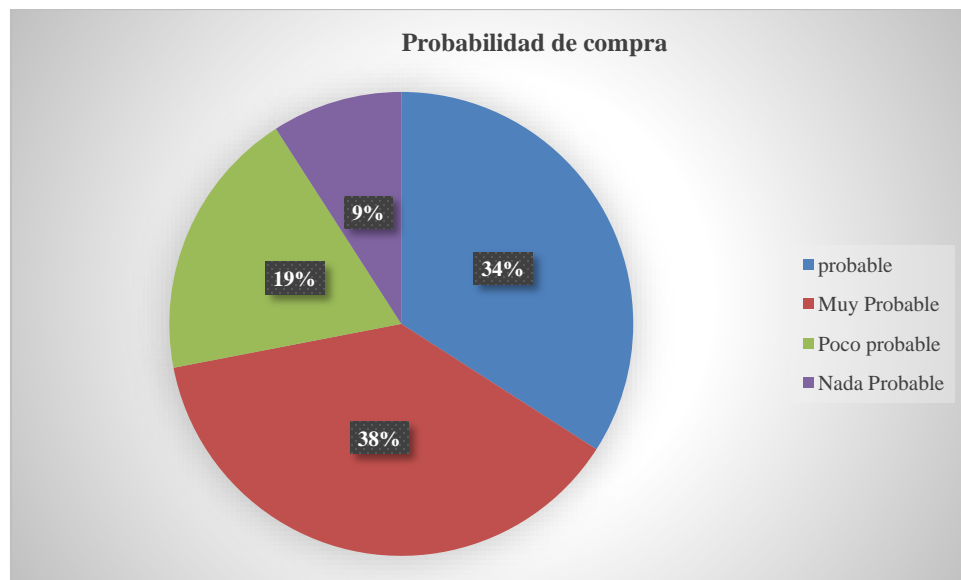
buscar la opción que esas 30 personas conozcan y sepa de la existencia de la empresa, dado que la visión es ser reconocidos a nivel regional, nacional e internacional.

Figura 13. Fidelidad en la compra de los productos



Fuente: Elaboración Propia

Figura 14. Probabilidad de Compra de los productos

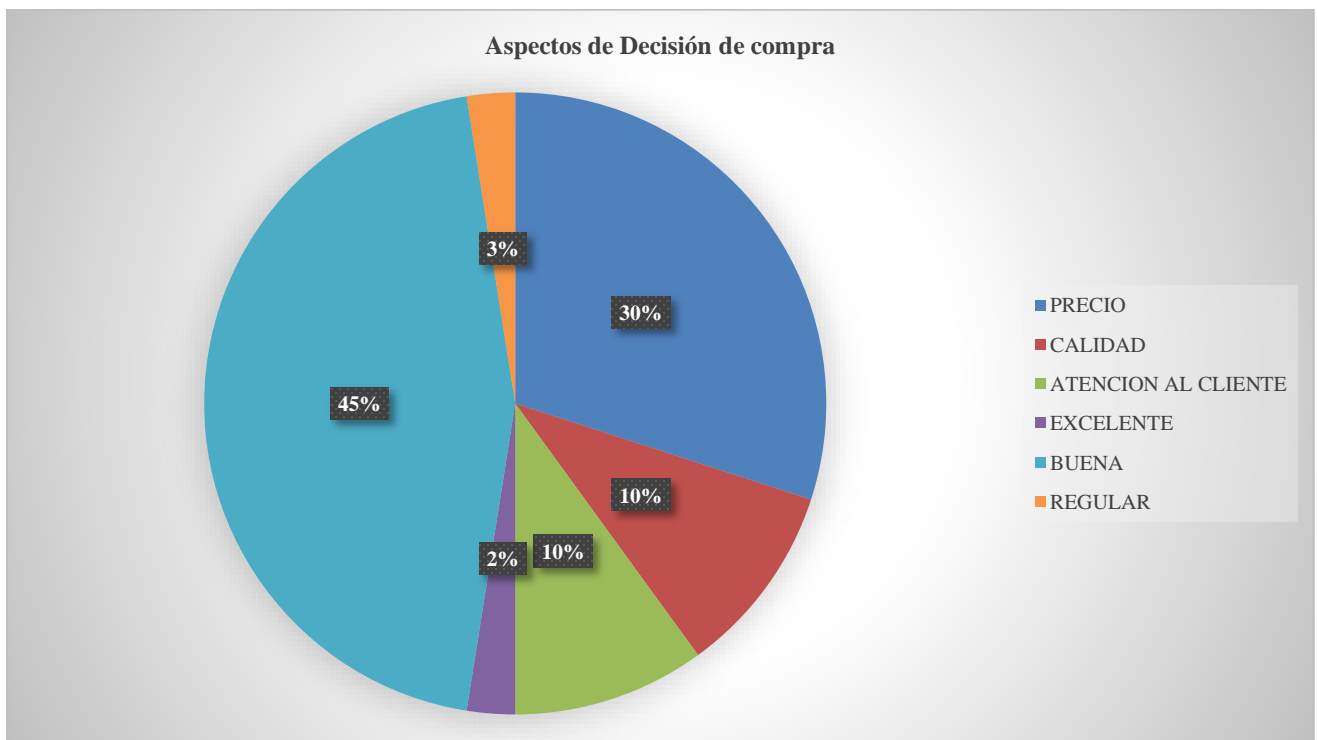


Fuente: Elaboración Propia

En la anterior grafica se muestra que los clientes encuestados en sus mayorías realizan las compras de las prendas de vestir hace más de un año. Así mismo, el anterior grafico de barra, muestra que de los 132 clientes externos que se le realizó la encuesta que 112 han usado los productos de INVERSIONES VILOREN´S CHIMAY por más de 3 años, y solo 20 de ellos no ha usado, sacando como conclusión los productos son muy competitivos y con acogida. Como también se precia una probabilidad alta de compra, lo que muestra un buen índice de fidelización de los clientes.

Una de las preocupaciones que se identificó respecto a los compradores es poder encontrar prendas de vestir con las famosas 3B es decir Buenas, Bonitas y Baratas, con impacto de su compra desde un inicio hasta la culminación de la compra.

Figura 15. Aspectos para la toma de decisión de la compra



Fuente Creación Propia

En el anterior grafico circular se puede evidenciar el porcentaje de importancia que tiene la demanda en el momento de realizar una compras , adicional, se evidencia en los factores de calidad que tiene los productos en el momento en el que el cliente toma la decisión de compra o no, según el análisis la mayoría de los compradores buscan precios adquisitivos con una buena calidad, sin dejar a un lado la atención al cliente, pues según los clientes dice que sentirse valorados desde el primer momento es la acogida de una compra exitosa.

Otro aspecto que los clientes tienen en cuenta a la hora de realizar la compra son las características de la prenda pues se debe de tener en cuenta la geografía, la población y la demanda que se puede obtener.

Pues INVERSIONES VILORENS CHIMAY cuenta con unos factores de características en sus prendas.

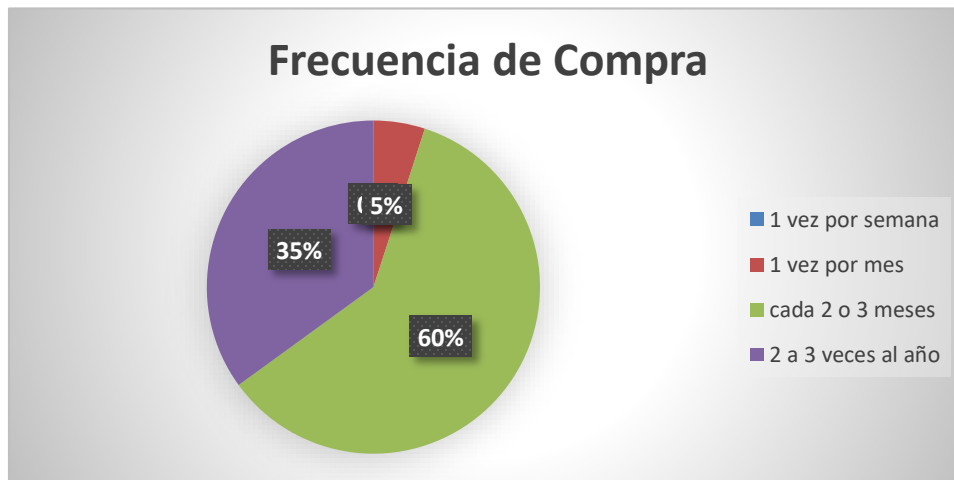
Tabla 5. Características de selección de las prendas

COLOR		12	
TELA	52	40	50
FRESCURA	30	30	30
DISEÑOS	50	30	20
PRECIO		20	32

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a lo anterior, para los clientes es más importante el material de la tela, fresca y precio, pues son factores que hacen tomar decisiones, ya para finalizar la interpretación de la encuesta a los clientes externos se le pregunto con qué frecuencia compra productos de la empresa INVERSIONES VILORENS CHIMAY.

Figura 16. Frecuencia de Compra



Fuente: Elaboración Propia

Se puede evidenciar que la mayor frecuencia con que los clientes adquieren las prendas de la empresa INVERSIONES VILORE'S CHIMAY es cada 2 a 3 meses, teniendo en cuenta el que la empresa solo vende productos de línea masculina, esto reduce un 30% de las compras frecuentes, sin embargo se presenta una buena rotación dado las características en los productos pues el hombre se caracteriza por ser descompilado pero muy cuidadoso con sus prendas de vestir buscando sobre todo buena calidad a la hora de realizar las compras de sus prendas de vestir y esto lo encuentra en la empresa INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY.

Con el análisis de la información arrojada en las encuestas se evidencio que INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY es una empresa que se preocupa por sus clientes tanto internos como externos que siempre buscan el bienestar y el buen ámbito laboral, construyendo resultados positivos para la empresa como empleados leales, y clientes fieles. Sin dejar por un lado que día a día buscan llegar a todos los consumidores masculinos de la ciudad de Cali, Palmira, Tuluá, Etc.

6.2.2 Evaluación De Factores Internos

La información aportada por la empresa, las encuestas y entrevistas permitieron identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa. Con esta información obtenida se realizó la matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI), que tiene como fin incluir todos pro y contra de la empresa, designándole un valor a los factores que tiene un valor de 0.0 (Nada importante) a 1.0 (Muy importante). El valor dado al factor indica el grado del éxito. Además, se le otorgo un valor de 1 a 4 para indicar el grado de fortaleza o debilidad que representa en la empresa.

Todo resultado total por debajo de 2.5 se definen como organizaciones débiles en lo interno, mientras si califica mayor de 2.5 indica posición de fuerza.

La Matriz de Evaluación de Factores Internos para la empresa INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY, indica que la fortaleza más importante es sostenible y con valor compartido con los establecimientos de comercio propios, los aliados, colaboradores, accionista, y clientes (0.6), los aliados comerciales y la expansión lograda del canal y consolidación en el mercado nacional (0.6), y la oferta de productos de la mejor calidad. Comercialización de las prendas de vestir de la más alta calidad, (0.32)., corresponden a los factores de mayor peso relativo.

La debilidad más importante es la pérdida de actividades de operación para el año 2020 y su peso relativo es (0.12). Las fuerzas internas son favorables con un valor ponderado de 2.21 contra 0.58 de las debilidades, dando como resultado que la empresa tiene más fortalezas que debilidades y si el resultado del valor es de 2.79, indica que la empresa está por encima del promedio de estratégica interna de mercado.

Tabla 6. Matriz de Análisis de Evaluación de Factores Internos

Matriz MEFI			
Factor Internos Crítico	Peso	Clasificación	Puntuación
FORTALEZAS			
Empresa sostenible y con valor compartido con los establecimientos de comercio propios, los aliados, colaboradores, accionistas y clientes.	0.15	4	0.6
Marca responsable y sostenible a través de la cadena de distribución.	0.05	3	0.15
Expansión lograda y consolidación en el mercado nacional.	0.15	4	0.6
Oferta de productos de la mejor calidad. Comercialización de prendas de vestir masculinas de alta calidad y a precios accesibles.	0.08	4	0.32
Presencia en diferentes canales de distribución. La implementación de nuevos canales de venta, como página web y aliados estratégicos.	0.05	3	0.15
Infraestructura, equipos y personas adecuadas para desarrollar sus actividades.	0.08	3	0.24
Personal cualificado y buen servicio de atención al cliente.	0.05	3	0.15

Subtotal FORTALEZAS**2.21****DEBILIDADES**

Cambio del consumo de los bienes demandados a nivel global a raíz de la pandemia por COVID -19	0.10	1	0.1
Rotación de las prendas de vestir	0.06	2	0.12
La volatilidad de la tasa de cambio	0.05	2	0.1
Precio de las prendas de vestir y alto costo de los insumos y materias primas	0.15	2	0.1
Creciente competencia	0.03	2	0.06
Subtotal DEBILIDADES			0.58
TOTAL	1.00		2.79

Fuente: Elaboración propia

Con estos resultados se determina que con un buen análisis es posible establecer las estrategias adecuadas para el continuo sostenimiento y funcionamiento de la empresa. Con este análisis se evidencia que la empresa INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY es una empresa que se preocupa por sus clientes tanto internos como externos que siempre buscan el bienestar y el buen ámbito laboral, construyendo resultados positivos para la empresa como empleados leales, y clientes fieles. Sin dejar por un lado que día a día buscan llegar a todos los consumidores masculinos de la ciudad de Cali, Palmira, Tuluá, Etc.

6.3 Analisis Cuantitativo – Valoración De La Empresa

6.3.1 Análisis E Interpretación De Los Estados Financieros

A continuación, se presentan los Estados Financieros con sus respectivos análisis:

Tabla 7. Estado de Resultados Integral Comparativo a 31 de diciembre.

RESULTADOS	2021	Participación	2020	Participación	variación %	2019	Participación	variación %
Ventas	417.462.000	100,00%	433.325.556	100,00%	3,80%	449.791.927	100,00%	3,80%
Costo de Ventas	150.230.000	35,99%	162.248.400	37,44%	8,00%	173.281.291	38,52%	6,80%
Utilidad Bruta	267.232.000	64,01%	271.077.156	62,56%	1,44%	276.510.636	61,48%	2,00%
Gastos de administración	94.269.000	22,58%	76.700.000	17,70%	-18,64%	66.980.000	14,89%	-12,67%
Gastos de Ventas	35.325.000	8,46%	37.200.000	8,58%	5,31%	29.100.000	6,47%	-21,77%
Gastos fijos								
Utilidad Operativa	137.638.000	32,97%	157.177.156	36,27%	14,20%	180.430.636	40,11%	14,79%
Ingresos no operativos	600.000.000	143,73%			100,00%			
Gastos Financieros	3.250.000	0,78%	19.725.149	4,55%	506,93%	22.670.000	5,04%	14,93%
Egresos no operativos	480.000.000	114,98%	5.600.000	1,29%	-98,83%	7.800.900	1,73%	39,30%
Utilidad antes de Impuestos	254.388.000	60,94%	131.852.007	30,43%	-48,17%	149.959.736	33,34%	13,73%
Impuesto de Renta	78.860.280	18,89%	42.192.642	9,74%	-46,50%	49.486.713	11,00%	17,29%
Utilidad Neta	175.527.720	42,05%	89.659.365	20,69%	-48,92%	100.473.023	22,34%	12,06%

Fuente: INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY

Con respecto a las cuentas del estado de resultado se puede observar que la empresa logró una mayor eficiencia en el manejo de costos durante los últimos dos años.

El Estado de Resultado para el año 2021, muestra que la utilidad operativa fue de un 32,97% en promedio a las ventas netas totales, los gastos de operación fue de 31,04%, la utilidad antes de impuestos por su parte fue de 60,94% , obteniendo una utilidad neta de 42,05% a las ventas netas totales.

Por otra parte, en el año 2020 la utilidad operativa fue de 36,27%, los gastos de operación de un 26,28%, la utilidad neta antes de impuestos de 30,43% y la utilidad neta fue de 20,69% con respecto a las ventas netas totales. Esta disminución obedeció a los impactos económicos sufridos en el marco de la Pandemia del Covid – 19, por el cierre de los establecimientos de comercio y aislamiento preventivo decretado por el gobierno nacional.

Durante los periodos objeto de estudio la empresa INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY, presentó cambios representativos y se vio afectada en gran medida por la crisis generada por el COVID 19, sin embargo como estrategia rápida de adaptación a los cambios la empresa realizó todas las acciones encaminadas a afrontar las circunstancias mundiales a raíz de la pandemia, por lo que tomaron acertadamente decisiones que permitieron garantizar la viabilidad de la empresa, es así como, pese al impacto económico, a cierre de 2020 la empresa continuó generando utilidades.

Para el año 2021 INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY registró un decrecimiento de 1,38% en ingresos por actividades ordinarias frente al mismo periodo del año anterior, todo esto a raíz de la afectación económica que se gestó desde el año 2020 y como consecuencia del Paro Nacional realizado durante los meses de abril y mayo de 2021 que originó cierres de los establecimientos durante ese periodo.

Total Pasivo Corriente	201.266.666	61,10%	231.233.333	57,90%	14,89%	268.100.000	82,72%	15,94%
Obligaciones financieras	92.750.000	28,16%	135.760.000	33,99%	46,37%	33.500.000	10,34%	-75,32%
Cuentas por Pagar	35.400.000	10,75%	19.870.000	4,98%	-43,87%	12.700.000	3,92%	-36,08%
Obligaciones laborales			12.500.000	3,13%		9.800.000	3,02%	-21,60%
Pasivos Estimados y Provisiones								
Diferidos								
Otros pasivos								
Bonos y papeles comerciales								
Total Pasivo No Corriente	128.150.000	38,90%	168.130.000	42,10%	31,20%	56.000.000	17,28%	-66,69%
Total Pasivo	329.416.666	100,00%	399.363.333	100,00%	21,23%	324.100.000	100,00%	-18,85%
PATRIMONIO								
Capital social	190.000.000	41,11%	190.000.000	36,77%		190.000.000	31,62%	
Superávit de Capital							2,08%	
Reservas	7.016.013	1,52%	74.553.603	14,43%	962,62%	12.513.488		
Revalorización del patrimonio			61.981.883	12,00%		297.943.339	49,58%	380,69%
Superávit método de participación								
Resultados del ejercicio	175.527.720	37,98%	89.659.365	17,35%	-48,92%	100.473.023	16,72%	12,06%
Resultados de ejercicios anteriores	89.659.365	19,40%	100.473.023	19,45%	12,06%			-100,00%
Superávit por valorizaciones								
Total Patrimonio	462.203.098	100,00%	516.667.874	100,00%	11,78%	600.929.850	100,00%	16,31%
Total Pasivo y Patrimonio	791.619.764		916.031.207		15,72%	925.029.850		0,98%

Fuente: INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY

Como se puede observar, la empresa INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY, en los últimos tres años presenta una concentración de los activos en los inventarios, esto debido a la mercancía disponible para la venta que posee la empresa a razón de que para el año 2019 esta cuenta muestra una concentración de 13,57% del valor de los activos, en el 2020 es de 15,67% y en el 2021 de 50,11%. un porcentaje muy alto que demuestra la poca rotación del inventario que se presentó con mayor participación en el año 2021.

Con respecto a los Activos, en el caso de la empresa que estamos analizando podemos ver que los Activos Totales están representados mayormente por Activos Corrientes y que para el año 2021 fueron de 87,49%, para el año 2020 fueron de 22,32% y para el año 2019 fueron de 34,52% con respecto a los activos totales, lo que se muestra como una constante en los primeros dos años y un incremento considerable para el año 2021, con el incremento en el valor de los inventarios.

Lo anterior muestra que la empresa en los tres años ha venido manejando una constante en sus activos representados de manera porcentual en mayor parte en activos corrientes, que son el efectivo presente tanto en cajas como en cuentas bancarias, inventarios y en menor proporción las cuentas por cobrar.

Respecto a la cuenta de clientes, si bien no muestra un porcentaje representativo dentro de la información financiera, su variación con tendencia a la baja que muestra el 12,97% para el año 2019, mientras que para el 2020 es de 2,18% y para el 2021 de 15,16% de participación con respecto a los activos totales, se puede explicar dado que las ventas se realizan en su mayoría de contado y solo unos cuantos aliados comerciales se le realizan las ventas a crédito con un periodo de recobro de cartera de hasta de 45 días. Como estrategia comercial para el año 2020 se redujo

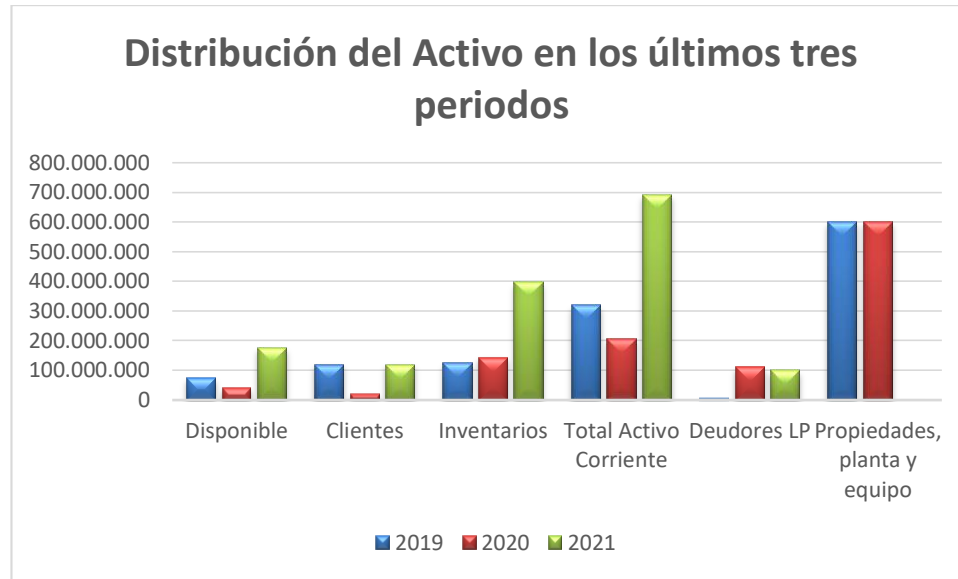
de manera sustancial las ventas a crédito debido a la incertidumbre financiera generada por la pandemia del Covid -19, en el año 2021 se retomó la política de ventas a créditos, pero sólo con aquellos aliados comerciales y clientes fidelizados que han mostrado desde el inicio de la relación comercial un comportamiento de pronto pago.

El activo total ha presentado una variación promedio del 13,58% en el que la cuenta de inventarios tiene una participación promedio del 50,11%, y las cuentas por cobrar representan un 15,16% promedio, lo que nos indica la poca incidencia en las demás cuentas que integran el activo de la empresa.

El activo corriente presenta aumento de 70,47% total en comparación al año 2020, obteniendo un aumento significativo en el rubro de Inventarios con un valor de \$396.661.045 y un aumento de \$253.161.045 con respecto a la vigencia anterior, equivalente al 36,17%, esto debido a que la empresa como estrategia de recuperación económica luego de pandemia ha aumentado la producción de las prendas de vestir y la rotación de la mercancía no ha sido del todo como se esperaba, sin embargo parte de esta mercancía disponible para la venta está representada en las nuevas colecciones que entraron en comercialización a principios del año 2022.

Para los tres años objeto de estudio, los activos están financiados en su mayor de orden corriente que se sustentan en el patrimonio lo que significa que los recursos fueron obtenidos de recursos propios para financiar las inversiones de la empresa y en menos proporción están financiados por recursos de terceros.

Figura 17. Distribución del activo año 2019 - 2021

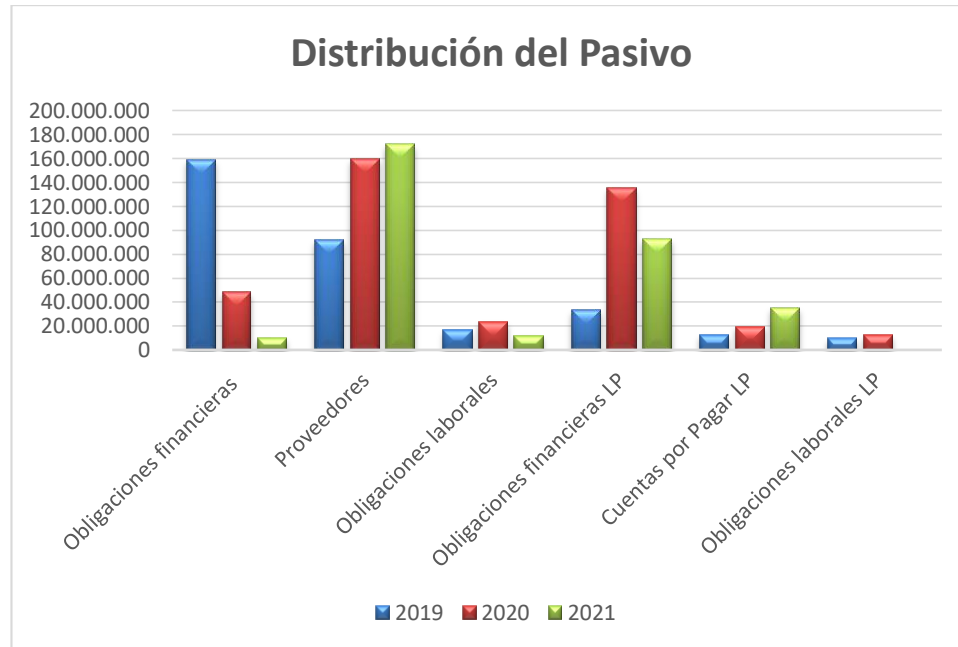


Fuente: Elaboración Propia

Como se observa la variación más representativa está contemplada en la propiedad, planta y equipos, dado que la empresa para el año 2021, puso en venta el inmueble que se poseía para bodega y almacenaje de las prendas y este espacio se trasladó a los destinados para la producción. Este rubro de propiedad, planta y equipo en el que se incluye las valorizaciones representaban con el 65,50% del valor del activo para los años 2020 y 2019.

Es así, como se observa la variación de un año a otro, como, por ejemplo, en el año 2021, en el rubro de los inventarios presenta una participación respecto al activo del 50,11%, correspondiente a la mercancía disponible para la venta que hará parte de la colección de prendas para el año 2022.

Figura 18. distribución del Pasivo 2019 a 2021



Fuente: Elaboración Propia

En el primer grupo de columnas se ubica el pasivo corriente, como se puede observar el comportamiento del pasivo se muestra en orden descendente desde el año 2019 respecto al año 2021 para las cuentas de obligaciones financiera, lo que significa que la empresa ha reducido su endeudamiento a corto plazo con las entidades financieras, pero ha aumentado el endeudamiento con los proveedores al lograr aumentar los periodos de pagos con aquellas empresas que suministran los insumos y materias primas para la confección de la prendas, lo que ha representado en el aumento de la producción y el inventario de mercancías disponible para la venta. Respecto al pasivo no corriente se muestra tendencia al alza en los últimos tres periodos dado que la empresa ha utilizado como mecanismo de apalancamiento la deuda a largo plazo, es decir aquella que no es exigible en el año corriente.

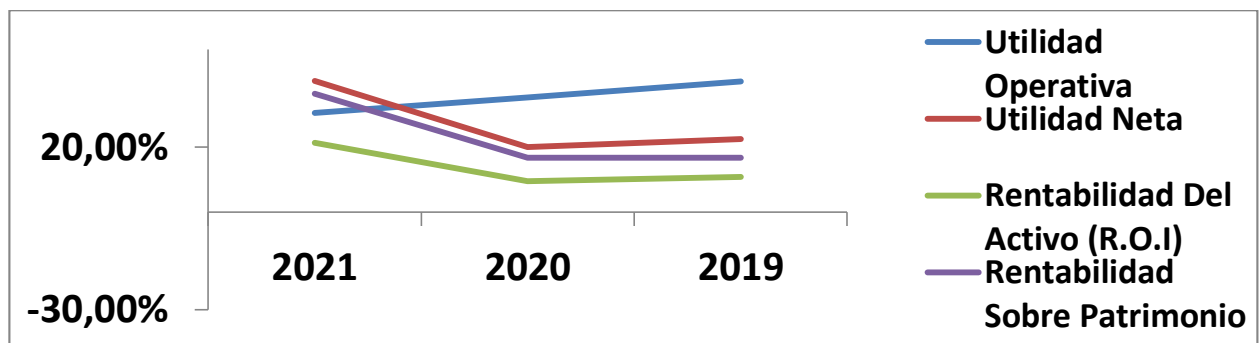
Los pasivos totales muestran que la mayor proporción la compone las cuentas corrientes lo cual se destaca que para los años 2021, 2020 y 2019 lo que compone los pasivos corrientes son préstamos bancarios con un 19,23%, 13,93% y 10,91% respectivamente, según la suma de pasivo total más el patrimonio.

Para los años 2021, 2020 y 2019 respectivamente se muestra que un 35%, 44%, y un 43% representan el total de pasivos con respecto pasivos más patrimonios, lo que significa que la empresa en su mayor parte de inversiones lo obtuvo por medio propios y no financiados.

6.3.2 Análisis De La Rentabilidad De La Empresa.

Cuando se habla de rentabilidad se refiere a la capacidad de la empresa para generar utilidades, la cual depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones, así como de los medios o recursos que dispone. El análisis de rentabilidad se concentra principalmente en la relación entre los resultados de las operaciones según se presentan en el estado de resultados y los recursos disponibles para la empresa como se presentan en el balance general. (Fernández, 2008)

Figura 19. Evolución de la Rentabilidad en la empresa



Fuente: Elaboración Propia

En la anterior figura, se observa como en los últimos tres periodos, la utilidad operativa ha mostrado un comportamiento con tendencia a la baja, es decir, que se debe revisar el

comportamiento de los ingresos frente a los costos y gastos de la empresa, dado que estos últimos presentan un margen de diferencia más estrecho frente a los ingresos totales, es decir, se deben implementar acciones para mejorar la gestión de los recursos disminuyendo los costos, sin embargo esta situación puede explicarse dado la constante fluctuación del valor del dólar en el mercado internacional, lo que ha producido un aumento en los insumos textiles, de manera general. Una opción es reducir costos, para aumentar la utilidad neta, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 9. Comportamiento de la utilidad operativa

Item	2021	2020	2019
Ventas (Ingresos Operacionales)	417.462.000	433.325.556	449.791.927
(-) Costo de Ventas	150.230.000	162.248.400	173.281.291
(-) Gastos de administración	94.269.000	76.700.000	66.980.000
(-) Gastos de Ventas	35.325.000	37.200.000	29.100.000
(-) Gastos fijos	-	-	-
(=) Utilidad Operacional	137.638.000	157.177.156	180.430.636

Fuente: Elaboración Propia

La empresa ha mantenido un indicador estable de la rentabilidad, es así como, la rentabilidad del activo se ha aumentado por cuanto a la venta del activo fijo de la bodega de almacenamiento, lo que significó un apalancamiento importante para cubrir las deudas y logrando la sostenibilidad de la empresa, lo que evidencia que la empresa ha venido haciendo suficiente uso de los activos existentes y de los activos que ya no estaban en uso para lograr rentabilidad. Una estrategia que se está utilizando también es, agilizar las transacciones de manera que quede menos stock de mercancía para la venta, con la utilización de los canales virtuales y de mercadeo como la página WEB, con pasarela de pago por donde los clientes desde cualquier punto del país pueden acceder a los productos y realizar sus compras de manera confiable y segura.

6.3.3 Análisis De Indicadores Financieros

Tabla 10. Inductores De Valor – Razones Financieras

INDICADORES	2021	2020	2019
Razón Corriente	3,44	0,88	1,19
Prueba Ácida	1,47	0,26	0,72
Capital de trabajo \$ 000 MM	491.315.410,00	-26.775.583,00	51.229.850,00
Plazo En Días De Cartera Clientes	103	17	96
Plazo En Días De Proveedores	386	346	192
Ciclo De Efectivo (Días)	-283	-328	-94
Nivel de endeudamiento	41,61%	43,60%	35,04%
Obliga financieras egresos no OP/ Ing. OP	114,98%	1,29%	1,73%
Margen Operacional	30,57%	35,33%	40,26%
Margen Neto	40,39%	20,05%	22,43%
Rentabilidad Del Activo (R.O.I)	21,30%	9,49%	10,91%
Rentabilidad Sobre Patrimonio	36,48%	16,82%	16,79%
Gastos admón./ Ing. Óp.	22,58%	17,70%	14,89%
Gastos Vta./ Ing. Óp.	8,46%	8,58%	6,47%

Fuente: Elaboración propia

6.3.3.1.Principales Indicadores - Indicadores De Liquidez

Razón Corriente: respecto a este indicador el comportamiento de aumento desde el año 2019 de 1,19 a 3,44 para el año 2021, la causa principalmente del incremento en la cuenta del inventario por valor de \$ 396.661.045, y un aumento de la cuenta de efectivo y equivalentes se dio en su gran mayoría por el ingreso de recursos provenientes de entidades de financiamiento.

Para el año 2021 la empresa está en la capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo, dado que sus activos corrientes pueden cubrir los pasivos exigibles a corto plazo, es así como la empresa por cada peso endeudado la empresa tiene \$3,44 para pagarlo.

En la Razón ácida: Aumentó de 0.26 a 1,47 por el incremento en los valores del disponible.

Determinando que la empresa está en la capacidad de cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin contar con la venta de sus existencias, es así como por cada peso endeudado la empresa tiene \$1,47 para pagarlo.

Con respecto al capital de trabajo o capital neto de trabajo o fondo de maniobra, la empresa cuenta con \$ 491.315.410,00 después de haber cancelado todo su pasivo de corto plazo.

6.3.3.2. Indicadores De Endeudamiento

Apalancamiento financiero: Aumentó de 4.2 a 8.0 a razón del decrecimiento en el patrimonio total. La disminución del patrimonio se derivó de la disminución en el ejercicio 2020.

Endeudamiento del activo total: Aumentó de 0.76 a 0.87 por el incremento del pasivo total por \$29.966.667 equivalente al 3,2% mientras que el activo total decreció \$124.411.443 equivalentes al 13.58%, lo que significa que El 13% de los activos, está representado en deuda por terceros.

Endeudamiento a largo plazo: aumentó de 1.44 a 3.48 por el incremento en los préstamos financieros de largo plazo y por la disminución del patrimonio producto de la disminución de la utilidad del ejercicio 2020.

6.3.3.3. Indicadores De Actividad

Rotación de cartera: Se aumentó a 103 días para la recuperación de cartera, esto debido a la mercancía que se entrega a los establecimientos aliados a quienes se ha estipulado un cobro a 45 días que se está extendiendo a mas días. La empresa debe realizar acciones de control para el recobro de la cartera en el menor tiempo posible.

Rotación de Inventarios: Se redujo de 5.48 a 4.50 veces, esto debido a que el decrecimiento de los inventarios no se dio al mismo ritmo del costo de venta.

6.3.3.4.Indicadores De Rentabilidad

Utilidad bruta: Aumentó de 62,56% a 64,01%, dado que se ha logrado una buena negociación con los proveedores en los costos, muy a pesar de los incrementos de los insumos textiles y en las materias primas.

Utilidad Neta: Aumentó de 11,0% en el año 2019 a 20,69% en el año 2020, y a 42, 05% en el año 2021, principalmente por la menor dilución de gastos fijos en ventas y administración, así como por la reducción en los gastos financieros especialmente aquellos derivados de intereses sobre préstamos con vinculados.

6.3.4 Valoración Financiera por el Método de Flujos de Efectivo: Free Cash Flow

A continuación, se presentará el informe financiero con detalle de ingresos y egresos que tuvo la empresa durante los años 2019, 2020 y 2021 mediante el método del flujo de efectivo libre o free cash Flow.

Lo primero que se realizó fue obtener la utilidad bruta, es decir, las ventas menos el costo de ventas. A este se le suma los gastos de venta y las partidas amortizables y resta los otros ingresos, obteniendo así el Flujo de caja bruto o EBIDTA.

Una vez obtenido el Flujo de caja bruto, se le debe restar la inversión en activo corriente operativo y la Inversión en activo fijo operativo y así, se obtuvo el Free Cash Flow o flujo de caja libre, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 11. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	2021	Part % ING	2020	Part % ING	2019	Part % ING	Part % ING PROM
Utilidad del Periodo	137.638.000	32,97%	157.177.156	36,27%	180.430.636	40,11%	36,45%
(+) Depreciaciones.	12.077.455	2,89%	11.890.000	2,74%	9.800.000	2,18%	2,61%
(+) Amortizaciones.	7.977.000	1,91%	8.230.279	1,90%	7.980.000	1,77%	1,86%
(+) Provisiones.	1.390.000	0,33%	2.300.900	0,53%	2.790.000	0,62%	0,49%
EBITDA	159.082.455	38,11%	179.598.335	41,45%	201.000.636	44,69%	41,41%
FE - Actividades de Operación	-	-28,92%	-96.550.065	-22,28%	-68.360.655	-	-
	120.741.545					15,20%	22,13%
(-) Compra de propiedad, planta							
FE - Act de Inversión	-	-28,92%	-96.550.065	-22,28%	-68.360.655	-	-
	120.741.545					15,20%	22,13%
Actividades Financieras	480.000.000	114,98%	5.600.000	1,29%	7.800.900	1,73%	39,34%
Flujo Neto Total	-	-	-	-23,57%	-76.161.555	-	-
	600.741.545	143,90%	102.150.065			16,93%	61,47%
Costo de Capital WACC	9,07%	0,00%	9,34%	0,00%	9,45%	0,00%	
UODI (Utilidad Operativa después de Imp.)	58.777.720	14,08%	67.517.791	15,58%	79.957.613	17,78%	
EVA	32.487.720	7,78%	49.768.864	11,49%	62.010.452	13,79%	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Cálculo del costo de Capital WACC para los años 2019, 2020 y 2021

Calculo del costo de Capital WACC		2021			
Concepto	Capital	Participación	Interés anual	Factor	
prestamos I	100.000.000	34,48%	3%		1,20%
Capital Socios	190.000.000	65,52%	12%		7,86%
Total	290.000.000	100,00%	WACC		9,07%

Calculo del costo de Capital WACC		2020			
Concepto	Capital	Participación	Interés anual	Factor	
prestamos I	110.975.000	36,87%	5%		1,77%
Capital Socios	190.000.000	63,13%	12%		7,58%
Total	300.975.000	100,00%	WACC		9,34%

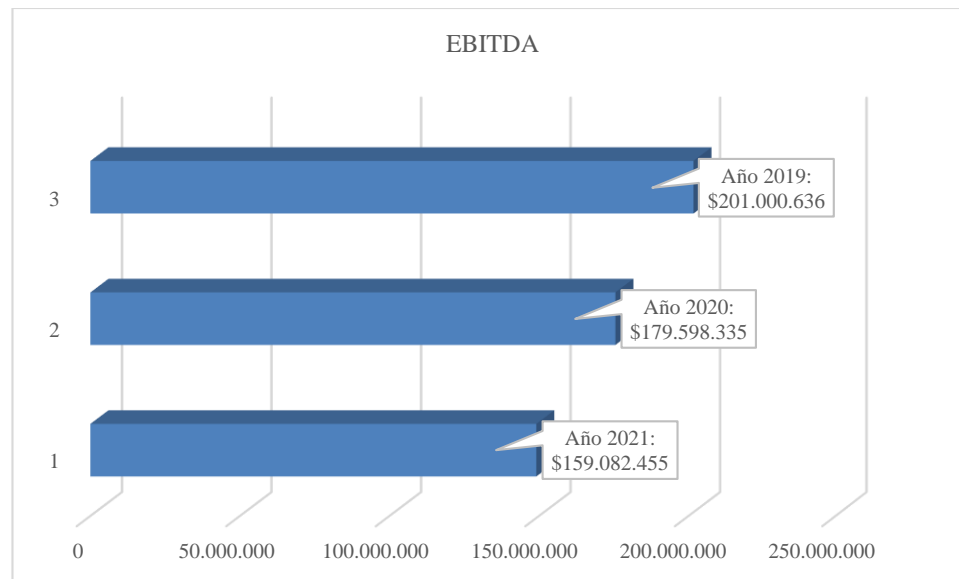
Calculo del costo de Capital WACC		2019			
Concepto	Capital	Participación	Interés anual	Factor	
prestamos I	115.600.000	38,41%	5%		1,87%
Capital Socios	190.000.000	63,13%	12%		7,58%
Total	305.600.000	101,54%	WACC		9,45%

Fuente: Elaboración propia

El Margen Ebitda, como indicador de desempeño operacional permite ver la eficiencia de los ingresos por INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY que se convierten en efectivo para los

compromisos; para el año 2019 (44,69%), 2020 (41,45%) y 2021 (38,11%), respectivamente, esto significa que la empresa posee capacidad para generar rentabilidad.

Figura 20. Comportamiento EBITDA en los últimos tres años



Fuente: Elaboración propia

Si bien se viene presentando una disminución frente al año 2019, en el proceso de generar valor para los accionistas, la capacidad instalada logra aprovechar la mayor cantidad de recurso generado por la empresa en relación con la inversión realizada, dado que para el año 2019 se obtiene la cifra máxima de 44,69 veces y en el año 2020 presenta 41,45 veces, respecto al 2021 con 38,11 veces, lo que significa que la empresa ha demostrado a lo largo de los periodos tener la capacidad de generar rentabilidad y cubrir las necesidades operacionales. Sin embargo, se deben diseñar estrategias para que el margen de ingresos mejore en los próximos años de manera tal que este indicador presente una tendencia diferente.

Este análisis se refuerza al mirar el indicador de liquidez que presenta la empresa dado que el comportamiento de este indicador presenta aumento desde el año 2019, lo que significa

que la empresa está en la capacidad para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo. De igual manera, el análisis del inductor Margen Ebitda, muestra el nivel de endeudamiento en el corto plazo en condiciones para sostener la exigibilidad de la deuda, lo que indica que se están pagando obligaciones financieras y proveedores con un proceso de recobro de la cartera; que en los últimos años del ciclo operacional, aumentó en promedio de 40,35 veces al año, esto muestra que existe la rotación de recursos generados por la operación y recibidos con oportunidad para poder atender los compromisos de pagos.

Respecto al WACC o costo promedio ponderado del capital para el año 2021 es del 9,07% que proviene de la suma ponderada de los costos de las fuentes de recursos, patrimonio y deuda. La deuda después de impuestos cuesta 7,86%, representa 34,48% del total de recursos por lo que contribuye con 1,20% del costo total de las fuentes de financiación. El patrimonio con un costo de 12% y una participación del 65,52% añade 7,86% al costo total.

6.3.5 Valoración Financiera por el Método de Creación de Valor: EVA (Economic Value Added)

El EVA es una medida absoluta de desempeño organizacional que permite apreciar la creación de valor; al ser implementada en una organización hace que los administradores actúen como propietarios y además permite medir la calidad de las decisiones gerenciales, una compañía sólo crea valor cuando es capaz de lograr inversiones que renten más que el costo de capital invertido. (Fernández, 2008).

El EVA es la utilidad de las actividades ordinarias antes de intereses y después de impuestos, menos el Valor contable del activo por el costo promedio del capital

$$\text{EVA} = \text{UAIDI} - (\text{ACTIVOS TOTALES} * \text{COSTO DEL CAPITAL})$$

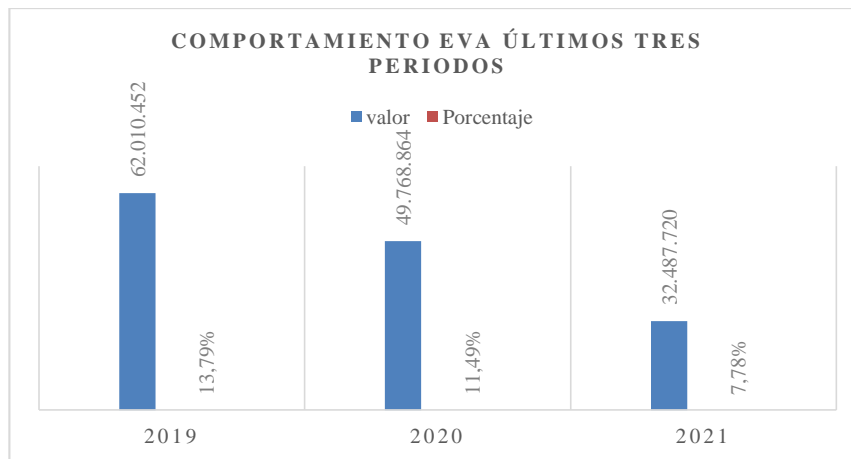
$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - (\text{COSTO DE CAPITAL} * \text{ACTIVOS TOTALES})$$

Si el resultado del cálculo del EVA es positivo: se crea valor.

Si el resultado del cálculo del EVA es negativo: se destruye valor (Amat, 1999)

Es de esta manera como se puede observar el comportamiento de este indicador de manera positiva durante los últimos tres periodos

Figura 21. Variación EVA, últimos tres años



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar si bien este indicador muestra un resultado positivo (7,78%), se presenta la tendencia a la baja para los últimos tres periodos, esto se puede interpretar que aunque la empresa ha venido manejado los activos que se poseen, no lo está haciendo de manera eficiente, por lo que debe adelantar estrategias orientadas a reducir inventarios, optimizar la producción, producir solo lo que se necesita para disminuir el nivel de los inventarios que es el factor que está generando el decrecimiento en este indicador, dado que la empresa actualmente presenta una rotación de mercancías más lenta de lo que se espera.

6.4. Planes De Acción – Propuestas De Mejoramiento

De acuerdo a los resultados arrojados por el diagnóstico y la valoración, se determina que la empresa conserva el principio de negocio en marcha, esto significa que el ente económico por medio de sus estados financieros y la información arrojada muestra un comportamiento aceptable, aun cuando se ha presentado un periodo de mucha incertidumbre económica impulsada por la Pandemia del Covid – 19 desde el año 2020 y el Paro Cívico Nacional desarrollado en el año 2021, con todo y estas situaciones se prevé que la empresa, continuará realizando sus actividades por largo tiempo, sin embargo la incertidumbre económica continua por lo que las alertas siguen ahí, por lo tanto la empresa debe implementar acciones de prevención y mejoras que permitan mantener el principio y mejorar los resultados.

Es por esto que la valoración financiera, la planificación y los procesos de control que se realizan en la empresa deben implicar el empleo de proyecciones que tomen como base las normas y el desarrollo de los procesos de retroalimentación de la evaluación de los indicadores de los años inmediatamente anteriores como los años 2019 y 2020 respecto a los resultados del año 2021 para lograr el ajuste que lleve a incrementar el desempeño financiero.

Si bien, la empresa INVERSIONES VILOREN'S CHIMAY, se vio afectada por la crisis generada por el COVID 19 y todas las proyecciones realizadas en el marco de la planeación para el año 2020 se modificaron, por lo que esto permitió que la empresa se adaptara a las circunstancias mundiales a raíz de la pandemia, situación que llevó a que se tomaran acertadamente las decisiones que permitieron garantizar la viabilidad de la empresa y la sostenibilidad, situación que se vio reflejada en los resultados del año 2021.

6.4.1. Desde El Punto De Vista Administrativo Y De Planeación:

El análisis interno realizado permitió identificar que la empresa realiza las siguientes acciones:

- Contribuye con el bienestar de los empleados, clientes. Genera valor compartido para los colaboradores, clientes, accionistas y aliados comerciales.
- Impulsa las ventas en canales que pueden continuar operando a pesar de las restricciones, como las ventas a través de los canales digitales, garantizando el stock de los artículos y la realización de la compra de manera segura y confiable desde cualquier parte del país.
- Gestiona la estructura de gastos para optimizar los gastos variables y reduciendo los gastos fijos.
- Optimiza el flujo de caja acordando nuevas condiciones de pagos a los principales proveedores.

Todo esto ha permitido que la empresa se adapte de forma ágil a las nuevas tendencias, procesos y tecnologías para así garantizar la viabilidad en el corto plazo, luego de un periodo de Pandemia y de Paro Nacional presentado en los años 2020 y 2021. Sin embargo, la debe optar acciones ágiles que permitan ajustar el portafolio de productos a las expectativas de los clientes y disminución de los gastos de la operación, lo que derivará en un mejor resultado económico al final del periodo 2022.

Se pudo identificar que la empresa está expuesta a los siguientes riesgos:

Tabla 13. Análisis Interno. Riesgos

TIPO	ESTRATEGIA / MITIGACIÓN
Financiero	<ul style="list-style-type: none">• Liquidez: Se mantienen las reservas estatutarias del 10%, las estrategias financieras de y mecanismos de deuda de sostienen, con los acuerdos de pago no corrientes para aquellos que su exigibilidad no sea menor a un año. Realizar monitoreo constante de los flujos de efectivos proyectados con respecto a

los flujos reales y realizar una rotación de inventarios de manera efectiva para evitar la sobre producción.

- Crédito: Acuerdos comerciales con clientes y establecimientos asociados que puedan realizar los pagos en los tiempos establecidos.

- Control de la calificación crediticia de los clientes y establecimientos de comercios asociados, la empresa debe hacer sus propios registros comerciales para calificar a sus principales clientes y asociados comerciales, de esta manera minimizar el riesgo en el cobro de cartera.

Mercado

- Contratos de compra de insumos a precio fijo para cubrir el riesgo que surge de los cambios en los costos de materias primas textiles e insumos producto de la alta fluctuación del Dólar,

Contable

- Registrar la contabilidad conforme a las normas de contabilidad generalmente aceptadas en el país, las Normas Internacionales de Información Financiera y demás normas que apliquen, para lograr el control y seguridad de la información.

- Los estados financieros, deben presentar razonablemente los movimientos de la empresa, de conformidad con las de contabilidad generalmente aceptadas en Colombia

Barreras de entrada (Amenazas de nuevos competidores entrantes)

- La amenaza de nuevos competidores en la industria textil es alta debido al auge de nuevas marcas propias en la región y el país, las cuales son competencia directa y que en su mayoría están enfocada más al precio que a la calidad.

- Identificación de marca: La consolidación de la marca en el mercado requiere de una alta inversión en marketing y publicidad por lo que la empresa debe mejorar los canales de distribución que faciliten la exhibición de las prendas y las colecciones diseñadas en la empresa

- Economía de escalas: las grandes empresas del sector textil y de la confección logran niveles de producción mucho mayor que las más pequeñas y esto trae como consecuencia una reducción en los costos.

- Acceso a los canales de distribución para que el cliente pueda acceder a las prendas y colecciones mediante los canales digitales, virtuales y bancarizados.

Fuente: Elaboración propia.

Para disminuir el impacto de estos riesgos la empresa debe:

- Reducir el flujo de caja disminuyendo nivel de inventarios, para la gestión de recuperación de cartera y diversidad de referencias en las prendas de vestir.
- Realizar Alianzas estratégicas, con empresas del sector que permitan ampliar el portafolio de productos.
- Realizar desarrollo de nuevas tendencias que capten la atención de más clientes y potenciales clientes.
- Reducir los costos fijos y gastos variables.
- Aumentar la inversión del marketing estratégico que logre posicionar la marca y la empresa como una de gran reconocimiento entre el público objetivo. Consolidar la marca en el mercado, aumentando la inversión en publicidad y marketing.
- Crear valor agregado de los clientes mejorando la experiencia de usuario mediante los canales electrónicos, virtuales y bancarizados, que permitan acceder a las prendas de vestir de manera ágil y segura.
- Mejorar y/o aumentar los canales de venta.

6.4.2. Desde El Punto De Vista De La Valoración Financiera:

De acuerdo a las cifras reflejadas en la valoración financiera, la empresa INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY) muestra un buen resultado, la utilidad de su ejercicio sigue presentándose, con una tendencia de recuperación financiera. Si bien la empresa se vio impactada por la situación presentada por la Pandemia del Covid – 19 y el Paro Cívico Nacional, logró sostenerse y mantenerse sin disminuir su participación en el mercado.

6.4.2.1. Perspectivas De Crecimiento

La empresa INVERSIONES VILOREN´S (CHIMAY), tiene como plan de expansión crecimiento interno, aumentar su capacidad de venta de las prendas de vestir, logrando esto a través de la reestructuración de los canales de atención al cliente, canales de comercialización y

haciendo uso de las nuevas tecnologías, que le permitan posicionarse en el mercado y lograr ser una de las marcas en confección de prendas de vestir masculinas más reconocidas en el mercado.

6.4.2.2. Estrategias De Operación

Los resultados analizados para la empresa INVERSIONES VILOREN 'S (CHIMAY) muestran un desarrollo positivo, con un comportamiento estable y de recuperación en el último año respecto al año 2020, sin embargo, se hace necesario establecer medidas, para ser implementadas en el año en curso y en los siguientes dos años, dado que la incertidumbre económica aún persiste.

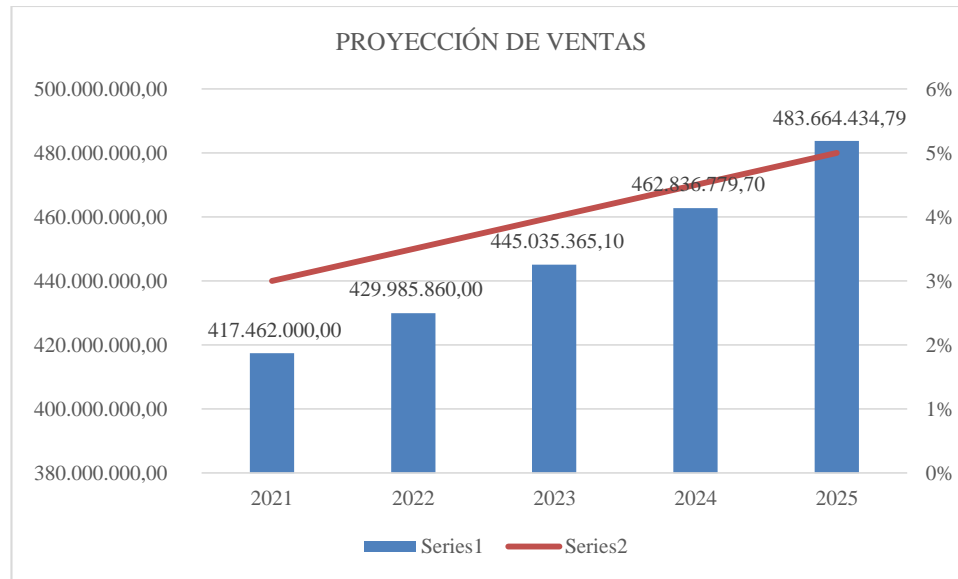
El primer plan de desarrollo de estrategia se basa en el aumento de las ventas, proyectando un crecimiento del 20% en los próximos 5 años, crecimientos parciales, ya que para el primer año crecerá el 3% , 3,5% en el segundo año, 4% en tercer año, 4,5% cuarto año, 5% en el quinto año. Para llegar al crecimiento, se surgiere estrategias de marketing digital que permitan llegar a mas potenciales clientes, trasladando las compras tradicionales en los puntos físicos a las herramientas tecnológicas como página web con pasarela de pagos.

Así mismo se puede estimular las ventas por internet mediante la utilización de un SEO (optimización de motores de búsqueda) que ayudarán a que la página web aparezca de primer lugar y potencialmente por encima de los competidores, cuando futuros clientes busquen términos o frases relacionados. Esto se dirigirá a las personas que buscan específicamente los productos que ofrece la empresa lo que finalmente aumentará la cantidad de personas que visitan la tienda virtual.

Realizar campañas de descuentos y promociones en las temporadas como festividades y festivales, realizando eventos con una periodicidad trimestral o incluso mensual. Capacitar al

personal para una buena atención al público y mejorar la experiencia post venta realizando seguimiento constante.

Figura 22. Proyección ventas en los próximos cinco años

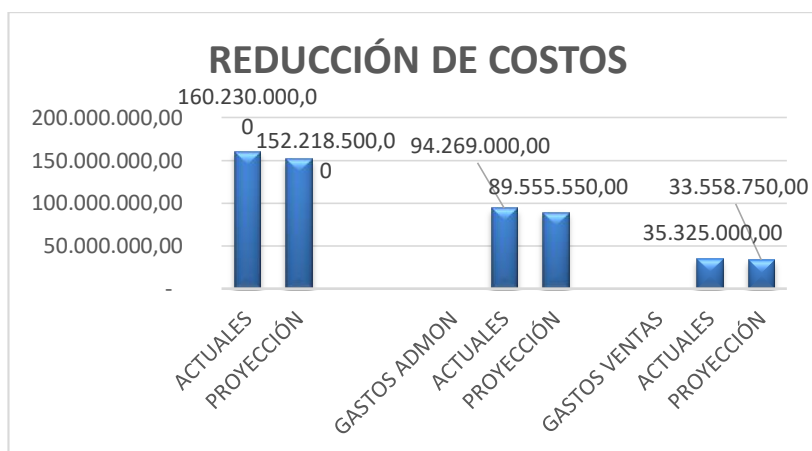


Fuente: Elaboración propia

La segunda estrategia es sostener los valores de los costos, en el primer año entre el 40%, 35% para el segundo año, para alcanzar la reducción se recomienda:

- Reducir los términos de selección de proveedores y negociación en la compra.
- Implementar nuevos insumos con menor costo y misma calidad, optimización recursos tecnológicos.
- Optimización del tiempo de producción, a partir de un mapeo de procesos que permita detallar claramente el tiempo dedicado por la mano de obra y maquinaria en cada paso de la producción.

Figura 23. Proyección de reducción de costos



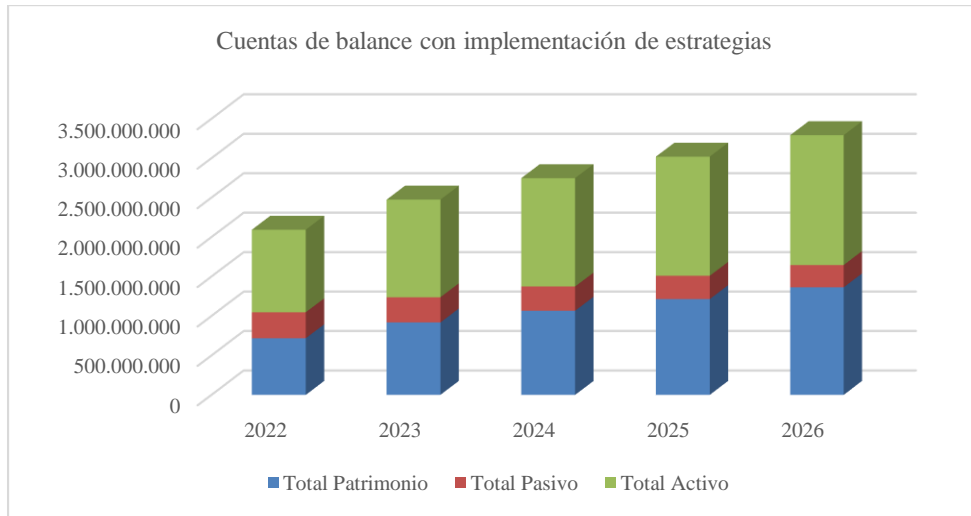
Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se proyecta realizar pagos a las obligaciones de orden corriente, dando prioridad a los proveedores, con esto se busca que en el primer se logre una reducción del 10% en el segundo y tercer año un 5%, logrando la reducción total del 20%, buscando acuerdos de pago, descuentos comerciales para contar con nuevas opciones de financiación.

Con la implementación de estas estrategias se logrará aumentar las utilidades en el primer año de 33,53%, lo que implicará mejoramiento del activo y patrimonio.

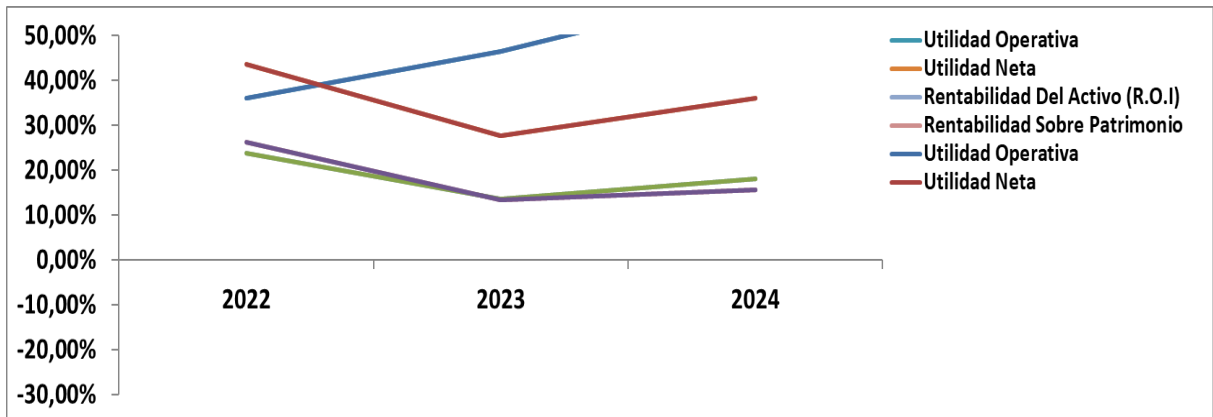
Siendo así se presentan los siguientes escenarios:

Figura 24. Expectativa de cuentas de balance con implementación de estrategias



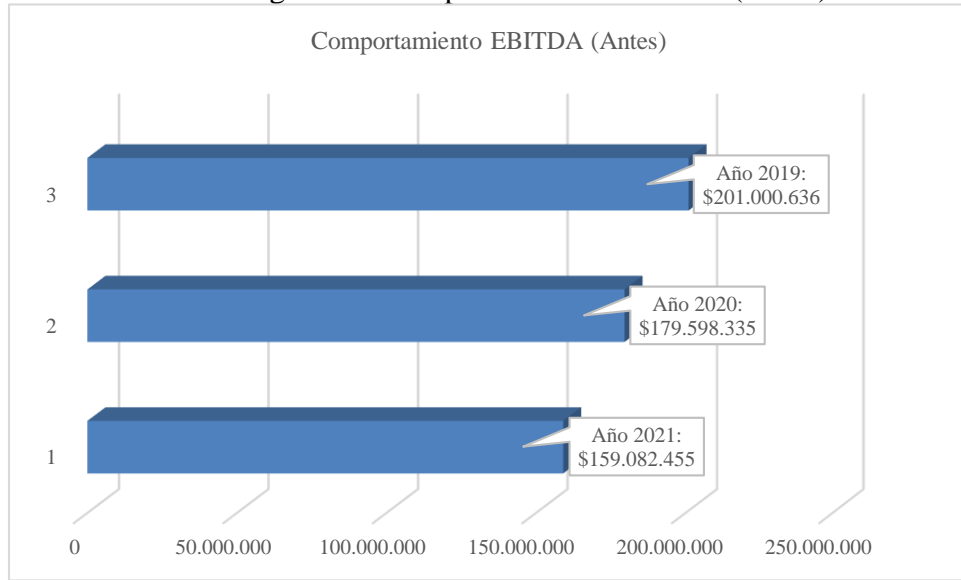
Fuente: Elaboración propia

Figura 25. Proyección de la Rentabilidad



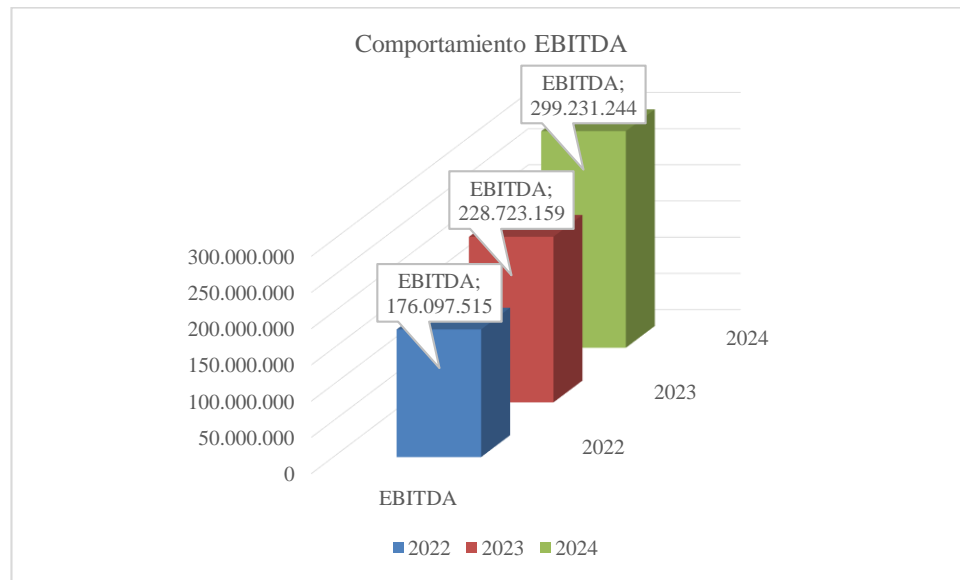
Fuente: Elaboración propia

Figura 26. Comportamiento EBITDA (Antes)



Fuente: Elaboración propia

Figura 27. Comportamiento EBITDA (Después de las estrategias)



Fuente: Elaboración propia

Con la implementación de las estrategias, el comportamiento del EBITDA, logra en el año 2022 obtener \$176.097.515 dado que la estrategia de incremento de ventas se aumentaron el 22,8% y el 23,74% respectivamente.

Todo lo anterior se vera reflejado según el grado de reducción de gastos y costos que se alcance, lo que implicara el reflejo del crecimiento con tendencia alcista lo que a largo tiempo impactara positivamente a la empresa. La utilidad se sigue manteniendo al alza, y en mayor proporción a los años anteriores.

7. Folleto informativo para la empresa INVERSIONES VILOREN´S

Como aporte y entregable de esta investigación se le realizó entrega a la empresa del plegable con la información del análisis, las estrategias y planes de acción para obtener la rentabilidad y sostenibilidad que fueron obtenidas en el desarrollo del estudio en mención.

Figura 28. Folleto Informativo





MISION, VISION

VALORES

Mision: Somos una empresa de prendas y accesorios que caracteriza por sus altos estándares de calidad y busca acompañarte en tu día a día con estilos únicos como tú.

Vision: En el año 2029, seremos una empresa reconocida a nivel nacional por nuestro estilo y asequibilidad, contando con más sucursales de nuestra marca a nivel nacional. Mejorando las condiciones de vida y colocando siempre en primer lugar el bienestar de nuestros trabajadores y clientela.

Valores: Nos caracterizamos por ser una empresa comprometidas, que laboramos con transparencia, humanismo, siempre positivo, colocando la creatividad y excelencia en la calidad en nuestros productos.

NUESTROS PRODUCTOS



CAMISAS, JEANS, POLOS, CALZADO

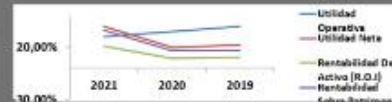


CARACTERISTICAS DE PRODUCTO

- Calidad
- Diseño
- Frescura
- Exclusividad
- Precio



ANALISIS DE RENTABILIDAD



MATRIZ MEFI

Matriz MEFI			
Factor Seguro Crítico	Des	Clasificación	Peso asignado
PORTALEZAS			
Exigencia operativa y alto valor agregado con los colaboradores de nuestro grupo, los clientes, colaboradores, accionistas y clientes.	0.15	4	0.6
Mayor operatividad y estabilidad a nivel de la cadena de distribución.	0.05	5	0.25
Exigencia logística y estabilidad en el mercado nacional.	0.15	4	0.6
Clima de confianza de alta calidad. Características de productos con niveles de alta calidad y a precios accesibles.	0.05	4	0.2
Presencia en diferentes canales de distribución. La implementación de nuevos canales de venta, como página web y tiendas virtuales.	0.05	5	0.25
Modernización, soporte y servicios al cliente para atraer a los clientes.	0.05	5	0.25
Personal altamente y bien entrenado de servicio al cliente.	0.05	5	0.25
Subtotal PORTALEZAS			3.25
DEBILIDADES			
Costos de mantenimiento y consumo de los bienes y servicios demandado a nivel global a raíz de la situación por COVID-19.	0.20	5	1.0
Reducción de los precios de venta.	0.05	5	0.25
La volatilidad de los precios de cambio.	0.05	2	0.1
Pérdida de los puntos de venta y alto costo de los insumos y servicios prestados.	0.15	5	0.75
Clientes exigentes.	0.05	2	0.2
Subtotal DEBILIDADES			2.3
TOTAL			0.95

Fuente: elaboración Propia

Conclusiones

El presente trabajo se llevó a cabo para realizar una evaluación de la empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY)., y poder determinar su valor mediante el análisis de la información obtenida de manera directa por los actores externos e internos de la empresa, la información financiera para los años 2019, 2020 y 2021, los diferentes indicadores financieros y la utilización de Métodos de Valoración financiera, principalmente el Método de Flujos de Efectivo “Free Cash Flow”, el margen EBITDA y el Método de Creación de Valor EVA “Economic Value Added”.

Una vez realizado los diferentes análisis y de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio realizado a la Empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY)., se pudo determinar el valor contable y financiero de la empresa basándose en los datos registrados en los estados de la situación financiera y los estados de resultados para los años 2019, 2020 y 2021, como elemento de medición de cada una de las partidas que componen los movimientos de la empresa.

El estudio de la información financiera de la empresa correspondiente a los años 2019, 2020 y 2021 permitió determinar el valor de las variaciones representativas de las cuentas y el porcentaje de participación sobre el total del ACTIVO, PASIVO y PATRIMONIO (En el Balance General); Y sobre el TOTAL DE LAS VENTAS (En el Estado de Resultados). con este análisis su pudo identificar el valor e incidencia de las partidas a las que hay que prestarles atención dado que sus comportamientos pueden incidir en los resultados positivos o no a futuro y que por esto requieren de acciones de mejoramiento inmediatas en pro de mantener la sostenibilidad y viabilidad económica de la empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY).

Se realizó el diseño de estrategias que se deben implementar para que la empresa mejore sus resultados en el tiempo y por ende genere valor, mediante el aumento de las ventas, con proyección de presupuesto de ventas para los próximos tres años, proyección del flujo de caja y de los estados financieros para los próximos cinco años.

La propuesta realizada en el presente trabajo, informó mediante un folleto a los Directivos y socios de la Empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY), aspectos a tener en cuenta, para su análisis, evaluación y posterior implementación y puesta en marcha de los Planes de Mejoramiento que contienen diferentes lineamientos financieros para obtener progresivamente un crecimiento económico de la empresa en el tiempo.

En la actualidad la empresa INVERSIONES VILOREN´S(CHIMAY), tiene presente que sus ventas están ligadas estrechamente a la capacidad de innovación en sus colecciones que las hace únicas y exclusivas, por lo que deben continuar con esta estrategia de sello único que la caracteriza. Es necesario realizar una debida planificación que incluya todo lo relacionado con el estudio de mercados (nichos y prospección de clientes), plan de marketing y fidelización de clientes.

Se debe destinar recursos para la inversión en tecnología y capacitación al personal para el mejoramiento en cada uno de los procesos. Se requiere continuar con el cuidado en el bienestar de sus colaboradores, preparar a través de capacitación de las nuevas tendencias digitales de la organización para alcanzar los objetivos de los procesos internos.

La empresa muestra un buen comportamiento durante los últimos tres años, pero debe adelantar las estrategias que le permitan proponer una oferta de valor a sus clientes, que impulsen las ventas, la rotación de sus inventarios y por ende mejore la rentabilidad, por eso es importante

sostener el reconocimiento de productos de alta calidad y a precios accesibles, que le proporcione elementos diferenciadores con respecto a la competencia y hacia sus clientes un alto grado de lealtad. Continuar con el cumplimiento de atención al público- Condiciones de bioseguridad y fortalecimiento de canales institucionales.

Referencias Bibliográficas

Alfonso, A. M., & Serer, G. L. (2014). Valoración de empresas mediante el método del descuento de flujos de tesorería. *Estrategia Financiera*(312), 48-55.

Amat, O. (1999). EVA: valor económico agregado; un nuevo enfoque para optimizar la gestión empresarial, motivar a los empleados y crear valor. Bogotá: Norma.

Brealey, R.A., S.C. Myers y F. Allen (2005), «Principles of Corporate Finance», 8ª ed., McGraw- Hill/Irwin.

Fernández, P. (2008). Métodos de Valoración de Empresas. Barcelona: IESE Business School, Universidad de Navarra.

Fernández, (2015). Utilidad y Limitaciones de la Madrid: IESE Business School.

Fernández, P. (2016). Valoración de Opciones Reales: Dificultades, Problemas y Errores. Madrid: IESE Business School. Universidad de Navarra.

García, O. L. (2003). Valoración de Empresas, Gerencia del Valor y EVA. Cali, Colombia: Prensa Moderna Impresores S.A.

Guevara, T.; Palma, R.; Mena, M. (2000). Análisis para la implementación del enfoque EVA en el Grupo Durman Esquivel. Tesis de maestría en Finanzas.

Gutiérrez Carmona, J., & Gutiérrez Gonzáles, D. (2018). PLANEACION FINANCIERA Y GESTION DEL VALOR. ECOE EDICIONES

Harvard Business Review. (1998a). Cómo medir el rendimiento. HDR. Bilbao: Deusto.
Harvard Business Review. (1998b). Gestión de la marca. HDR. Bilbao: Deusto.

Harvard Business Review (1999). On the Business Value of IT. Harvard Business School Press.

Harvard Business Review. (2000). Gestión del conocimiento. HDR. Bilbao: Deusto.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. DE C.V.

Janssen, M. (2005). The architecture and business value of semi-cooperative, agent-based supply chain management system. *Electronic Commerce Research & Application*, 4, 315-328.

Marchand, D. (2005). Reaping the Business Value of IT. *Business & Economic Review*, july–September

Young, A. (2001). EVA and value-based management: a practical guide to implementation. New York: Mc Graw-Hill.

Anexos

Anexo 1. Aval de la empresa.	113
Anexo 2. Estados Financieros Año 2019 – 2020 – 2021	114
Anexo 3. Transcripción de la Entrevista	123

Anexo 1. Aval de la empresa.



Santiago de Cali, 19 de octubre de 2022

Señores:
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO

Cordial Saludo,

Por medio de la presente, yo, VIVIANA LORENA SUA BUSTOS, identificada con CC.38.612.617 de Cali, Valle, actuando como propietaria de la empresa INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY), registrada con NIT. 38.612.617-9 doy el aval para el desarrollo del proyecto de investigación de maestría titulado "Valoración de Empresa INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY) en la ciudad de Santiago de Cali- Valle del Cauca", a las señoritas, JESSIKA ALEJANDRA BUSTOS SALAZAR, identificada con código institucional No. 21872116792 y NILGEN LEONOR CAMPILLO VALENCIA, identificada con código institucional No. 21872217016. Este aval se profiere con fines netamente académicos.

Atentamente,

VIVIANA LORENA SUA BUSTOS
Propietaria INVERSIONES VILOREN'S (CHIMAY)
NIT:38612617-9
Teléfono: 3135332914

Anexo 2. Estados Financieros Año 2019 – 2020 – 2021



INVERSIONES VILOREN'S
 SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
 NIT 38612617
 ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA
 ENERO - DICIEMBRE 2020
 Valores Expresados en Miles de Pesos

ACTIVO	
Disponible	73.829.850
Clientes	120.000.000
Inventarios	125.500.000
Total Activo Corriente	319.329.850
Inversiones permanentes	
Deudores LP	5.700.000
Propiedades, planta y equipo	600.000.000
Total Activo No Corriente	605.700.000
Total Activo	925.029.850
PASIVO	
Obligaciones financieras	158.900.000
Proveedores	92.000.000
Cuentas y gastos por pagar	
Obligaciones laborales	17.200.000
Total Pasivo Corriente	268.100.000
Obligaciones financieras	33.500.000
Cuentas por Pagar	12.700.000
Obligaciones laborales	9.800.000
Total Pasivo No Corriente	56.000.000
Total Pasivo	324.100.000
PATRIMONIO	
Capital social	190.000.000
Superávit de Capital	
Reservas	12.513.488
Revalorización del patrimonio	297.943.339
Resultados del ejercicio	100.473.023
Resultados de ejercicios anteriores	
Total Patrimonio	600.929.850
Total Pasivo y Patrimonio	925.029.850

Viviana Lorena Sua B
SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
 Representante Legal
 CC. 38612617

Francisco Murcia
Francisco Murcia
 Contador Público
 Tarjeta Profesional 68268-T



SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
NIT 38612617
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
ENERO - DICIEMBRE DE 2020

Valores Expresados en Miles de Pesos

Ventas	449.791.927
Costo de Ventas	173.281.291
Utilidad Bruta	276.510.636
Gastos de administración	66.980.000
Gastos de Ventas	29.100.000
Gastos fijos	
Utilidad Operativa	180.430.636
Ingresos no operativos	
Gastos Financieros	22.670.000
Egresos no operativos	7.800.900
Utilidad antes de impuestos	149.959.736
Impuesto de renta	49.486.713
Utilidad Neta	100.473.023


SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
Representante Legal
CC. 38612617



Napoleón Muñoz
Contador Público
Tarjeta Profesional 68268-T



INVERSIONES VILOREN'S
SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
NIT 38612617
ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA
ENERO - DICIEMBRE 2020
Valores Expresados en Miles de Pesos

ACTIVO	
Disponible	40.957.750
Clientes	20.000.000
Inventarios	143.500.000
Total Activo Corriente	204.457.750
Inversiones permanentes	
Deudores LP	111.573.457
Propiedades, planta y equipo	600.000.000
Total Activo No Corriente	711.573.457
Total Activo	916.031.207
PASIVO	
Obligaciones financieras	48.133.333
Proveedores	159.700.000
Cuentas y gastos por pagar	
Obligaciones laborales	23.400.000
Total Pasivo Corriente	231.233.333
Obligaciones financieras	135.760.000
Cuentas por Pagar	19.870.000
Obligaciones laborales	12.500.000
Total Pasivo No Corriente	168.130.000
Total Pasivo	399.363.333
PATRIMONIO	
Capital social	190.000.000
Superávit de Capital	
Reservas	74.553.603
Revalorización del patrimonio	61.981.883
Resultados del ejercicio	89.659.365
Resultados de ejercicios anteriores	100.473.023
Total Patrimonio	516.667.874
Total Pasivo y Patrimonio	916.031.207


SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
Representante Legal
CC. 38612617


Natalia María
Contador Público
Tarjeta Profesional 68268-T



SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
NIT 38612617
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
ENERO - DICIEMBRE DE 2020

Valores Expresados en Miles de Pesos

Ventas	433.325.556
Costo de Ventas	162.248.400
Utilidad Bruta	271.077.156
Gastos de administración	76.700.000
Gastos de Ventas	37.200.000
Gastos fijos	
Utilidad Operativa	157.177.156
Ingresos no operativos	
Gastos Financieros	19.725.149
Egresos no operativos	5.600.000
Utilidad antes de impuestos	131.852.007
Impuesto de Renta	42.192.642
Utilidad Neta	89.659.365

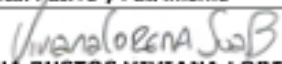
Viviana Lorena SuB
SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
Representante Legal
CC. 38612617

María Patricia Muñoz
María Patricia Muñoz
Contador Público
Tarjeta Profesional 68268-T



INVERSIONES VIOREN'S
SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
NIT 38612617
ESTADO DE LA SITUACION FINANCIERA
ENERO - DICIEMBRE 2021
Valores Expresados en Miles de Pesos

ACTIVO	
Disponible	175.921.031
Clientes	120.000.000
Inventarios	396.661.045
Total Activo Corriente	692.582.076
Inversiones permanentes	
Deudores LP	99.037.688
Propiedades, planta y equipo	
Total Activo No Corriente	99.037.688
Total Activo	791.619.764
PASIVO	
Obligaciones financieras	10.266.666
Proveedores	172.000.000
Cuentas y gastos por pagar	6.700.000
Obligaciones laborales	12.300.000
Total Pasivo Corriente	201.266.666
Obligaciones financieras	92.750.000
Cuentas por Pagar	35.400.000
Obligaciones laborales	
Total Pasivo No Corriente	128.150.000
Total Pasivo	329.416.666
PATRIMONIO	
Capital social	190.000.000
Superávit de Capital	
Reservas	7.016.013
Revalorización del patrimonio	
Resultados del ejercicio	175.527.720
Resultados de ejercicios anteriores	89.659.365
Total Patrimonio	462.203.098
Total Pasivo y Patrimonio	791.619.764


SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
Representante Legal
CC. 38612617


Napoleón Murcia
Contador Público
Tarjeta Profesional 68268-T



SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
NIT 38612617
ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL
ENERO - DICIEMBRE DE 2021

Valores Expresados en Miles de Pesos	
Ventas	417.463.000
Costo de Ventas	150.230.000
Utilidad Bruta	267.233.000
Gastos de administración	94.269.000
Gastos de Ventas	25.325.000
Gastos fijos	
Utilidad Operativa	137.639.000
Ingresos no operativos	600.000.000
Gastos Financieros	1.250.000
Egresos no operativos	480.000.000
Utilidad antes de Impuestos	254.189.000
Impuesto de Renta	70.860.200
Utilidad Neta	179.327.799


SUA BUSTOS VIVIANA LORENA
Representante Legal
C.C. 38612617


Napoleón Murcia
Contador Público
Tarjeta Profesional 68268-T

INFORMACIÓN GENERAL.

INVERSIONES VILOREN'S, NIT. 38612617 y domicilio principal en la ciudad de Cali (VALLE) Colombia, AV 4 # 38 A NORTE - 27, actuando como persona natural a nombre de VIVIANA LORENA SUA BUSTOS, inscrita en la Cámara de Comercio de Cali (VALLE), El día 17 de octubre de 2006 bajo el registro mercantil No. 696579 cuya vigencia es indefinida.

Su objeto social es "CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, MENSAJERÍA Y ACTIVIDADES POSTALES, LA SOCIEDAD PODRÁ LLEVAR A CABO, EN GENERAL TODAS LA OPERACIONES DE CUALQUIER NATURALEZA QUE ELLAS FUEREN, RELACIONADAS DIRECTA O INDIRECTAMENTE CON EL OBJETO



MENCIONADO, ASÍ COMO LAS ACTIVIDADES SIMILARES, CÓNEJAS Ó COMPLEMENTARIAS Ó QUE PERMITAN FACILITAR Ó DESARROLLAR EL COMERCIO Ó LA INDUSTRIA DE LA SOCIEDAD”.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

CIIU 1410 - Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel

CIIU 5310 - Actividades postales nacionales

CIIU 5320 - Actividades de mensajería

NOTA No. 2 PRÁCTICAS CONTABLES Y BASES DE PREPARACIÓN.

Los estados financieros por el periodo del año 2017 han sido preparados de acuerdo con las normas de contabilidad y de información financiera aceptadas en Colombia, establecidas en la Ley 1314 de 2009 que corresponden a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) traducidas de manera oficial y autorizadas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB, por sus siglas en inglés) al 31 de diciembre de 2014, reglamentadas en Colombia por el Decreto Reglamentario 2420 de 2015, “Decreto Único Reglamentario de las normas de contabilidad, de información financiera y de aseguramiento de la información” modificado el 23 diciembre de 2015 por el Decreto Reglamentario 2496, y sin hacer uso de ninguna de las excepciones a NIIF que en dichos Decretos se plantean. Los Decretos Reglamentarios 2420 y 2496 de 2015, reglamentan la preparación de estados financieros con base en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF/NIC), y el Marco Conceptual emitidas hasta el 31 de diciembre de 2014, publicados por el International Accounting Standards Board - IASB en 2015.

Estimaciones y juicios contables. En la preparación de los estados financieros adjuntos se han utilizado estimaciones realizadas por la empresa para cuantificar algunos de los activos, pasivos, ingresos, gastos y compromisos que figuran registrados en ellos.

Básicamente, estas estimaciones se refieren a:

Las hipótesis empleadas para el cálculo del valor razonable de los instrumentos financieros.

La valoración de los activos financieros para determinar la existencia de pérdidas por deterioro de los mismos.

La vida útil de las propiedades, planta y equipo e intangibles.



La evaluación de la probabilidad de tener utilidades futuras para el reconocimiento de los activos por impuesto diferido

Estas estimaciones se han realizado en función de la mejor información disponible sobre los hechos analizados en la fecha de preparación de los estados financieros adjuntos, la cual puede dar lugar a modificaciones futuras en virtud de posibles situaciones que puedan ocurrir y que obligarían a su reconocimiento en forma prospectiva, lo cual se trataría como un cambio en una estimación contable en los estados financieros futuros.

Unidad Monetaria De acuerdo con las disposiciones legales, la unidad monetaria utilizada por la compañía para las cuentas de la situación financiera y Estado de Resultados es el peso colombiano.

Distinción entre partidas corrientes y no corrientes La empresa presenta sus activos corrientes y no corrientes, así como sus pasivos corrientes y no corrientes, como categorías separadas en su estado de situación financiera. Para el efecto se entiende como activos corrientes aquellas sumas que serán realizadas o estarán disponibles en un plazo no mayor a un año y, como pasivos corrientes, aquellas sumas que serán exigibles o liquidables también en un plazo no mayor a un año.

Base contable de acumulación Los estados financieros han sido preparados sobre la base contable de acumulación o devengo, excepto en lo relacionado con la información de los flujos de efectivo.

Importancia relativa y materialidad El reconocimiento y la presentación de los hechos económicos se determinan de acuerdo con su importancia relativa. Un hecho económico se considera material cuando, debido a su naturaleza o cuantía, su conocimiento o desconocimiento, teniendo en cuenta las circunstancias, puede alterar significativamente las decisiones económicas de los usuarios de la información.

Al preparar los estados financieros, incluidas sus notas, la importancia relativa para propósitos de presentación se determinó sobre una base del 5% aplicada al activo corriente y no corriente, al pasivo corriente y no corriente, al patrimonio, a los resultados del ejercicio, y a cada cuenta a nivel de mayor general individualmente considerada del período de reporte.

Compensación de saldos y transacciones Los activos y pasivos se presentan compensados en los estados financieros, si y solo si, existe un derecho legal exigible a la fecha de cierre que obligue a recibir o cancelar los montos



reconocidos por su valor neto, y cuando existe una intención de compensar en una base neta para realizar los activos y liquidar los pasivos simultáneamente.

Clasificación como deuda o patrimonio Los instrumentos de deuda y patrimonio se clasifican ya sea como pasivos financieros o como patrimonio, de acuerdo con la sustancia del acuerdo contractual.



ESTA COPIA DE LA TARIETA PROFESIONAL HACE PARTE INTEGRAL DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DEL AÑO 2021 **VIVIANA LORENA SUA BUSTOS** NIT 38612617



Anexo 3. Transcripción de la Entrevista

ENTREVISTA CON LOS PROPIETARIOS:

1) ¿Cómo empezó la idea de emprender?

Rta: Nuestra idea de emprender surgió de la necesidad de cumplir las necesidades, adicional por el gusto de las ventas pues crecí alrededor de personas con emprendimientos y negociantes, donde desde muy pequeño la vida me enseñó el arte de vender y de ser una persona entradora.

2) ¿Por qué productos de la línea masculina?

Rta: Nos direccionamos por la línea masculina por dos razones, la primera fue porque yo tengo muchos amigos de género masculino y dada a las circunstancias yo les vendía a mis amigos, la segunda es porque el hombre es menos complicado al momento de realizar una compra, dado que si estudiamos los dos géneros las mujeres son más impulsivas para realizar compras pero las detalladas y más perfeccionistas a la hora de tomar una decisión.

3) ¿Cuántas franquicias tiene y en qué lugar?

Rta: Actualmente tenemos 3 tiendas propias 2 en Cali y 1 Palmira y contamos con tiendas alianzas ubicadas en Santander de Quilichao, Caicedonia, Tuluá, Bogotá, Neiva

4) ¿Cuántos empleados cuenta INVERSIONES VILOREN'S?

Rta: Actualmente contamos con 10 empleados que se deriva de la siguiente manera: administrador, contador, abogado, 4 área de cortes, diseñador, 4 vendedores, adicional contamos con empleados satélites que se deriva en 6 talleres que son: confesiones de las camisetas, jeans calzado, jogger, polos y Camibusos, 1 virtual (persona encargada de los arreglos de las tiendas que tienen 3 personas) 2 empresa de manejo de página web, 3 estampadoras. Un total de 25 empleados 10 de la empresa INVERSIONES VILOREN'S y 15 SATELITES

5) ¿Cómo fue el inicio del emprendimiento?

Rta: el inicio de CHIMAY fue inicialmente de la idea de mi esposo DIDIER, ya que él se movía en el ambiente de la comercialización de productos (ropa, calzado, accesorios, etc.), pues inicialmente se realizaba importaciones de china donde se traían marcas como Adidas, Nike, Polos, Lacaste. Unas de esas importaciones se compró la marca Chimai y al llegar a Colombia fue un producto muy bien acogida, en el año 2012 se realiza el proceso de patente de la marca donde se le hizo la modificación a la marca CHIMAY.

6) ¿Un promedio de ventas mensuales?

Rta: \$145.000.000 (\$40.000.000 por tiendas propias y \$25.000.000 ventas al por mayor) eso dependiendo la temporada, pero las temporadas altas esta entre \$450.000.000

7) ¿Cuáles son los meses que se puede considerar temporada alta?

Rta: Junio, noviembre y diciembre

8) ¿Qué planeación realizan para suplir las necesidades en temporadas altas?

Rta: Aumentar las cantidades por referencias, pero actualmente para no quedarnos con tanta mercancía en bodega, mantenemos en sacar nuevas referencias cada mes. Para así poder ofrecer exclusividad a nuestras clientelas.

9) ¿Cada cuánto realizan promociones?

Rta: promociones fijas en los meses Febrero y septiembre sin embargo se hace estrategias comerciales como actividades relámpagos con referencias seleccionadas.

10) ¿Cuánto son los costos de la materia prima en una nueva temporada?

Rta: dependiendo pues en el año sacamos 4 colecciones que son trimestrales los costos aproximando por colecciones es de \$300.000.000, es decir \$100.000.000 mensuales excepto temporadas altas 700.000.000

11) ¿Cuál de todos los productos son los que más venden? ¿Por qué?

Rta: camisetas, por su calidad, precio.

12) ¿Qué diferencia la marca INVERSIONES VILOREN´S a las otras marcas?

Rta: por calidad, exclusividad y por precio.

13) ¿Sabe Usted cuanto está valorada la empresa INVERSIONES VILOREN´S en la actualidad?

Rta: depende, pues si se habla de los activos si se, pero como marca creería que es un costo intangible pues si es por el valor de la marca son las ventas del último año*5

14) ¿Cuál es el plus de la empresa?

Rta: en la conceptualización de marca. Ya que somos una marca temporal con un concepto de moda y dirigido para todo el público.

15) ¿De todas las empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de productos textiles, cual es la marca competencia de INVERSIONES VILOREN´S y por qué?

Rta: QUEST, AMERICANINO, ROBICON. son marcas que lo consideramos como competencia dado que brinda productos muy parecidos y que van para el mismo segmento de población en la que nosotros nos dirigimos.

16) ¿Qué cree que puede mejorar?

Rta: Procesos de producción, estrategias comerciales, estrategia de marketing.

17) ¿Algún consejo para las personas que desean empezar su emprendimiento?

Rta: Tiene que ser muy constante, persistente lo más importante de un proyecto es planear bien su proceso, tener claro el tiempo que va a llevar sus resultados y que hay que sacrificarse para obtener las metas.

18) ¿Cuál de todos los productos de su catálogo es el más adquirido por los clientes?

Rta: camisetas, polos