

Diseño de un modelo de gestión empresarial para el sector comercio**Design of a businessmanagement model to improve the commerce sector**

DOI:10.34117/bjdv5n9-193

Recebimento dos originais: 20/08/2019

Aceitação para publicação: 27/09/2019

Carlos Arturo Salgar Ramírez

Contador Público, Especialista en Finanzas; Especialista en Pedagogía, Magíster en Educación

Instituição: Corporación Universitaria Minuto de Dios

Endereço: Carrera 10 N° 36-106b - Barrio Rosablanca; Girardot - Cundinamarca, Colombia

E-mail: carlos.salgar@uniminuto.edu

Paula Milena Jaramillo Ramírez

Contador Público, Especialista en Gerencia de Mercadeo; Especialista en Gerencia y Administración Tributaria, Magíster en Administración de Empresas con Especialidad en Dirección de Proyectos

Instituição: Corporación Universitaria Minuto de Dios

Endereço: Carrera 10 N° 36-106b - Barrio Rosablanca; Girardot - Cundinamarca, Colombia

E-mail: paula.jaramillo@uniminuto.edu

RESUMEN

Este artículo presenta la implementación de una propuesta enfocada en la competitividad comercial para que genere impacto a nivel global, la cual, se fundamenta en los procesos internos a nivel de las unidades estratégicas empresariales y su desempeño en la contribución de la productividad en el sector económico. De esta forma, el fundamento teórico de esta propuesta, se enmarca dentro de la gestión organizacional enfocada en la competitividad, conexas a la planeación estratégica, el desarrollo económico, el clima y la cultura laboral. Así mismo, la información tratada en este estudio de campo, recopila datos en una muestra representativa de organizaciones del sector comercial en el municipio de la Mesa, Cundinamarca, Colombia, la cual, tiene deficiencia en el capital de trabajo, etapas de crisis por disminución en la demanda y amenazas de los grandes distribuidores, aunado a la falta de aplicabilidad de los sistemas de gestión y de procesos contables, los que constituyen las principales oportunidades de mejora con el fin de obtener ventaja competitiva.

Palabras clave: Competitividad, procesos contables, gestión por procesos, oportunidades de mejora, sostenibilidad, sistemas de información, modelos de gestión.

ABSTRACT

This article presents the implementation of a proposal focused on commercial competitiveness to generate impact at a global level, which is based on internal processes at the level of strategic business units and their performance in the contribution of productivity in the economic sector. In this way, the theoretical basis of this proposal is framed within the organizational management focused on competitiveness, related to strategic planning, economic development,

climate and work culture. Likewise, the information treated in this field study, collects data in a representative sample of organizations of the commercial sector in the municipality of La Mesa, Cundinamarca, Colombia, which is deficient in working capital, stages of crisis due to decrease in the demand and threats of large distributors, coupled with the lack of applicability of management systems and accounting processes, which constitute the main opportunities for improvement in order to obtain competitive advantage.

Keywords: Competitiveness, accounting processes, process management, improvement opportunities, sustainability, information systems, management models.

1. INTRODUCCIÓN

El propósito en esta investigación, atendiendo a que no se cuenta con la información de caracterización del sector comercio en el municipio de la Mesa, Cundinamarca – Colombia, es identificar en el sector comercial de este municipio, las organizaciones empresariales formales, para así determinar los procesos de registro contable y sistemas de información que se adoptan en las organizaciones comerciales y, de esta manera, a través del estudio implementado, lograr un acercamiento con el fin medir la competitividad basada en esta área de gestión. A partir de los conceptos del marco teórico de esta investigación, el estudio de las organizaciones inteligentes, la teoría de la complejidad, la planificación estratégica, la gestión por procesos, la contabilidad administrativa y de gestión, se plantean como un método de estudio de la competitividad en organizaciones comerciales, lo anterior, con el objeto de encontrar las variables fundamentales que soporten el proceso de la cultura empresarial para consolidar la productividad y el posicionamiento de las mismas en el mercado.

Los diferentes estudios de revisión bibliográfica tratan de los modelos de la planificación estratégica y los sistemas de contabilidad de gestión, que conllevan a elaborar y conocer las limitaciones y las fortalezas de la empresa, fundamentándose en los procesos de diagnóstico empresarial y la inteligencia de mercado, sin dejar de lado lo esencial, la participación del factor humano en un contexto tan cambiante como el vivido en las últimas décadas y determinante en la sostenibilidad de las empresas formales. Al referenciar los modelos de gestión empresarial y la competitividad, los aspectos más destacables y que recogen, desde hace ya unos años, las intenciones de implementar unos sistemas y modelos, tanto de dirección como de operación en las organizaciones empresariales, están directamente relacionadas con los cambios en el sistema económico y de comercio a nivel mundial.

2. CONTEXTO

El municipio de La Mesa, Cundinamarca - Colombia, hace parte de la llamada Provincia del Tequendama, una de las 15 provincias en la que se encuentra dividido el departamento; además, se encuentra a 54 km al suroeste de Bogotá, la capital colombiana (Alcaldía de La Mesa, Sf). A La Mesa, según información de la Alcaldía Municipal, se puede acceder por la carretera que lleva a la población de Girardot a través de una ruta que pasa por Fontibón, Mosquera, La Mesa, Anapoima, Apulo y Tocaima. El municipio tiene alrededor de 32000 habitantes, de los cuales unos 18000 habitan su casco urbano (Alcaldía de La Mesa, Sf).

El sustento económico del municipio está mediado entre la agricultura, la producción pecuaria y el turismo. Según lo sustenta la Alcaldía de La Mesa, la producción de la caña de azúcar conlleva a la producción de panela o la producción de miel. Los cultivos que se destacan son: el café, los árboles frutales (mango, naranja, mandarina guanábana, limón), maíz, plátano, yuca, frijoles y frutas de todos los climas templados y calientes (Alcaldía de La Mesa, Sf). Otro renglón importante productivo es la industria pecuaria, esto con la producción de pastos para la cría de ganados de engorde y leche. La economía interna del municipio, en su mayor parte la mueve el turismo; por su cercanía a la capital, es un lugar de descanso, en el cual, sus grandes abismos y la proximidad con fuentes hídricas lo dotan de atractivo para propios y turistas, aportándole de esta manera, a la productividad y sostenibilidad de la región.

3. OBJETIVO DE ESTUDIO

Diseñar la propuesta de un modelo de gestión empresarial que propicie la competitividad en los comercios del Municipio de la Mesa Cundinamarca.

4. DISCUSIÓN TEÓRICA PROPUESTA

El estudio de la estructura empresarial y comercial hace que la conceptualización teórica en este trabajo sea enfocada a la rentabilidad y beneficios para las organizaciones. Se hace referencia transversal en el marco de este artículo a la teoría de la competitividad, que, desde la visión de Suñol (2006), se comprueba que el término competitividad “es mucho más rico que lo que comúnmente se entiende y que conseguir una auténtica competitividad sostenible a través del tiempo exige de la implementación de una diversidad de políticas que permitan la superación de los obstáculos existentes para lograrla (Suñol, 2006, p, 180). A partir de esto, se expone una propuesta sustentada en los procesos organizacionales eficientes y eficaces, en la utilización de los recursos, a la comunicación asertiva, a los procesos contables

armonizados y a la dinámica del desarrollo empresarial desde la sostenibilidad y la gestión empresarial. Por tal razón, para dar claridad a las pretensiones y alcances de la propuesta, se determinan conceptos entre los cuales se destacan: competitividad, procesos contables, gestión por procesos, organizaciones, unidades de negocio, oportunidades de mejora, planificación, sostenibilidad, sistemas de información y modelos de gestión.

De este modo, entender los modelos de gestión empresarial encaminados a la competitividad hace que, los rasgos económicos distintos o diferenciadores de la sociedad actual, con respecto a décadas pasadas, se evidencien por medio de una serie de factores, tales como: revolución tecnológica, incremento de las unidades de consumo, avances en el campo informático, robotización, racionalización, información, descentralización, etc. (Observatorio Iberoamericano, citando a Ripoll, V. (1990)). Estos aspectos, han propiciado la aparición de una nueva mentalidad, una nueva cultura empresarial y por ende una nueva forma de gestión basada en la información. De ahí que, en la actualidad, las organizaciones son tendientes a implementar la gestión del conocimiento y la información, pues cada vez más, la sociedad actual “viene produciendo un cambio real en la naturaleza e importancia del conocimiento, lo cual implica una transformación sustantiva en la gestión y diseño de las empresas” (Torres, Hoyos, & Arango, 2010, p, 32).

Por otro lado, es importante mencionar en esta conceptualización la gestión empresarial, factor importante en la realidad de las empresas en la actualidad, pues se compone de manera dialógica por la gestión del talento humano y gestión del conocimiento antes mencionado. En lo que respecta a la gestión del talento humano, para Laszlo y Bock (2016), está condicionada por la creación de una cultura de trabajo, diseño de procesos de contratación, gestión en el rendimiento, planeación estratégica, etc. Así mismo, es importante definir responsabilidades, claridad en los espacios de intervención y canales de comunicación conocidos por todos los vinculados, pues son elementos que permiten transmitir las ideas de todos, siguiendo un procedimiento aprobado por la organización. Por su parte, en lo que respecta a la planeación estratégica, la conceptualización que hace Steiner, G. (2003), no puede estar separada de funciones administrativas como: la organización, dirección, motivación y control. Además, este tipo de planeación está proyectada al logro de los objetivos institucionales de la empresa y tienen como finalidad básica el establecimiento de guías generales de acción de la misma encaminada a la sostenibilidad.

Siguiendo con la discusión, la gestión del conocimiento y la información es fundamental para el modelo de negocio sea cual sea su razón económica, pues el diseño de

estrategias tendientes a la gestión del conocimiento genera valor agregado para el cliente y la propia gestión empresarial (Torres, Hoyos, & Arango, 2010). Así mismo, cuando se menciona la gestión organizacional, es posible referirse a esta en la manera en que la organización es tendiente a establecer una identidad corporativa, en concreto, pensar en una misión, visión, valores institucionales y objetivos corporativos claros y sólidos; elementos que conforman la razón de ser de una organización y por ende estos elementos fundamentan la cultura y filosofía de la empresarial. De ahí que, atendiendo a los postulados de Max Weber, citado por Ortíz, J. (2012), los objetivos de las organizaciones se alcanzan a partir de la cooperación, ésta a su vez, se logra a través de las reglas y normas, desde la condición de la racionalización del trabajo. Así mismo, otros referentes para la temática de los objetivos organizacionales vistos como gestión de la administración se enfocan en los incentivos y los procesos de innovación.

De esta forma, desde el punto de vista del análisis empresarial y socioeconómico, la competitividad, desde la visión de Porter, M. (1986), “está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos y de la eficiencia productiva”. En ese orden de ideas, la competitividad crea ventajas comparativas que permitan sostener y mejorar la posición que tenga la organización en el entorno socioeconómico al cual pertenece. Aunado a lo anterior, la contabilidad de gestión, surge de la evolución de la contabilidad de costos, y propende por la interpretación empresarial de los ingresos en términos de cantidades y los egresos respecto a la inversión en procesos de calidad frente al producto que se oferta, se sugiere que los análisis contables amplíen su campo de acción y, además de ser la radiografía financiera de la empresa, permiten soportar la toma de decisiones respecto al producto, la valorización de inventarios y el suministro de la información adecuada para llevar a cabo un control de las condiciones de trabajo tendiente a las oportunidades de mejora.

Cada una de las tendencias y enfoques a tener en cuenta desde el marco teórico, aborda la gestión empresarial y su marco en la competitividad como un insumo para el diseño y la construcción de ese modelo de gestión que, basado en los procesos contables, genere desarrollo económico, desde la funcionalidad y adaptación al medio ambiente. Además, aspectos del ámbito legal como normas técnicas contables (ley 1314 de 2009, decreto 2420 de 2015 entre otras) son fundamentales para tener en cuenta en el desarrollo del proyecto investigativo.

5. METODOLOGÍA DEL ABORDAJE

Este estudio tiene un desarrollo descriptivo, toda vez que estudia las propiedades y características importantes de un fenómeno, que se convierte en objeto y sujeto de análisis, por sus alcances y repercusiones. Por tal razón, citando a Hernández, R. (2014) el estudio descriptivo: “Describe tendencias de un grupo o población. Toda investigación debe ser transparente, así como estar sujeta a crítica y réplica, y este ejercicio solamente es posible si el investigador delimita con claridad la población estudiada y hace explícito el proceso de selección de su muestra”. Así mismo, el enfoque se establece desde el espectro metodológico mixto, debido a que se requieren, durante el proceso investigativo, datos cualitativos y cuantitativos.

En lo que tiene que ver con las técnicas de recolección de información, se fundamentan en la observación y el análisis, de ahí que, los instrumentos de observación se establecen desde la indagación documental, la revisión bibliográfica y la observación directa. En el análisis se emplean las encuestas con cuestionarios semiestructurados. De igual forma, para la discusión y análisis de resultados se requiere de variables tanto cuantitativas como cualitativas para fundamentar los supuestos teóricos y las conclusiones de la situación en estudio, de allí que se apropien conceptos de autores como Teddlie y Tashakkori (2009) y Onwuegbuzie y Johnson (2006), entre otros, los cuales, recientemente incorporan varios elementos para el rigor y la calidad de los diseños mixtos, sus procedimientos y resultados en sus propuestas. De este modelo se obtendrá la comparación y triangulación de la información que se requiere para interpretar los resultados. Por su parte, el universo de los comercios registrados en Cámara de Comercio del departamento de Cundinamarca, objeto de estudio, son de cuatrocientos (400), de lo cual se accedió en el trabajo de campo y se aplicó el instrumento de recolección de datos a doscientas ochenta y nueve (289) de estas organizaciones comerciales.

6. PRINCIPALES RESULTADOS

Teniendo en cuenta los postulados planteados por Senge (2000; 2009; 2010), citado por Reyes (2012), existen varios componentes que las empresas deben sopesar en función de una permanente adaptación creativa a entornos dinámicos y complejos, pues, si se quiere sobrevivir a las características del nuevo y dinámico entorno económico, las empresas están conminadas a realizar su autogestión y canalizar y coordinar los esfuerzos de los vinculados, al igual que, sus grupos de interés (empleados) deben intervenir sustantivamente en el cumplimiento de responsabilidades para mejorar su gestión integral. Esta participación activa de los empleados

y vinculados, favorece la implantación de medios que permitan evaluar su propio rendimiento, mejorando la ejecución de su trabajo y realizar acciones propositivas. De ahí que, Sáez de Viteri Arranz, D. (2000), hace referencia a cómo la estrategia empresarial hasta la década de los ochenta centraba sus esfuerzos en detectar las necesidades del mercado y posteriormente dotarse de la capacidad tecnológica necesaria para satisfacerlas. Por esto, el análisis sectorial buscaba la obtención del poder de mercado de las empresas que ya estaban instaladas en el sector. En este contexto, los modelos de la autoevaluación y autogestión, toman una gran fuerza para mejorar la gestión de la empresa.

Lo anterior, trata de poner de manifiesto la relevancia que en la actualidad está adquiriendo la implementación de modelos de gestión que, además de proponer los mecanismos y herramientas para la toma de decisiones, buscan canalizar instrumentaciones precisas tendientes a garantizar el éxito de la empresa. Por tal razón, enmarcando a la empresa en un sector, y entendiendo éste como el conjunto de las empresas de la competencia, y dado que, dentro de este, a igualdad de las características estructurales del mismo, aparecen empresas que consiguen resultados y rentabilidades distantes, y reconociendo que la competitividad se consigue a través de una ventaja competitiva, los modelos de gestión se convierten en una alternativa para que las empresas evalúen las capacidades propias de la organización y establezcan procesos sólidos para la sostenibilidad en el tiempo a través de la experiencia de las empresas del sector mismo (benchmarking).

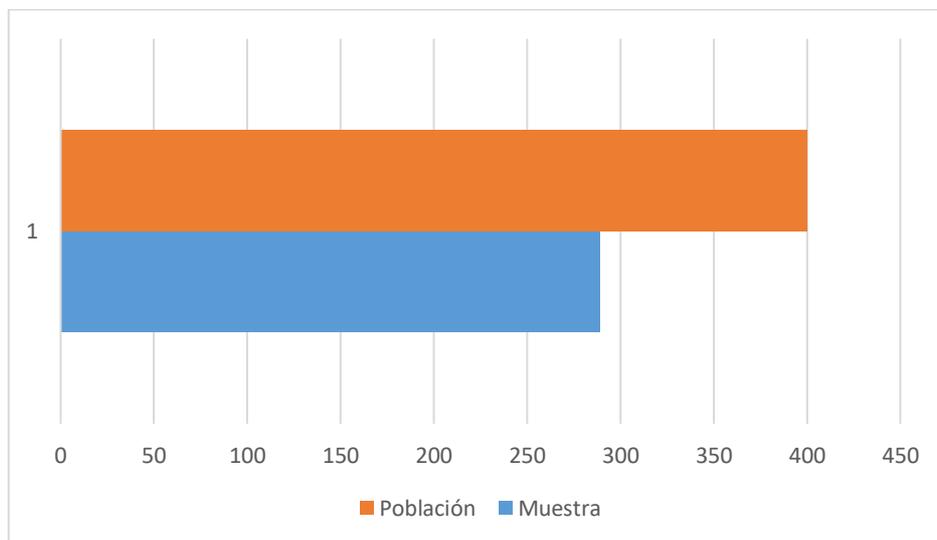
Por su parte Sáez (2000), hace referencia a cómo la estrategia empresarial hasta la década de los años ochenta, centraba sus esfuerzos en detectar las necesidades del mercado y dotarse de la capacidad tecnológica necesaria para satisfacerlas. Igualmente, enmarcando a la empresa en un sector específico donde hay igualdad de las características estructurales del mismo, aparecen empresas que consiguen resultados y rentabilidades distantes, reconociendo que la competitividad se consigue a través de una ventaja en dicha capacidad; autores como Jarillo (1990) y Porter (1985), explican cómo cualquier característica de la empresa la aísla de la competencia directa dentro de su sector. Lo anterior, pone de manifiesto la relevancia que en la actualidad está adquiriendo la implementación de modelos de gestión que, además de proponer los mecanismos y herramientas para la toma de decisiones, permiten canalizar instrumentaciones precisas tendientes a garantizar el éxito de la empresa.

7. IDENTIFICACIÓN EMPRESARIAL DEL MUNICIPIO DE LA MESA

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó la información suministrada por la Cámara de Comercio¹ de Girardot, Alto Magdalena y Tequendama, sobre las empresas del municipio de la Mesa. Luego se aplicó un instrumento que permitió recolectar la información del sector empresarial. Ahora bien, para realizar dicho instrumento de recolección de información se siguieron los postulados planteados en el apartado anterior, con el cual se caracterizó el sector comercio en dicho municipio colombiano. Con esto, se pretende conocer acerca de los procesos de registro contable, los sistemas de información y aspectos generales que permitan los acercamientos a la propuesta de un modelo de gestión.

Por tal razón, la primera radiografía de gestión empresarial del municipio de La Mesa, cabecera municipal de la provincia del Tequendama, es que esta cuenta con 29.139 habitantes y 966 empresas, dentro de las cuales 400 tienen como actividad económica el comercio al por menor registradas en la Cámara de Comercio de Girardot, Alto Magdalena y Tequendama; con base en ello, se determinó la muestra del 72,25% (289) de las empresas para esta investigación.

Gráfico 1. Población y muestra

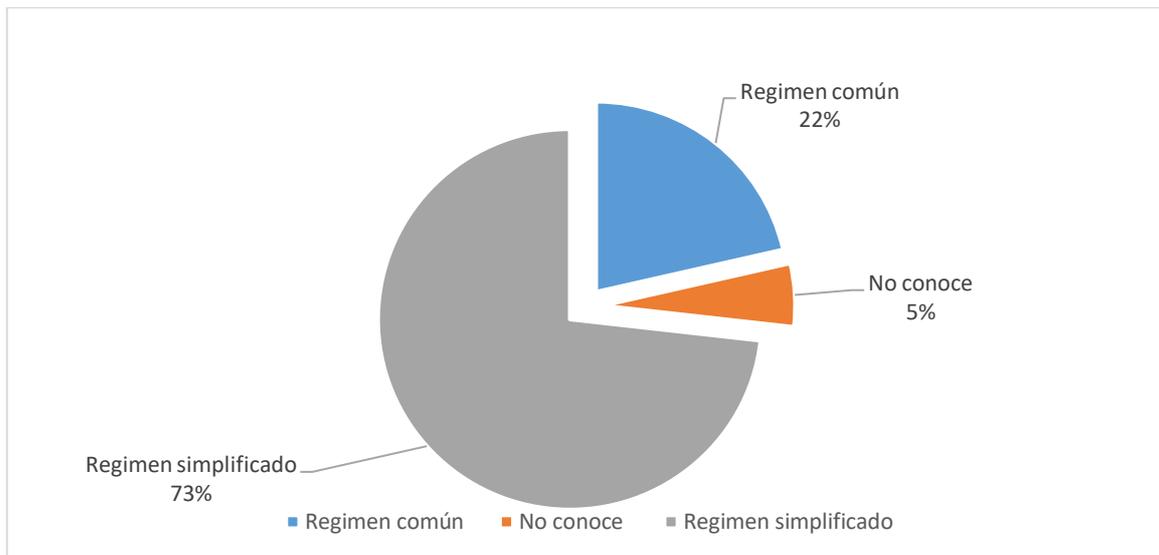


Fuente: Elaboración propia.

¹ Las Cámaras de Comercio, son personas jurídicas sin ánimo de lucro, de carácter corporativo y gremial, sujetas en la ejecución de todos sus actos de administración, gestión y contratación al derecho privado, las cuales tienen como fines defender y estimular los intereses generales del empresariado en Colombia, y llevar los registros mercantiles, de las entidades sin ánimo de lucro y el registro único de proponentes delegados legalmente, sin que formen parte integrante de la administración pública ni al régimen legal aplicable a las entidades que forman parte de la misma. (Confecámaras, Sf)

Desde la caracterización propuesta como primer nivel de avance para proponer el modelo de gestión, con el fin de identificar si existe un sistema productivo formal, se estable que del total de organizaciones comerciales del municipio (966), solo 400 (41 %) están debidamente registradas en la Cámara de Comercio con actividad relacionada con el objeto de la investigación y el mayor número de los comercios pertenece al régimen simplificado en un 73% como se evidencia en el gráfico 2. Lo anterior permite dilucidar que el 59 % de las empresas del municipio de La Mesa, operan desde la informalidad.

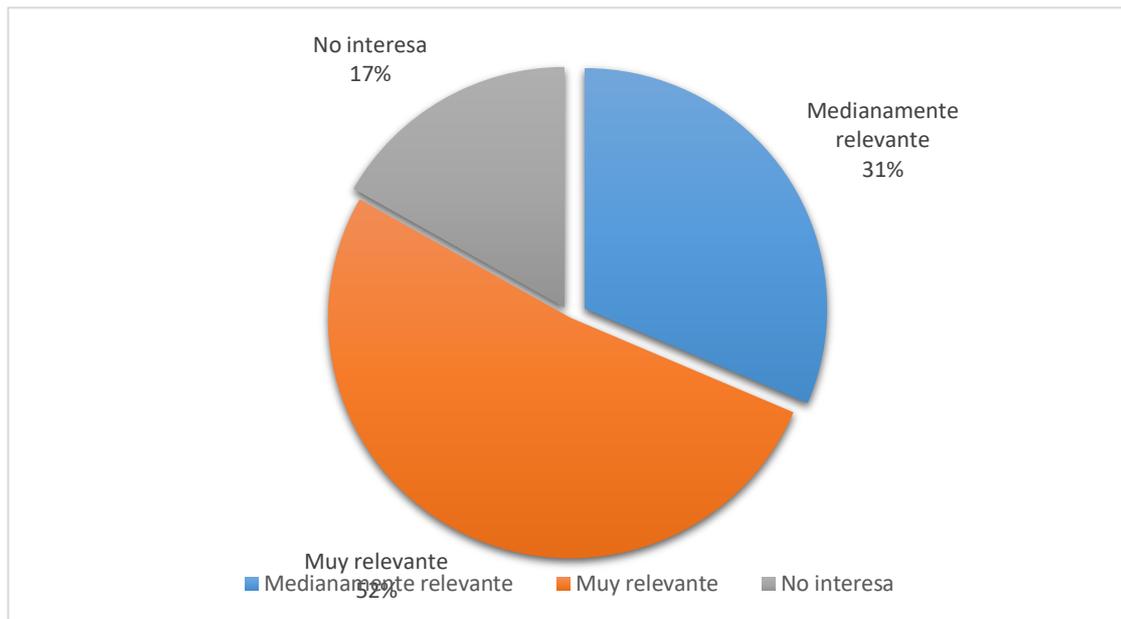
Gráfico 2. Régimen tributario del IVA frente a la DIAN



Fuente: Elaboración propia.

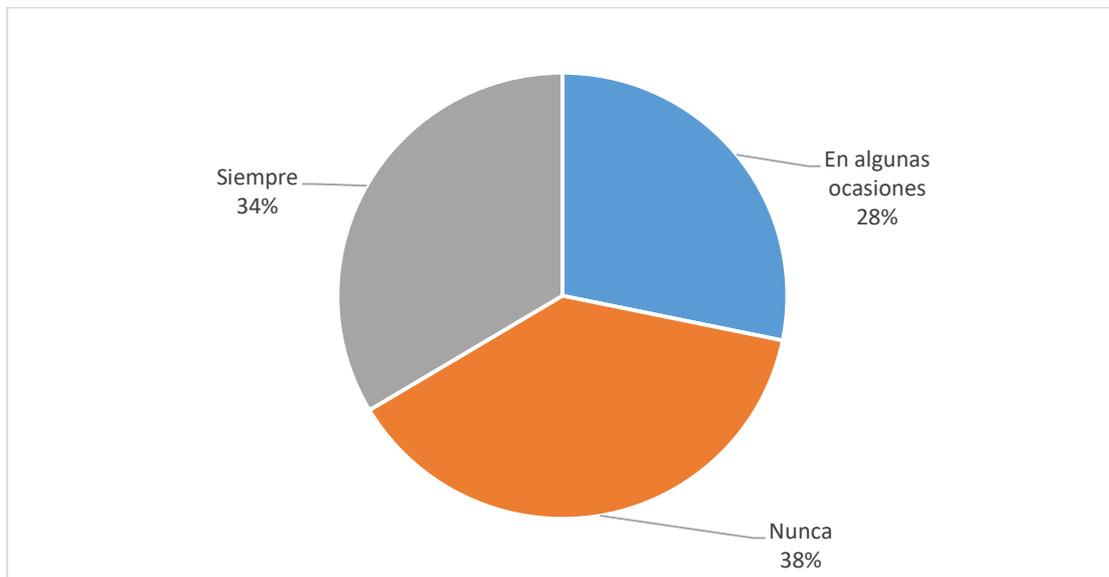
En lo que respecta a los procesos contables y de información empresarial, entre los hallazgos encontrados se presentan algunos resultados que permiten determinar que las empresas de la muestra, a las cuales se les aplicó el instrumento de recolección de datos, es importante contar con la información contable como argumento a la hora de tomar decisiones en su compañías, como lo muestra el gráfico 3, muy relevante con el 52 % y medianamente relevante con el 31% frente a un 17 % que no le interesa. Así mismo, como lo muestra el gráfico 4, el 38 % no cuenta con la asesoría de un profesional en el área contable, pese a que este se considera fundamental para el desarrollo empresarial. Lo anterior, permite entender la importancia de generar un modelo de gestión, el cual, les permita a estas organizaciones tener una guía para que les garantice su sostenibilidad en el sector en el que opera.

Gráfico 3. ¿Considera relevante la información contable para la toma de decisiones en su empresa?



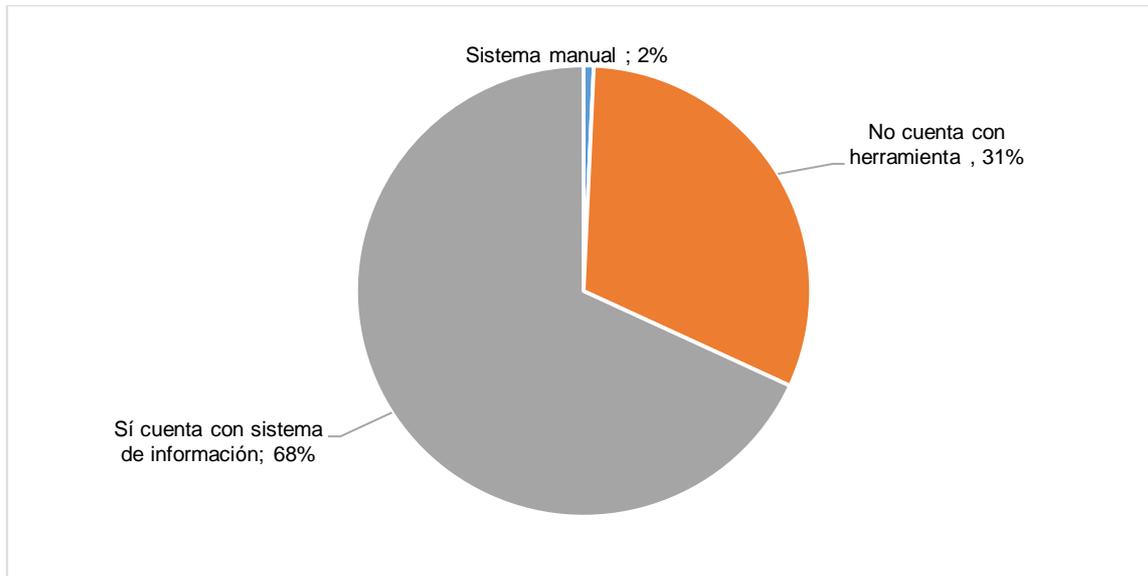
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 4. ¿Cuenta con la asesoría de un profesional en el área contable que se encargue de sus asuntos en esta materia?



Fuente: Elaboración propia

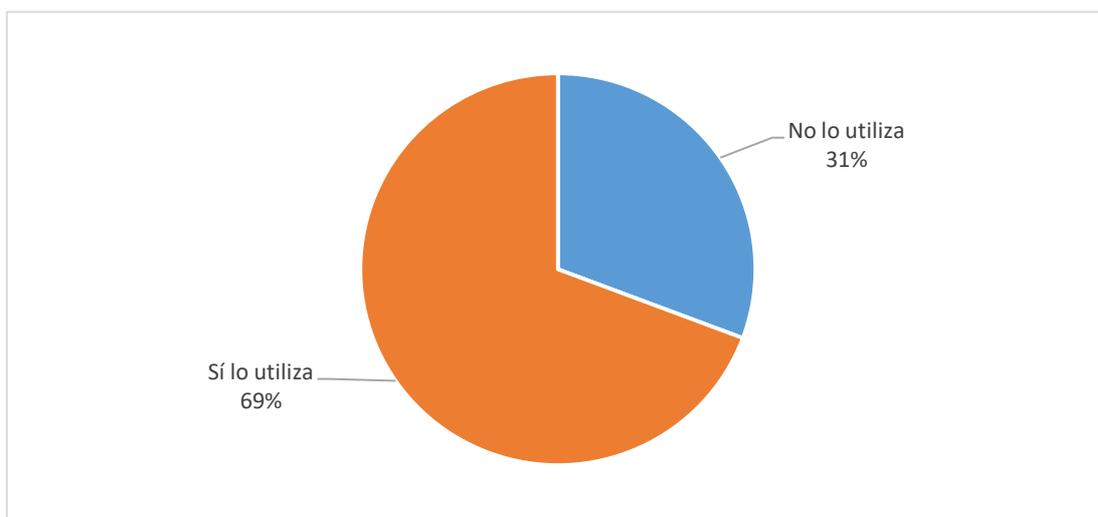
Gráfico 5. ¿Cuenta con un sistema de información (digital o manual) para llevar la contabilidad de la empresa?



Fuente: Elaboración propia

Seguido de esto, cuando se les indaga por un sistema de información que les permita el análisis contable de la empresa, en este escenario, solo el 28% de las empresas mencionan contar con uno (gráfico 5). Sin embargo, aunque es reducido el número de empresas que cuentan con un sistema de información, las organizaciones que cuentan con un sistema de información contable, dicen utilizarlo para la toma de decisiones (69%), así se ve reflejado en el gráfico 6.

Gráfico 6. En caso de contar con un sistema de información contable, ¿utiliza esta información para la toma de decisiones de su empresa?



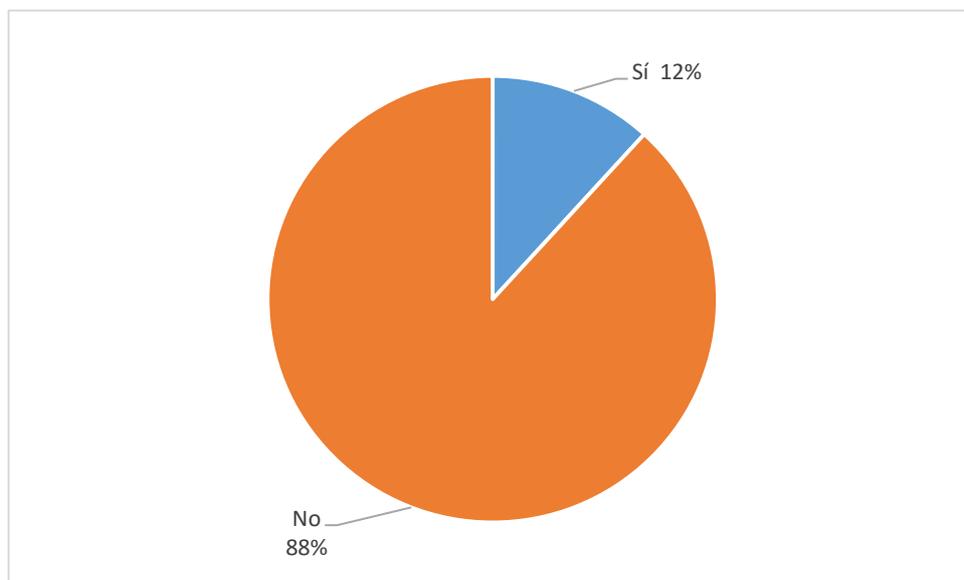
Fuente: Elaboración propia

Los sistemas de información contable en los comercios se hacen evidentes de manera manual generalmente, pero los empresarios manifiestan que, si contaran con uno sería herramienta fundamental para tomar decisiones y la gestión empresarial misma.

8. DESDE LOS PROCESOS ESTRATÉGICOS Y DE GESTIÓN

Entendidos estos procesos como los indicadores propios de la dirección y administración de las áreas funcionales. La planeación en los comercios involucra la gestión de proveedores y el mantenimiento de los clientes. Así mismo hace referencia al paso a paso que se fijan los empresarios para alcanzar sus metas en el presupuesto de ventas y rotación de inventarios. En relación con los aspectos estratégicos y de gestión, un 54% de los comercios de la muestra manifestaron que no conocen o no tienen un plan estratégico para el direccionamiento de su organización (gráfico 7).

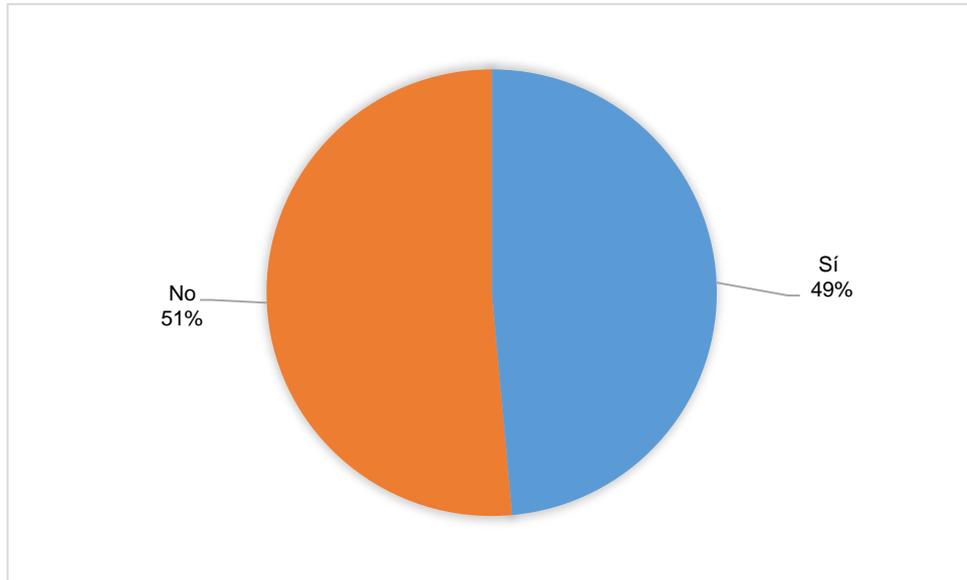
Gráfico 7. Plan estratégico



Fuente: Elaboración propia

Con respecto al plan estratégico u otras herramientas de direccionamiento empresarial, los comercios de la muestra en un 51% tienen una misión y visión definida (gráfico 8). Estos elementos de la teleología organizacional son básicos para la formulación del plan estratégico, pero este no se concreta para el desarrollo de la empresa. Lo cual infiere, que si bien, las organizaciones definen una misión y visión, estas no son pensadas para el cumplimiento, sino como un deber ser en sí mismo cuando se crea una empresa.

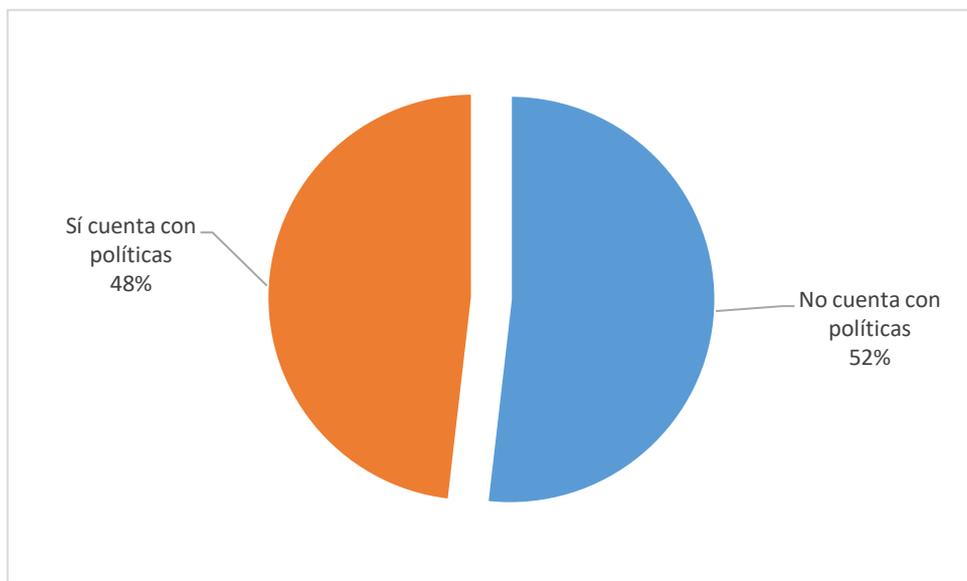
Gráfico 8. ¿Su empresa tiene definida una misión y una visión que le permita generar, crear o concretar un plan estratégico a mediano y largo plazo?



Fuente: Elaboración propia

De esta manera, es importante dilucidar la formulación del plan estratégico como una temática que requiere ser socializada con los comerciantes del municipio.

Gráfico 9. ¿Cuenta con políticas para administración de su empresa?

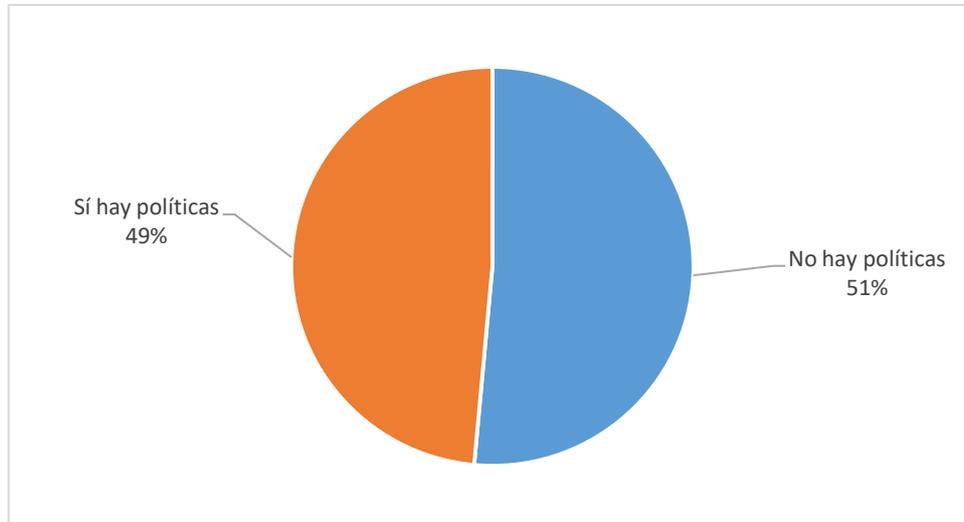


Fuente: Elaboración propia

El direccionamiento estratégico y los elementos propios de la gerencia y dirección de las organizaciones, no se evidencia, como se había anotado, por tanto las políticas y estrategias

de administración no están definidas en un 52% (gráfico 9) de los comercios a los cuales se les aplicó el instrumento de recolección de información.

Gráfico 10. ¿Cuenta con políticas para administración de sus clientes o proveedores?



Fuente: Elaboración propia

Cuando a los comerciantes se les pregunta si cuenta con políticas para la administración de sus clientes y proveedores, los grupos de referencia para las distintas organizaciones como clientes y proveedores, no están definidas claramente (51 %) (gráfico 10), pero se identifica la relación comercial.

9. CONCLUSIONES

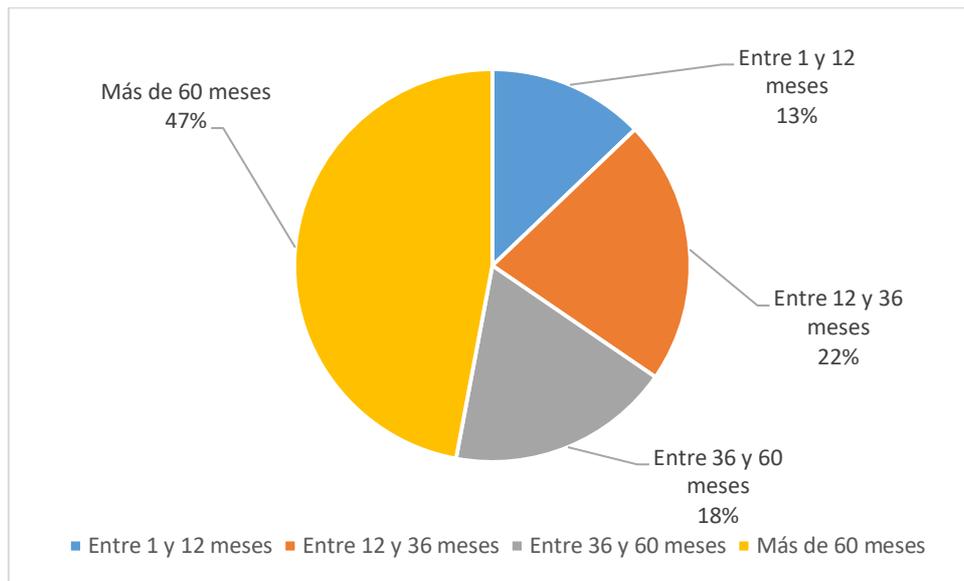
La globalización y el nuevo orden económico sugieren cambios en las unidades empresariales, relacionados con sus estructuras de gestión, entre ellos los sistemas de información y los procesos contables, conllevando a actualizar y dinamizar su modelo o estilo en la toma de decisiones. El desarrollo de mercados altamente competitivos que desatan procesos de innovación y de cambio en la propuesta de productos e investigación de mercados para posicionar las organizaciones y unidades empresariales, motivan en gran medida esa nueva cultura de adaptación apresurada a los modelos de supervivencia que exige el entorno global. Por tal razón, es evidente la implicación y trascendencia de conocer adecuadamente el ámbito interno de la propia empresa desde cada una de sus áreas funcionales, para que la misma pueda mantener o incrementar su nivel de competitividad. Los modelos de gestión en el marco de la competitividad empresarial

constituyen realmente un medio fundamental para disponer permanentemente de la información asertiva respecto a su actividad económica y su relacionamiento con el entorno inmediato.

En este orden de ideas, grandes y pequeñas empresas en la actualidad diseñan estrategias y fundamentan sus vías de acción para ser competitivas con base en una implementación de modelos en sus sistemas contables, de producción o de comercialización, racionalizando costos y gestión eficiente en sus canales, en relación con tiempos, procesos, calidad, variables todas ellas sobre las que se proyectan actualmente los modelos de gestión empresarial hacia la competitividad. En este sentido, muchos de los fracasos empresariales de la crisis de los años setenta, Ripoll, V. (1990) y de algunas empresas en la actualidad, se deben a la carencia o insuficiencia de adecuados sistemas de información y control. De ahí que, gran parte del éxito que consigue una empresa se debe a una organización, programación y control racional de las actividades por ella desarrolladas. Eso conlleva a que no sea suficiente tener un conocimiento amplio del entorno que les rodea, o más concretamente del mercado en el cual operan, sino que también se debe conocer a fondo el ámbito interno de la empresa.

Actualmente la mayoría de los estudios señalan que las empresas para ser competitivas, Echeverri, D. (2007) necesitan establecer, desarrollar y perfeccionar sistemas propios de Planeación, Organización, Dirección y Control dirigidos a lograr altos niveles de satisfacción entre los individuos que en ella confluyen, cimentados en un eficaz sistema de información interna y externa que le permita anticipar y profundizar en los cambios que se vienen dando en su medio ambiente. En este sentido, entre los aspectos generales de los hallazgos alcanzados y que permiten ser indicador hacia la competitividad de las organizaciones, se tiene la población y la muestra, el tiempo de permanencia en el mercado, el nivel de formalización empresarial y el número de vinculados al comercio.

Gráfico 11. Tiempo de apertura del negocio



Fuente: Elaboración propia

Según lo indicado en el instrumento, el tiempo de permanencia de las organizaciones en el municipio de La Mesa, tienen una estabilidad (47%) de más de cinco años en el mercado (gráfico 11). Los elementos conceptuales y los criterios de análisis para determinar la competitividad en el sector empresarial de los comercios, los factores de acercamiento al mundo global y sus implicaciones en el desarrollo económico regional, presentan un panorama un tanto hostil, atendiendo a los cambios vertiginosos a los cuales se ven sometidos estos negocios. Ante este panorama, los empresarios buscan la máxima excelencia en sus resultados productivos, basados en los conceptos de la eficacia y la eficiencia, lo cual implica procesos de gestión contables y financieros planificados desde la empiria. Estos procesos involucran administración y distribución de recursos de manera estratégica.

Las implicaciones de la problemática en los comercios de la región, como la deficiencia en el capital de trabajo, las etapas de crisis por disminución en la demanda, las amenazas de los grandes distribuidores, la falta de aplicabilidad de los sistemas de gestión y los procesos contables, se constituyen en las principales oportunidades de mejora en estas organizaciones con el fin de obtener ventaja competitiva. Así, con lo desarrollado se impacta de manera positiva los diferentes negocios y empresas formalizadas del sector comercio en el municipio de La Mesa Provincia del Tequendama en Cundinamarca, pilotaje que luego puede hacerse extensivo a los demás municipios y regiones. Los empresarios y las empresas fueron los sujetos activos del

proceso y de la formulación de la discusión y resultados hacia la construcción del modelo de gestión apropiado a sus necesidades y las exigencias del mercado global.

La responsabilidad social corporativa como elemento constitutivo de la estrategia empresarial, generará procesos de vinculación al contexto de las empresas objeto de estudio. Es importante tener en cuenta que, los distintos niveles de la organización en sus oportunidades de mejora deben generar espacios de labor que permitan adaptarse a su entorno, incrementar su eficiencia productiva y comercial y adicionalmente, obtener ventajas competitivas que consigan para la organización, beneficios económicos y por ende también su permanencia en el tiempo. Aunado a estos, la competitividad de las empresas está estrechamente relacionada con su productividad y su desarrollo, crecimiento y posicionamiento en el mercado, lo cual generará nuevas oportunidades de competencia en el sector. De allí que, para alcanzar un mayor grado de competitividad, se requiere del compromiso de los vinculados a las empresas y el acompañamiento del sector gubernamental en los incentivos y procesos de formación con las organizaciones creadas para tal fin. Aspectos como la seguridad, la infraestructura, las comunicaciones y la tecnología aplicada, se fortalecen con sectores de los comercios productivos y competitivos en un mercado tan exigente como el de hoy.

RESUMEN

Adrados-Sastre, María Concepción (1996). Sistemas de información contable. En Ensayos sobre contabilidad y economía. Homenaje al profesor Ángel Sáez Torrecilla. Madrid: Ministerio de Economía, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.

Alcaldía Municipal de La Mesa (Sf). Recuperado de <http://www.lamesa-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Economia.aspx>

Aparisi-Caudeli, José Antonio & Ripoll-Feliu, Vicente (2001). Los sistemas de información estratégica en ambientes competitivos. Revista Legis del Contador.

Cañibano-Calvo, Leandro (2004). Información financiera y gobierno de la empresa. Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría.

Echeverri, D. (2007). La competitividad en el desarrollo empresarial. Disponible en: web.usbmed.edu.co/usbmed/mercatura/nro8/docs/competitividad.doc

Fernández-Rodríguez, Zulima (1993). La organización interna como ventaja competitiva para la empresa. Papeles de Economía Española.

Flaherty, John & Drucker, Peter (2001). La esencia de la administración moderna. México: Prentice Hall.

Gil, Jorge José (2005). ¿Cómo orientar los estados financieros hacia la valuación de la empresa? Revista Internacional Legis de Contabilidad & Auditoría.

Hitt, Michael A.; Hoskisson, Robert E. & Ireland, R. Duane (2004). Administración Estratégica. Competitividad y conceptos de globalización. México: Thomson Editores.

Johnson, Gerry; Scholes, Kevan & Whittington, Richard (2007). Dirección estratégica. 7ª ed. Madrid: Prentice Hall.

Kotler, Philip & Lane, Kevin (2006). Dirección de marketing. 12ª ed. México: Prentice Hall.

Laszlo, Bock. (2016). La nueva fórmula del trabajo: revelaciones de Google.

López-Yepes, José Andrés & Sabater-Sánchez, Ramón (2002). La teoría de los recursos y capacidades de la empresa, una revisión. Murcia: Departamento de Organización de Empresas, Universidad de Murcia. Disponible en: <http://www.um.es/fee/documentos/dt2-00.pdf>.

Mallo-Rodríguez, Carlos (1996). El sistema integrado de información empresarial. En Ensayos sobre contabilidad y economía. Homenaje al profesor Ángel Sáez-Torrecilla. 317-334. Madrid: Ministerio de Economía, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas.

Marchant-Ramírez, Loreto, ed. (2005). Hacia un modelo de implementación del alineamiento estratégico: cómo transformar la misión de la empresa en comportamientos y resultados.

En Actualizaciones para el desarrollo organizacional. 37-48. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros/2005/lmr/4.htm>.

Montejo, R. (2002). Municipio de la Mesa Cundinamarca.

Munch-Galindo, Lourdes (2005). Planeación estratégica, el rumbo hacia el éxito. México: Trillas.

Ortiz Cárdenas, J. (2012). Acercamiento a la realidad de Max Weber. Reencuentro, núm. 64, agosto, 2012, pp. 21-25.

Perdomo-Ortiz, Jesús (2003). La arquitectura organizacional y las capacidades estratégicas organizacionales. Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Disponible en: redalyc.uaemex.mx/pdf/818/81802207.pdf.

Porter, Michael E. & Millar, Víctor E. (1986). Cómo obtener ventajas competitivas por medio de la información. Harvard-Deusto Business Review.

Reyes, G. (2012). Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo. Universidad del Rosario. Bogotá. Colombia.

Ripoll, V. (1990). Información y Contabilidad de gestión.

Rosales-Linares, Ramón (1996). Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa. Caracas: Instituto de Estudios Superiores de Administración, Ediciones IESA.

Rueda-Delgado, Gabriel & Rodríguez, Yohanna Andrea (2008). Adopción de estándares internacionales de contabilidad en las pymes colombianas. Cambios, requerimientos y propuestas. Cuadernos de Contabilidad.

Rueda-Delgado, Gabriel (2002). Desarrollo alternativo y contabilidad, una aproximación. Revista Legis del Contador.

Rueda-Delgado, Gabriel (2004). Descripción de las diferencias de la contabilidad financiera colombiana que pueden dificultar la plena convergencia con estándares internacionales. Cuadernos de Contabilidad.

Sáez de Viteri Arranz, D. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. Universidad de Vigo.

Serna, H. (2007). Gerencia Estratégica. 8 edición. Bogotá. 3R Editores.

Serna, H. y otros. (2014). Modelos gerenciales. Fundación Universitaria María Cano. Colombia.

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. Ciencia y sociedad. Recuperado de: <http://repositoriobiblioteca.intec.edu.do/bitstream/handle/123456789/1224/CISO20063102-179-198.PDF?sequence=1&isAllowed=y>.

Torres, C. A. B., Hoyos, Á. T., & Arango, H. D. S. (2010). Aproximación a la medición de la gestión del conocimiento empresarial. *AD-minister*, (16), 11-32.

Vásquez-Tristancho, Gabriel (enero-marzo, 2001). Prospectiva de la contabilidad internacional, análisis de la situación colombiana. Revista Legis del Contador.

Velasco, M. P. (2003). Políticas de productividad y competitividad en Colombia. Santiago de Chile: Cepal.

Velásquez-Vásquez, Francisco (2004). La estrategia, la estructura y las formas de asociación: fuentes de ventajas competitivas para las pymes colombianas. Estudios Gerenciales, Universidad ICESI. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/212/21209303.pdf>.

Villarreal, R. (2003). La competitividad sistémica: conceptos y condiciones en México. En E. Dussel (comp). Perspectivas y retos de la competitividad en México, 187-208. México: UNAM.

Zelarayán, Mario. (2013). La contabilidad gerencial. La información Financiera. Normas NIC y NIIF.