

Educación financiera en la generación de valor de las empresas

Financial education in the generation of value of companies



Educación financiera en la generación de valor de las empresas¹

Financial education in the generation of value of companies

Jorge Alberto Bravo-Geney²

Artículo recibido en octubre de 2018; artículo aceptado en noviembre de 2018.

Este artículo puede compartirse bajo la Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional y se referencia usando el siguiente formato: Bravo-Geney, J. A. (2019). Educación financiera en la generación de valor de las empresas. *I+D Revista de Investigaciones*, 13 (1), 137-146. DOI: <https://doi.org/10.33304/revinv.v13n1-2019012>

Resumen

Es un hecho que la globalización impone a las empresas retos que ponen en riesgo su permanencia en el mercado. En este escenario, esta investigación permitió identificar los factores que afectan la sostenibilidad y el crecimiento de los negocios, haciendo énfasis en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bucaramanga. La población corresponde a las pyme de los cinco principales sectores económicos según el volumen de activos, siendo este uno de los criterios que prevalece según la Ley 905 de 2004. Se aplicó una encuesta dirigida a evaluar la situación de las áreas clave de la organización: planeación estratégica, gestión administrativa, gestión humana, calidad, gestión comercial y gestión financiera. Los resultados obtenidos evidencian la falta de educación administrativa y financiera de los empresarios, lo cual hace que se tomen decisiones con enfoque de corto plazo que carecen del sustento necesario para minimizar los riesgos y generar valor.

Palabras clave: educación financiera, crecimiento económico, liderazgo, sostenibilidad, valor agregado.

Abstract

It is a fact that globalization imposes on companies challenges that put their permanence in the market at risk. In this scenario, this research allowed us to identify the factors that affect the sustainability and growth of businesses, emphasizing on small and medium-sized businesses in the city of Bucaramanga. The population corresponds to the SMEs of the five main economic sectors according to the volume of assets, this being one of the criteria that prevails according to Law 905 of 2004. A survey was applied aimed at evaluating the situation of the key areas of the organization: strategic planning, administrative management, human management, quality, commercial management and financial management. The results obtained show the lack of administrative and financial education of entrepreneurs, which generates decision-making with a short-term focus that lacks the necessary support to minimize risks and generate value.

Keywords: financial literacy, economic growth, leadership, sustainability, added value.

1. Artículo de investigación, con enfoque cuantitativo y cualitativo, resultado de un proyecto de investigación en curso perteneciente al área financiera, desarrollado en el Grupo de Investigación Ser Contable - Sercont, financiado por las Unidades Tecnológicas de Santander, UTS, de la ciudad de Bucaramanga (Colombia). Dirección: Av. de los Estudiantes n.º 9-82. Fecha de inicio: octubre de 2016.

2. Grupo de Investigación Ser Contable - Sercont, Unidades Tecnológicas de Santander (Bucaramanga, Colombia): Dirección: Av. de los Estudiantes No. 9-82. PBX: 6917700. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1020-8502>. Correo electrónico institucional: peticiones@correo.uts.edu.co

Introducción

Uno de los factores diferenciadores que deben utilizar las empresas en este mundo competitivo es el conocimiento, que consiste en usar la información de manera óptima para satisfacer las necesidades particulares de las empresas. Drucker (2004), manifiesta que “las innovaciones que hacen historia son aquellas que se basan en nuevo conocimiento, sea científico, técnico o social”. La innovación utiliza como insumo principal la información, que se obtiene a través de la tecnología, pero a pesar de la facilidad y la cantidad con la que se encuentra, lo importante es utilizarla de manera adecuada para lograr los objetivos empresariales.

Las pequeñas y medianas empresas han logrado captar la atención de los países de América Latina por su potencial de crecimiento, pero, al tiempo, se han visto afectadas por aspectos ligados con la aplicación de nuevas tecnologías y la internacionalización de los mercados. Zevallos (2003) expresa que “Alrededor del 20% del producto bruto mundial se comercializa internacionalmente, lo que evidencia la importancia de la actividad local de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en el desarrollo de los países latinoamericanos”. En la revista Dinero (2016) se afirma que, “Según el DANE, las Mipymes generan alrededor de 67% del empleo y aportan el 28% del Producto Interno Bruto (PIB)”. Esto demuestra el aporte que realizan a la economía del país este tipo de empresas, lo que exige el monitoreo constante de su situación para garantizar su permanencia y crecimiento en el mercado. Además de generar empleo, este tipo de empresas demuestran cada vez su fortaleza e importancia, al enfrentarse a nuevos desafíos que surgen con el constante cambio de la economía del país, nuevos impuestos, tecnología, innovación, talento humano y difícil acceso a créditos; por lo tanto, deberán sobresalir para poder sostenerse en el mercado.

La aplicación del conocimiento existente, que es de vital importancia, se convierte en una herramienta imprescindible en las pyme y en cualquier organización que se quiera crear. Es necesario tener en cuenta que dicho conocimiento debe ser estructurado, conceptualizado, medido y aplicado al sector específico, incursionando en variaciones, dada la versatilidad del momento o del marketing cambiante de estos tiempos postmodernos. Según Ramírez, Mendoza y Henao (2012) “el crecimiento se convierte en un panorama confuso para la empresa, pues muchas veces optan únicamente por mejoras individuales en el producto o servicio en vez de apuntarle a proyectos de mayor envergadura”. El autor identifica, entre las principales debilidades que afectan el crecimiento y la permanencia en el mercado, la falta de estímulos a la creatividad y la innovación, el escaso nivel de tecnificación, desconocimiento de los canales de distribución, falta de planeación, poca

capacitación, procesos y sistemas deficientes, entre otros (García & Hernández, 2017). Por consiguiente, se puede argumentar que son una serie de factores los que influyen a la hora de concretar la solidez de las pyme, donde no solamente ha de prevalecer el factor financiero, sino también el capital humano, la automatización de procesos y estándares de calidad, y la apertura o apoyo entre una pyme y otra.

Escobar, Montoya y Portilla (2009) explican que “financieramente la creación de valor en una organización se logra implementando procesos en los cuales se requiere de un monitoreo permanente y de una decisión por parte del empresario de implementarlo para el logro del objetivo”. Por tanto, para alcanzar el éxito empresarial, debe existir una relación de interdependencia entre las áreas de la empresa para minimizar el efecto que cualquier decisión pueda tener en ellas, enfocándose siempre en la generación de valor. Con estos objetivos trazados bajo una perspectiva de largo plazo, se garantiza la obtención del objetivo básico financiero, que es la maximización del valor de la empresa, con lo que se consigue, a su vez, el aumento de la riqueza de los socios.

Gómez (2011) dice que “las empresas, por la improvisación en la que se encuentran inmersas, proyectan los negocios para el corto plazo”. Las organizaciones poseen limitaciones en cuanto a los factores productivos, estructuras de costos y estrategias aplicadas. Resulta difícil controlar los factores críticos de las organizaciones en el corto plazo, pero con estrategias de mediano o largo plazo sí es posible alcanzarlo. Schwartz (1997) dice que “las empresas tienen tendencia de aferrarse a fórmulas y a las definiciones que les han sido exitosas”. El miedo al cambio es una actitud característica de las empresas, puesto que se considera que salir de lo tradicional puede aumentar el riesgo de desaparecer del mercado, y no se reflexiona acerca de la relación directamente proporcional que existe entre riesgo y rentabilidad.

Zevallos (2003) manifiesta que “las áreas de las empresas que abarcan la mayor cantidad de aspectos relevantes de las dificultades de las empresas de menor tamaño son finanzas, tecnología e información, comercialización y comercio exterior, estructura regulatoria y competencia, organización y cooperación, recursos humanos”. Se requiere, por tanto, diagnosticar periódicamente dichas áreas para tomar las medidas correctivas y de control necesarias para cumplir los objetivos organizacionales. Es importante anotar que uno de los problemas que aquejan a los empresarios es el limitado acceso al sistema financiero para poder obtener créditos. En cuanto a la tecnología, es la ausencia de esta y la escasez de información relevante sobre mercados, acompañadas de la ausencia de organizaciones que representan a las pyme, lo que reduce las posibilidades de que estas hagan escuchar sus demandas.

Chacón, Arroyo y Villalba (2007) sostienen que “los empresarios de Colombia toman sus decisiones financieras de acuerdo a diferentes parámetros, que van desde criterios fijados según su experiencia en el negocio, hasta algunas pautas resultado de su preparación académica afin o no, con el área de finanzas”. Esto pone de manifiesto la prioridad que los líderes de las organizaciones le dan a su formación administrativa y financiera. En algunos casos, desconocen la teoría del nivel óptimo de endeudamiento y no se concientizan de que las personas encargadas de esta responsabilidad tienden a tomar decisiones financieras sin la fundamentación necesaria.

Rodríguez y Garnica (2012) señalan que “las tecnologías de la información y la comunicación han transformado la forma de administrar la información en las empresas, al convertirse en elementos dinamizadores en la creación de nuevos productos y servicios, y así generar valor agregado para sus clientes”. Conviene señalar que las organizaciones actúan en un mercado global y dinámico, donde sobrevivirán únicamente las que tengan la capacidad para identificar y aprovechar las oportunidades existentes. Por tal razón, entre las estrategias de mercadeo de las empresas, uno de los factores críticos de éxito consiste en penetrar en nuevos mercados, contar con tecnología de punta ágil y flexible con el fin de responder a sus requerimientos, tener personal capacitado para sacar el máximo provecho y adelantar procesos de gestión de conocimiento que orienten a la organización hacia el alcance de los objetivos institucionales.

Sánchez (2007) manifiesta que “es innegable, que las Pymes son el segmento empresarial que más obstáculos afronta para su desarrollo y uno de estos obstáculos es el del financiamiento, sobre todo el de largo plazo”. Las nuevas pyme con capital familiar son las que enfrentan mayores restricciones crediticias, sometándose a exigencias por parte de las entidades financieras o proveedores. Las entidades financieras y educativas hacen esfuerzos aislados por ofrecer los medios y herramientas para comprender cómo invertir el dinero y llevar a cabo acciones concretas que les permitan alcanzar su estabilidad financiera (Quintero, 2014). Aun así, se ven obligadas, en muchas ocasiones, a acudir a la financiación informal, donde los sobrecostos comprometen su permanencia a largo plazo.

Marulanda (2013) afirma que “se destacan avances en el desarrollo de las competencias para la gestión del conocimiento y la implantación de procesos, pero no se está haciendo gestión desde la estructuración de políticas, planes, programas y proyectos”. Esto hace referencia a que aspectos como declaración de la misión y la visión están incompletos o desactualizados, incluso en empresas de diversos tamaños. La propuesta es incorporar la gestión del conocimiento en las empresas, formando al capital humano en gestión de la información, de la innovación y

del cambio, y en gestión del aprendizaje organizacional, aspectos que, sin duda, aportarían a la generación de valor en las organizaciones.

Por su parte, Pérez (2003) sostiene que “la gestión humana y la cultura organizacional son conceptos inseparables en cualquier tipo de organización y han sido tratados extensamente en el ámbito académico general, pero no en el caso de las Pymes”. Ante las exigencias en el entorno laboral y empresarial, la capacitación del personal adquiere especial relevancia debido a la oportunidad de contar con personal calificado y productivo, con sentido de liderazgo y trabajo en equipo, lo cual ofrece como garantía la eficiencia y la eficacia en la producción. Algunas empresas consideran las capacitaciones como una pérdida de tiempo o un gasto innecesario, sin tener en cuenta que cada día surgen nuevas tecnologías que permiten mejorar la manera de realizar los procesos (Torres-Barreto, 2017), lo que exige que el personal deba mantenerse actualizado. La capacitación no debe ser considerada como un gasto sino como una inversión que a nivel laboral y en el sector económico específico se convierte en una oportunidad de mejorar la participación en el mercado, fortaleciendo las temáticas necesarias para la continuidad de la empresa.

Chinchilla y Rangel (2014) explican que: “los mercados internacionales demandan cada día mayor exigencia de competitividad para el país, lo cual estimula y hace necesaria la búsqueda de innovaciones, cambios y métodos de las unidades productivas para enfrentar los desafíos mundiales”. Ahora bien, existe una preocupación permanente por el contrabando, la incursión de productos asiáticos, la caída de la demanda mundial debido a la crisis financiera que produce un alto impacto en la forma cómo se financian las empresas, lo que pone en riesgo su permanencia en el mercado.

Moori Koenig, Yoguel, Milesi y Robert (2007) sostienen que “la dimensión tecnológica es clave para determinar el éxito exportador de las pymes chilenas y argentinas, mientras que la dimensión comercial es determinante en el caso colombiano”. En este sentido, es importante tener en cuenta que para alcanzar el éxito organizacional es necesario plantear metas objetivas, crear una cultura enfocada a la sostenibilidad del negocio, es decir, teniendo en cuenta las expectativas del mercado, identificar las oportunidades para encaminar la empresa por la senda del crecimiento.

Valencia (2013) afirma que “las principales causas que influyen en la competitividad de las Mipymes en Bucaramanga son la inmediatez, la falta de planeación y compromiso, la inexistencia de cultura empresarial y la desorganización del Estado”. Estas causas implican

que las mipyme corran el riesgo de desaparecer del mercado. La falta de dinamismo de las empresas y un atraso tecnológico, que es evidente en las pocas exportaciones y la baja productividad, en contraste con las grandes empresas, también son factores a tener en cuenta. Si los administradores aprovecharan más los instrumentos económicos de que dispone el Gobierno para incentivar el desarrollo empresarial, el horizonte sería diferente. Las empresas no asumen riesgos, su infraestructura es débil, no investigan en ninguna de sus áreas, no hay conocimiento y, por tanto, el ingreso de nuevas compañías debilita a las que se encuentran en el mercado, haciendo disminuir sus ventas; esto, sumado a su escasa liquidez, ocasiona que desaparezcan del sector.

En los aportes de los diferentes autores se evidencia que la situación de las pequeñas y medianas empresas no solo es un problema local, sino que trasciende a las diferentes regiones del país. Uno de los objetivos específicos de esta investigación fue identificar los factores que ponen en riesgo la estabilidad, la permanencia y el crecimiento de las empresas en la ciudad. Esta revisión bibliográfica demuestra que hay que examinar permanentemente las áreas claves de la empresa para tomar las medidas necesarias y oportunas; además, se debe fortalecer la educación administrativa y financiera para tomar decisiones bajo una perspectiva de largo plazo, donde se propenda por la generación de valor de las organizaciones.

Metodología

Tipo de estudio

Esta investigación es de tipo no experimental con diseño descriptivo, puesto que identificó las dificultades que atraviesan las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bucaramanga y propuso alternativas de mejora encaminadas a generar valor, al tiempo que el liderazgo y la gestión se convierten en técnicas fundamentales para alcanzar dicho objetivo. Se realizó un trabajo de campo sobre una muestra representativa de la población objeto de estudio con el fin de analizar el comportamiento de las variables que se consideraron fundamentales para la generación de valor en las organizaciones.

Participantes

Los participantes en esta investigación son pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bucaramanga seleccionadas de acuerdo con el tamaño de los activos, en los cinco sectores económicos principales. La muestra, de tipo probabilístico, se calculó con base en la fórmula estadística, asumiendo una proporción de aciertos y desaciertos del 50% y un margen de error del 5%. Una vez calculada la muestra, se escogieron al azar simple

las empresas que la conformarían, teniendo en cuenta la participación porcentual de los sectores. Posteriormente, se procedió a aplicar la encuesta como instrumento de recolección de información. Se comprobó la existencia de 607 pequeñas empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, con corte al 13 de octubre de 2016. La muestra que se obtuvo se observa en la Tabla 1.

Tabla 1
Muestra de pequeñas empresas por sectores económicos

Sectores económicos	Participación	Muestra
Comercio al por mayor y al por menor	56,34 %	48
Construcción	32,78 %	28
Agricultura, ganadería y caza	7,25 %	6
Actividades financiera y de seguros	3,13 %	3
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,49 %	0
TOTAL	100 %	86

Fuente: Autor. Basado en Cámara de Comercio Bucaramanga (2016), base de datos, Colombia.

Para el caso de las medianas empresas de los cinco principales sectores económicos de la ciudad, se comprobó la existencia de 94 empresas inscritas en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, con corte al 13 de octubre de 2016. La muestra obtenida se observa en la Tabla 2.

Tabla 2
Muestra de medianas empresas por sectores económicos

Sectores económicos	Participación	Muestra
Comercio al por mayor y al por menor	51 %	25
Construcción	33 %	28
Agricultura, ganadería y caza	12 %	6
Actividades financiera y de seguros	2 %	1
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	2 %	1
TOTAL	100 %	49

Fuente: Autor. Basado en Cámara de Comercio Bucaramanga (2016), base de datos, Colombia.

Materiales e instrumentos

El instrumento utilizado para la recolección de la información fue la encuesta.

Encuesta. Las preguntas se elaboraron teniendo en cuenta las variables consideradas las principales para la generación de valor de las organizaciones: planeación estratégica, gestión administrativa, gestión humana, gestión de calidad, gestión comercial y gestión financiera. Las preguntas formuladas se aplicaron inicialmente

como ejercicio académico, con el fin de verificar la confiabilidad y validez del instrumento.

Procedimiento. La investigación se desarrolló en tres momentos:

Etapas 1: Recolección de información de tipo contextual, mediante indagaciones, para aproximarse al tema. En esta etapa se aplicaron las encuestas a la muestra representativa de las poblaciones objeto de estudio.

Etapas 2: Interpretación y análisis de la información, en la que se identificaron las dificultades de las pyme de la ciudad de Bucaramanga en los cinco principales sectores económicos.

Etapas 3: Presentación de conclusiones acompañadas de estrategias para fortalecer las pyme de la ciudad. La investigación se encuentra actualmente en esta fase.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados del diagnóstico de las pequeñas empresas de la ciudad de Bucaramanga de acuerdo con la muestra calculada, fruto del trabajo de campo realizado.

Planeación estratégica. La dinámica actual de los negocios ha llevado a que las empresas se concienticen de la necesidad de reaccionar de manera rápida a los cambios del mercado, así como de planear para lograr sostenibilidad y crecimiento empresarial. Las exigencias comerciales obligan al empresario a trabajar estratégicamente, orientando a la empresa a cubrir las necesidades del mercado y a asumir los retos que impone la globalización. En este sentido, se observa que muchas empresas han tenido que formalizar sus procesos y evolucionar para adaptarse a los cambios que el entorno exige. El 77% del personal conoce la misión de la empresa y participa activamente en el logro de los objetivos empresariales, y el 66% participa directamente en el diseño de estrategias organizacionales. Sin embargo, un 20% del personal no conoce la misión, visión ni objetivos empresariales, y un 30% del personal no tiene participación directa en el diseño de estrategias organizacionales, lo que pone en riesgo la sostenibilidad a largo plazo en el sector en el que se desenvuelve la empresa.

Es necesario motivar al personal para que participe en los diferentes niveles de la planeación estratégica, incentivándolo a compartir sus experiencias y conocimientos en aras de lograr los objetivos organizacionales.

Gestión administrativa. El éxito o fracaso de las

empresas depende, en gran parte, del hecho de contar con una buena administración del negocio que permita no solo generar ingresos sino manejar de forma eficiente de los recursos. Por esta razón, los profesionales de hoy han adquirido conciencia de la importancia de tener un buen equipo de trabajo que garantice el logro del éxito empresarial.

La mayoría de las empresas están adoptando estructuras organizacionales definidas para garantizar la productividad, la eficiencia y la calidad en el cumplimiento de su misión y procesos, y hacen esfuerzos por mantenerse actualizados en la normatividad laboral, comercial, tributaria y ambiental. Sin embargo, el 22% de la muestra no tiene definidos sus procesos, lo que representa un riesgo alto puesto que dificulta ejercer un adecuado control interno, hecho que puede afectar la continuidad del negocio.

Gestión humana. Se observa que el 80% de los encuestados manifiesta que el personal tiene buena capacidad de comunicación, gestión y liderazgo, atributos determinantes para trabajar en equipo y establecer mejores relaciones laborales. En contraste, el 53% de las empresas encuestadas no exigen al personal conocimientos sobre tecnologías de la información y las comunicaciones, TIC, pese a que es una competencia esencial para tomar decisiones. El 24% de la muestra no realiza procesos de inducción y reinducción a sus empleados, y le es suficiente con realizar un riguroso proceso de reclutamiento y selección de personal para garantizar que se desempeñen de manera óptima.

Gestión de calidad. Es importante estandarizar los procesos y procedimientos de la empresa y hacerles seguimiento y control con el fin de optimizar la calidad de los productos y servicios que se ofrecen. El 84% de los encuestados cumple con las normas técnicas nacionales e internacionales establecidas para cada sector, a través de un sistema de gestión de la calidad. Sin embargo, el 31% de las empresas tiene debilidades en los procesos de capacitación a empleados en temas de calidad y mejoramiento.

Gestión comercial. Con la gestión comercial se busca satisfacer a los clientes externos más allá de sus expectativas, a través de la innovación de los productos o servicios que se ofrecen. El 24% de las empresas no se consideran bien posicionadas en el mercado y no analizan su competencia. Como complemento de lo anterior, el 21% no cuenta con políticas de servicio al cliente, fidelización de clientes y postventa, lo que ocasiona disminución de la participación en el sector en el que interactúan.

Gestión financiera. Al tomar decisiones de financiación e inversión se debe contar con información financiera razonable, que sirva de instrumento para proponer estrategias financieras que conlleven crecimiento y sostenibilidad de las empresas en el mercado. De acuerdo al análisis realizado, las fortalezas en la gestión financiera de las pequeñas empresas de Bucaramanga son las siguientes:

- El 88% tiene información financiera confiable, oportuna y útil, que utiliza para tomar decisiones.
 - El 88% tiene un sistema definido para registrar y controlar eficientemente las inversiones representadas en activos.
 - El 92% cumple con los compromisos adquiridos con los proveedores de bienes y servicios de manera oportuna.
- Como debilidades, se observan las siguientes:
- El 15% de las empresas posee un nivel de endeudamiento sobre el que no ejercen un debido control y no tienen en cuenta alternativas de financiación.
 - El 17% no cuenta con un sistema para establecer los costos y desconoce los márgenes de rentabilidad obtenidos.

Esta información permitió construir la siguiente matriz DOFA.

Factores internos. Debilidades

- El personal no participa en el diseño de estrategias organizacionales.
- Las empresas no tienen definidos y documentados sus procesos.
- Las políticas de gestión humana no son acertadas.
- Los procesos de producción son ineficientes.
- No se aplican las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en los procesos.
- Las estrategias de mercadeo son desacertadas.
- No exigen al personal conocimientos sobre tecnologías de la información y las comunicaciones.
- Falta de visión medio ambiental.
- No se realizan procesos de inducción y reinducción a los empleados.
- No se capacita a los empleados en calidad y mejoramiento continuo.
- No tienen políticas de servicio al cliente, fidelización de clientes y postventa.
- No hay control en el endeudamiento.
- No cuentan con un sistema para establecer los costos.

Fortalezas

- Tienen conciencia en la implementación de la planeación

estratégica.

- Existe preocupación por crear estructuras organizacionales definidas.
- Están actualizadas en normatividad laboral, comercial, tributaria y ambiental.
- Hay buena comunicación con el personal.
- La información financiera es confiable, oportuna, útil y se utiliza para la toma de decisiones.
- La empresa tiene un sistema para registrar y controlar las inversiones.
- Se cumple con los compromisos adquiridos con los proveedores de bienes y servicios de manera oportuna.

Factores externos. Oportunidades

- Se evidencia adaptación a los cambios del entorno.
- El precio del dólar es una oportunidad para los exportadores.
- El uso de las nuevas tecnologías permite acceder a nuevos mercados.
- Los productos o servicios de la empresa cumplen con las normas técnicas nacionales o internacionales establecidas de acuerdo a cada sector o actividad económica.
- Adoptaron las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Amenazas

- Alta carga impositiva.
- Fluctuaciones del dólar.
- La competencia desleal.
- El contrabando.
- La situación económica del país.
- Vías de comunicación en mal estado.
- Las empresas no analizan periódicamente su competencia.

Los siguientes son los resultados del diagnóstico de las medianas empresas de la ciudad de Bucaramanga, de acuerdo con la muestra calculada, resultado del trabajo de campo:

Planeación estratégica. El 82% de las empresas manifiestan que el personal conoce la misión, la visión y los objetivos de la empresa; de ellos, solo un 41% participa directamente en el diseño de estrategias organizacionales. Por su parte, el 18% del personal desconoce la misión y la visión, y no se involucran activamente en el cumplimiento de los objetivos empresariales, mientras un 59% no participa en la implementación de estrategias organizacionales. Es necesario que las empresas motiven a sus empleados a participar activamente de estos procesos, y que no los centren solo en la operatividad de sus negocios, de manera que se pueda crear una identidad y un sentido

de pertenencia con la empresa, fortaleciéndola ante los retos que afectan su estabilidad en el mercado.

Gestión Administrativa. El 94% de la muestra tiene definida una estructura organizacional que garantiza la productividad, calidad y eficiencia en los procesos de la empresa. De todas maneras, se hace necesario implementar estrategias de organización y actualizar las existentes, que les permitan ser más competentes en el mercado.

Gestión humana. Como parte fundamental de una economía globalizada, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), se han convertido en herramientas necesarias en las empresas. Teniendo en cuenta esto, el 65 % de las empresas encuestadas, exigen como competencia esencial a sus empleados que tengan conocimiento de las TIC. Asimismo, se pudo evidenciar que en el 86% de las empresas el personal tiene la capacidad de comunicarse, gestionar y liderar, mientras que el 76 % del personal tiene una visión medioambiental que es tenida en cuenta en las estrategias operativas de la empresa.

Gestión de calidad. Cada vez los gustos del consumidor son más exigentes, por lo que la calidad desempeña un papel muy importante para las empresas como ventaja competitiva. La gestión de calidad aporta beneficios como la planeación de cada uno de los procesos empresariales, y permite reflejar preparación ante situaciones no favorables. Asimismo, les permite fortalecer el seguimiento a las diferentes actividades con el objetivo de optimizar y mejorar la calidad de los productos y servicios que prestan.

En este estudio se observó que 100% de las empresas cumple con las normas técnicas nacionales o internacionales establecidas de acuerdo al sector o actividad económica, y tienen en cuenta que existen estándares para implementar un sistema de gestión de la calidad. El 88% capacita a sus colaboradores en asuntos de calidad y mejoramiento, lo que permite concluir que la calidad hace parte de la cultura empresarial, garantizando la permanencia y crecimiento en el mercado de las empresas.

Gestión comercial. A través de la gestión comercial se posiciona una marca, se vende una imagen, se da prestigio y reconocimiento a una organización, pero esto se logra con el conocimiento del cliente y el análisis de la competencia, lo que contribuye al posicionamiento de la organización. El 90% de la muestra aplica este tipo de estrategias.

Gestión financiera. En las empresas analizadas se encontraron las siguientes fortalezas en la gestión financiera:

- El 100 % considera que la información financiera debe ser confiable, oportuna y útil para garantizar el éxito en la toma de decisiones.
- El 96% respalda la idea de que es necesario definir un sistema que permita contabilizar y controlar los inventarios.
- El 98% de las empresas cumple con los compromisos adquiridos con sus proveedores de bienes y servicios de manera oportuna.
- El 94% destaca la importancia de estudiar y controlar las razones que llevan al endeudamiento que tanto puede afectar su situación financiera.

Con la información descrita se elaboró la siguiente matriz DOFA:

Factores internos. Debilidades

- Carecen de estrategias de publicidad y mercadeo.
- Hay que mejorar en los procesos de calidad.
- El personal no participa activamente en el diseño de estrategias organizacionales.
- El personal antiguo necesita reinducción.
- Se requiere aplicar más las TIC en los procesos.

Fortalezas

- Se promueve el trabajo en equipo.
- El personal conoce la misión, la visión y los objetivos organizacionales.
- Las empresas cuentan con una estructura administrativa definida.
- La parte legal está actualizada.
- Las empresas controlan su endeudamiento.
- Se controlan las inversiones.
- Los procesos están formalizados.

Factores externos. Oportunidades

- Las empresas se adaptan a los cambios del entorno.
- Las TIC se emplean para aumentar la eficiencia operativa.
- Se adoptaron las NIIF para la razonabilidad de la información.
- La globalización ha promovido el surgimiento de nuevos mercados.

Amenazas

- Alta carga impositiva.
- Fluctuaciones del dólar.

- La competencia desleal.
- El contrabando.
- Reformas tributarias.
- La situación económica del país.
- Fluctuaciones en la bolsa de valores.

Discusión y conclusión

Los resultados de la investigación permitieron identificar los factores que ponen en riesgo la permanencia y el crecimiento en el mercado de las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Bucaramanga. Varios de ellos se establecieron a través de la búsqueda bibliográfica realizada, y otros se identificaron mediante el trabajo de campo realizado en la muestra representativa de los cinco principales sectores económicos.

De lo anterior se puede concluir que las debilidades de las pyme de la ciudad se resumen en la falta de educación administrativa y financiera, que complementada con el uso de las herramientas que ofrecen las tecnologías de la información y las comunicaciones, proporcionaría el apoyo necesario para que las decisiones que se toman a diario en las organizaciones se maduren bajo una perspectiva de largo plazo, teniendo en cuenta que lo importante es minimizar el riesgo de desaparecer del mercado y maximizar valor agregado.

El Estado y las entidades financieras están haciendo esfuerzos aislados por generar cultura financiera en las personas, pero esto debe trabajarse de forma articulada con las empresas privadas y las instituciones de educación superior para que todos participen activamente, generando espacios donde los empresarios tengan la oportunidad de manifestarse y capacitarse para enfrentar los riesgos que acarrea la apertura de los mercados internacionales, lo que conlleva compartir el sector con organizaciones que poseen niveles altos de competitividad que les permiten ofrecer productos y servicios con calidad, oportunidad y mínimos costos.

Agradecimientos

Agradezco de manera especial a las Unidades Tecnológicas de Santander - UTS, por permitirme hacer parte del Grupo de Investigación Sercont del programa de Contaduría Pública, en donde, a través de la línea de investigación de Mejoramiento Empresarial, se formuló esta propuesta de investigación. Además, agradezco al convenio firmado con Acopi, mediante el cual se han concretado espacios de reflexión para apoyar el crecimiento económico sostenible de la región.

Referencias

- Chacón, O., Arroyo, Y. & Villalba, M. (2007). Teoría del Trade-off para la definición de la estructura de financiación de las Pymes de Bucaramanga. *Revista UIS Ingenierías*, 6(2), 9–18.
- Chinchilla, M. & Rangel, A. (2014). *Diagnóstico de la estructura financiera de las pymes del sector de confecciones del área metropolitana de Bucaramanga*. (Tesis de pregrado). Universidad Industrial de Santander. Recuperado de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2014/154052.pdf>
- Drucker, P. (2004). *La disciplina de la innovación*. Recuperado de <http://www.sela.org/media/2366647/r-la-disciplina-de-la-innovacion.pdf>
- Dinero (2016). *Pymes contribuyen con más del 80% del empleo en Colombia*. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/porcentaje-y-contribucion-de-las-pymes-en-colombia/231854>
- Escobar, G., Montoya, L. A. & Portilla, L. (2009). Modelo para medir la situación financiera en empresas pyme. *Scientia Et Technica*, 15(43), 273.
- García, O. A. L. & Hernández, E. N. P. (2017). Aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación en los procesos de innovación empresarial. Revisión de la literatura. *I+D Revista de Investigaciones*, 11(1), 156–166.
- Gómez, O. (2011). Los costos y procesos de producción, opción estratégica de productividad y competitividad en la industria de confecciones infantiles de Bucaramanga. *Revista EAN*, (70), 167–180.
- Marulanda, C. (2013). La gestión del conocimiento en las pymes de Colombia. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (38), 158 Recuperado de <file:///C:/Users/UTS/Downloads/411-2034-1-PB.pdf>
- Moori Koenig, V., Yoguel, G., Milesi, D. & Robert, V. (2007). Desarrollo de ventajas competitivas: pymes exportadoras exitosas en Argentina, Chile y Colombia. *Revista de La CEPAL*, (92), 25.
- Quintero, S. (2014). *Educación Económica y Financiera en Colombia desde la perspectiva del desarrollo humano*. (Tesis doctoral). Universidad Santo Tomás, Bogotá. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3399/Quinterosigifredo2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Pérez Uribe, R. I. (2003). Propuesta de un modelo de gestión humana y cultura organizacional para pymes innovadoras. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (47), 46–65.
- Ramírez, C., Mendoza, M. & Henao, J. (2012). *Identificación de las principales variables, que en común afectan*

- negativamente el crecimiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector calzado en el área metropolitana de Bucaramanga.* (Tesis de especialización). Universidad de la Sabana. Recuperado de <https://core.ac.uk/reader/47070458>
- Rodríguez, E. & Garnica, L. (2012). Aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el proceso de exportación orientado a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Bucaramanga. *Revista Estrategia Organizacional*, (1), 11.
- Sánchez, J. (2007). Algunas aproximaciones al problema de financiamiento de las pymes en Colombia. *Revista Scientia et Technica*, (34), 321.
- Schwartz, P. (1997). La planificación estratégica por escenarios. *Revista Cuadernos de Administración*, (14), 200.
- Torres-Barreto, M. (2017). Product innovations and R & D public funding: How to handle heteroscedasticity and autocorrelation. *I+D Revista de Investigaciones*, 9(1), 138–145.
- Valencia, M. (2013). Factores que influyen en el ciclo de vida de las Mipymes en Bucaramanga y su área metropolitana. *Revista Estrategias*, (11), 41.
- Zevallos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista de la CEPAL*, (79), 53.